

CAPACIDADES CRÍTICAS Y ACRÍTICAS DE LOS ESTUDIANTES DE NOVENO
GRADO DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN MEDIA DE CÚCUTA, PAMPLONA
Y VILLA DEL ROSARIO, FRENTE A LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE
FACEBOOK Y YOUTUBE. CASO: COLEGIO SAN JOSÉ DE CÚCUTA

MANUEL HUMBERTO NEIRA MURALLA

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

FACULTAD DE EDUCACIÓN

MAESTRÍA EN EDUCACIÓN

COHORTE VII

PAMPLONA

2016

CAPACIDADES CRÍTICAS Y ACRÍTICAS DE LOS ESTUDIANTES DE NOVENO GRADO DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN MEDIA DE CÚCUTA, PAMPLONA Y VILLA DEL ROSARIO, FRENTE A LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE FACEBOOK Y YOUTUBE. CASO: COLEGIO SAN JOSÉ DE CÚCUTA

MANUEL HUMBERTO NEIRA MURALLA

Asesor

Dr. HUGO VEGA RIAÑO

Tesis de grado para optar por el título de Magister en Educación

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

FACULTAD DE EDUCACIÓN

MAESTRÍA EN EDUCACIÓN

COHORTE VII

PAMPLONA

2016

TABLA DE CONTENIDO

Pág.

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. *Objetivo general*

1.3.2. *Objetivos específicos*

1.4. JUSTIFICACIÓN

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. ANTECEDENTES

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. *La cultura comunicativa a partir del desarrollo tecnológico*

2.2.2. *Educomunicación: recepción crítica de medios*

2.2.3. Usos y apropiaciones de las TIC en el aula

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.4. MARCO CONTEXTUAL

2.5. MARCO LEGAL

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. *Población*

3.3.2. *Muestra*

3.4.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.4.1. *Fase preparatoria*

3.4.2. *Fase trabajo de campo*

3.4.3. *Fase analítica*

3.4.4. *Fase informativa*

CAPÍTULO IV

RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

4.1. RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

4.2. RESULTADOS DEL FOCUSGROUP

4.3. TRIANGULACIÓN DE LOS RESULTADOS

CONCLUSIONES

REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

INTRODUCCIÓN

Al considerar la influencia e impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), en los procesos de interacción humana, se conciben estas herramientas como manifestaciones que median en la forma de pensar y actuar de las personas que a diario tienen contacto con las mismas. En otros términos, las nuevas tecnologías generan procesos alternativos de socialización donde prácticas y saberes son transmitidos entre los grupos humanos con diverso impacto y efecto.

Estas plataformas de comunicación deben tener destacada atención por cuanto se erigen como medios determinantes en procesos de socialización e interacción en el que se pueden trascender fronteras de tipo personal y geográfico. Dichas tecnologías, a través de sus contenidos, han modificado los modos de ser, pensar, sentir e interactuar de los seres humanos, especialmente de aquellos de más temprana generación y, por tanto, cabe la pertinencia de una investigación como la que se presenta en este documento, encaminada en primer lugar, a la determinación de las capacidades críticas o acríicas de los jóvenes de noveno grado de educación media de Cúcuta, Pamplona y Villa de Rosario, frente a redes y sitios Web como Facebook y Youtube, para llegar, en segundo lugar, al diseño de una propuesta pedagógica de tinte educomunicativo que busque la aprehensión crítica de los mencionados escenarios virtuales.

En el primer capítulo se formaliza la iniciativa que pretende orientar sobre la problemática que da pie a este estudio, derivada de la influencia de las TIC en los jóvenes que, desde etapas tempranas, tienen acceso a estas plataformas y a sus múltiples contenidos, sin que se les haya hecho desde la escuela un acompañamiento formal de alfabetización mediática. De este hecho, surge la pregunta de investigación, los objetivos a alcanzar y los elementos que justifican su ejecución.

En el segundo capítulo se esbozan las bases teóricas sobre las cuales se sustenta la investigación, encaminadas en aspectos como la educomunicación, la cultura comunicativa a partir del desarrollo tecnológico, la recepción crítica de medios y los usos y apropiaciones de las TIC. Esta revisión conceptual facilita no solo el análisis de los resultados a la luz de

los aportes de los expertos y teóricos en el tema, sino que además permite ver el estado actual del objeto estudiado.

En el tercer capítulo se describe la metodología efectuada, así como el nivel y el tipo de investigación, el análisis de los datos y las etapas propias surtidas durante el proceso de estudio. La población, es decir, los jóvenes de noveno grado de las instituciones de educación media de Cúcuta, Pamplona y Villa del Rosario, así como la muestra escogida en cada caso particular es expuesta en detalle, explicando la forma en que se interactúa con la misma a través de los instrumentos: encuesta y *focusgroup*.

En el cuarto capítulo se presentan los hallazgos, el análisis y la interpretación de los resultados contrastándolos con las bases teórico-conceptuales que respaldan la investigación. Acá se evidencia el cumplimiento de los objetivos al dar cuenta de las capacidades críticas o acríicas de los estudiantes, del nivel de equipamientos tecnológico de los mismos y del grado de alfabetización audiovisual que da pie al diseño de la propuesta educomunicativa y a la formulación de las conclusiones.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

El objetivo de este capítulo es ofrecer una exploración inicial al problema de estudio y a los elementos particulares que caracterizan el fenómeno de investigación. En el capítulo I de la investigación se presenta el campo temático en el que se enmarca el estudio así como el planteamiento del problema el cual gira entre los fundamentos teórico-conceptuales sobre capacidades críticas y acríicas (preconfiguración inductiva) y el escenario objeto de estudio de los estudiantes de noveno grado del Colegio San José de Cúcuta (preconfiguración deductiva). Así mismo, se incluye en este capítulo la pregunta de investigación, los objetivos del estudio y la justificación del mismo.

1.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La comunicación ha sido vista como un proceso natural que se da inherentemente en las conductas y formas de relacionarse de los humanos. La educación media no ha sido ajena a este pensamiento y es así como generalmente los currículos y los planes educativos institucionales no la abordan dentro de sus procesos, por lo menos no de manera formal. Es decir, se ha dejado de lado la comunicación como un elemento esencial y transversal en la relación enseñanza – aprendizaje y se ha perdido, con esto, la oportunidad de fortalecer la construcción de conocimiento y las actitudes críticas a través de las rutas, bondades, flujos y medios que ofrece la misma.

Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), por ejemplo, si bien son herramientas omnipresentes en la sociedad actual, han llegado a las instituciones educativas tardíamente en comparación con otras esferas de la sociedad. Y si bien ya hacen presencia en las escuelas, colegios o universidades, lo cierto es que en muchos de los casos su trascendencia no ha sido superior a la de ocupar unos espacios físicos (aulas virtuales o salones de medios) muchas veces custodiados y resguardados bajo llave para protegerlos de daños y perjuicios, o máximo se han quedado en la utilización ocasional y esporádica en

materias específicas (informática o algunas otras) sin que sean aprovechadas plenamente, más aún sin que se eduque en sus contenidos, mediante criterios reflexivos.

En otras palabras, los estudiantes están permanentemente expuestos a los contenidos y lenguajes que circulan a través de las TIC, sin que en ellos se haya despertado, desde el colegio, una conducta crítica para analizarlos. Es decir, los mensajes vienen y van sin que los jóvenes tengan unos elementos que les permitan hacer valoraciones y/o evaluaciones que sopesen la intención y finalidad de los códigos de los mismos, para aprovechar lo que sirva y desechar aquello que en nada contribuye a su construcción como seres humanos, y más aún a la elaboración del conocimiento.

La relación entre recepción crítica y educación debe ser cada vez más estrecha para que no se siga ahondando en esa brecha que hay entre la escuela y sus contenidos, y los medios y sus contenidos; pues lo cierto es que aunque en el colegio los contenidos tienen el objetivo claro de causar un aprendizaje, en los medios el fin no siempre es éste. En la mayoría de casos no lo es. Sin embargo, desde las instituciones educativas se puede tomar lo que estos últimos presentan y ofrecen para, a la luz del análisis, convertirlos en objeto de estudio y, por ende, en conocimiento.

La educación no puede seguir ignorando que los medios ofrecen unos productos y que estos mismos son consumidos por los jóvenes, a través de unos lenguajes propios y de unos contextos específicos que, muchas veces, son más atractivos pero menos útiles que los que se dan en la escuela.

En las instituciones educativas lo máximo que se llega a hacer es a escoger ciertos elementos (noticias, programas de televisión, etc.), como soporte de los contenidos en el aula de clase, pero sin ir más allá, es decir, sin considerar los efectos, positivos o negativos, que la totalidad de mensajes pueden ocasionar en los estudiantes. Se requiere, entonces, de un planteamiento crítico, basado en un modelo participativo y constructivista de la enseñanza-aprendizaje, a partir de lo que se consume fuera del aula de clase y a través de los medios y las tecnologías.

Ahora bien, hay que tener presente que dentro de las TIC se encuentra la Internet, que desde hace varias décadas ha llegado a compartir espacio, y cada vez de manera más creciente, con los medios tradicionales. Incluso, en los jóvenes, los mismos que hoy hacen presencia en la educación media, hay una fuerte tendencia a preferir pasar el tiempo frente a

la pantalla de un ordenador, navegando por la web, que frente a cualquier otro aparato, como por ejemplo el televisor, instrumento que hace algunos años ocupaba el mayor espacio en los gustos de los chicos. Esto obedece, lógicamente, a los atributos, diversidad y oportunidades que les ofrece la tripe doble u (www, por sus siglas en inglés: Worl Wide Web) y en las que cabe mencionar las redes sociales que son, precisamente, las que se involucran en la presente investigación.

Lo cierto es que dichas redes, como es el caso de Facebook, o diferentes sitios, entre los que se cuenta Youtube, están acompañando de una u otra manera el diario vivir de los adolescentes, sin que la educación formal se haya ocupado o bien de vincularlas a sus procesos educativos para fines de aprendizaje, o bien para enseñarle a sus estudiantes a hacer una lectura adecuada de sus formatos y dinámicas. En el mejor de los casos su uso, desde lo escolar, ha estado supeditado a la creación de grupos para compartir información de áreas específicas, entre docentes y alumnado; y en el peor de las situaciones la palabra Facebook ha estado en boca del maestro para acuñarla dentro de un discurso en el que se le acusa a la mencionada red de ser la causante de que los muchachos pierdan el tiempo, descuiden sus tareas y no presten atención a las clases o a sus semejantes.

Pero en este contexto, las instituciones han obviado lo más importante y es que no basta con restringir, prohibir y acusar, y que hasta cierto punto es inevitable que los educandos hagan uso de las mismas, por cuanto pueden llegar a ellas a través de distintos dispositivos y en cualquier momento. En cambio lo que sí puede hacer la escuela, pero no lo ha hecho, es adiestrarlos en el uso y apropiación adecuada de dichas herramientas, preocupándose por fortalecer desde la pedagogía, las actitudes críticas que los chicos deben tener frente a la gran cantidad de datos que pasan y circulan ante sus ojos, con tal rapidez y espectacularidad que ni tiempo les da para analizar, desechar y/o tomar lo que realmente necesitan.

Y es que estos adolescentes están recibiendo de manera permanente abundancia de mensajes polimorfos y amorfos, imágenes por doquier, sonidos incesantes, bombardeo de señales y signos, sin que tengan la formación adecuada para procesarlos. La realidad se dibuja ante ellos de manera difusa, efímera y opaca pero tremendamente atractiva y amplia. Aparece, entonces, un mundo que cada vez entienden menos pero en el que quieren entrar más, pese a que no tienen control sobre el mismo. Es aquí donde se plantea el reto que debe

asumir la educación, pues ésta puede a través de sus procesos, capacitarlos para que asuman dicho control. En otras palabras, es la escuela quien los puede alfabetizar, a través de estrategias educomunicativas, en las múltiples lecturas críticas que se requieren hacer para que no caigan en la postura de jóvenes pasivos en influenciables.

Sin embargo, este reto aún no ha sido asumido como se debiera por parte de la escuela y se continúa sin dotar de herramientas de análisis e instrumentos de navegación, a sus estudiantes, dejándolos, además, sin elementos conceptuales y metodológicos para que puedan interpretar, reflexionar y decodificar esa iconosfera que está siendo introducida a través de las redes sociales y de los sitios web que visitan y consumen.

1.2.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué capacidades críticas y acríicas tienen los jóvenes de noveno grado de instituciones educativas de Cúcuta, Pamplona y Villa del Rosario, frente a los contenidos audiovisuales de Facebook y Youtube?

¿Qué estrategias educomunicativas diseñar para lograr una aprehensión crítica de Facebook y Youtube en los jóvenes de noveno grado de instituciones de educación media de Cúcuta, Pamplona y Villa del Rosario. Caso: Colegio San José de la ciudad de Cúcuta?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Determinar las capacidades críticas y acríicas de los estudiantes de noveno grado de las instituciones de educación media de Cúcuta, Pamplona y Villa del Rosario, frente al contenido audiovisual de Facebook y Youtube. Caso: Colegio San José de la ciudad de Cúcuta.

1.3.2. Objetivos Específicos

Analizar el nivel de equipamientos tecnológico de los jóvenes de noveno grado de instituciones de educación media de Cúcuta, Pamplona y Villa del Rosario.

Identificar los usos que le dan los estudiantes de educación media al contenido de Facebook y Youtube.

Establecer el grado de alfabetización audiovisual de los estudiantes.

Diseñar una estrategia educomunicativa que permita en los jóvenes, una aprehensión crítica de los contenidos de Facebook y Youtube.

1.4.JUSTIFICACIÓN

“En la cultura de la televisión, los ordenadores y las telecomunicaciones una nueva visión del aprendizaje está emergiendo” (Ballesta, 2002, p. 239). Reforzando lo afirmado por el autor, si bien es cierto que la escuela (tomada ésta como el espacio formal donde se desarrollan procesos de enseñanza-aprendizaje) ha sido validada desde hace siglos como el lugar donde el conocimiento se forja, se imparte, comparte, se edifica y solidifica, en la actualidad y con la aparición de los medios masivos de comunicación y de las llamadas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), dicho conocimiento ha trascendido las barreras de las estructuras formales, otrora consideradas como sagradas, causando una deslocalización que rompe incluso con el concepto de lo físico, al tiempo que se ha desbordado de los libros, contemplados tiempo atrás como los dispositivos técnicos privilegiados para contener información.

De la misma manera, los tiempos establecidos para lograr el aprendizaje con rutas y delimitaciones, han sufrido un proceso que bien se podría llamar de destemporalización, pues cada quien aprende en sus propios ritmos y rutas, sin limitación alguna, más que la que marca su proceso personal.

Es decir, con la llegada de la globalización, la aparición de los medios y la incursión de las tecnologías en nuestras sociedades, la población sujeto-objeto de la educación ya no solo aprende, ya no solo llega a la fuente del conocimiento y ya no solo lo construye en un claustro sagrado, a través de un libro y con un docente como figura experta en el mundo de las ciencias y disciplinas conceptuales (Blázquez, 2001). En otras palabras, los medios de comunicación y las tecnologías de la información se han constituido, y cada vez de manera más creciente, en lugares caracterizados por la virtualidad, la rapidez, la instantaneidad, la multimedialidad, la interactividad y la interconexión (García y Álvarez, 2001), entre otras, donde también se aprende o se desaprende, se experimenta y se construyen saberes, algunos útiles y otros tantos inútiles, que en muchos casos llegan a ser más atractivos y más influyentes en los niños y jóvenes de la educación actual, que los de la propia escuela.

Tal situación, reconfigura hoy en día no solo los lugares, las figuras sociales y los dispositivos para facilitar el aprendizaje, invitando a la educación formal a repensarse y vincular a sus procesos las bondades, ventajas y utilidades que pueden contener las TIC y los *Mass Media*¹ en la construcción del conocimiento, asumiendo una postura crítica y reflexiva sobre los mismos. Esta idea va en contravía de algunas posturas que por mucho tiempo han imperado en quienes tienen la misión de administrar la educación, pues no ha sido raro encontrar opiniones de directivos y docentes que aún en la actualidad satanizan y, en el mejor de los casos, relegan a las TIC y a los medios a espacios físicos que se resguardan sigilosamente, bajo llave y con el control de un “encargado” como único autorizado para manipularlos. Bajo esta dinámica, muchas instituciones funcionan perdiéndose la oportunidad de sacar el máximo de ventaja de una tecnología que en lugar de rival puede resultar siendo la aliada perfecta cuando de enseñar y aprender se trata.

Lo anteriormente mencionado marca el punto de encuentro entre dos disciplinas que, juntas, podrían pensarse como el binomio perfecto en la construcción del conocimiento y los saberes formales, e incluso de los no formales: la educación y la comunicación, o como también lo llamaría Paulo Freire o Mario Kaplún, la Educomunicación, término que se refiere a que el hecho educativo es, en esencia, un hecho comunicativo (Aparici, 2011). Este vocablo, aceptado por la UNESCO en 1979, plantea que los procesos de comunicación son componentes pedagógicos del aprendizaje y, más aun, que la comunicación puede estar

¹Mass Media: Medios Masivos.

al servicio de la educación en cuanto los medios y las tecnologías pueden servir como herramientas para generar, facilitar, transmitir y edificar saberes (Ministerio de Educación Nacional, 2013). En este caso, se estaría hablando de la primera vertiente de la Educomunicación, es decir, de la comunicación para la educación.

Así mismo, y como segunda vertiente de este binomio, la educación también puede estar al servicio de la comunicación, en cuanto sirve como alfabetizadora para aprender a leer, interpretar y analizar críticamente los códigos, mensajes y contenidos que circulan a través de las tecnologías y los *mass medias*.

Y es aquí, en este punto, donde se centra la atención de este documento. La educación para la comunicación plantea un reto para la escuela en sus diferentes niveles (básica, media y superior) debido a que es, de las dos vertientes de la Educomunicación, la que quizás menos se ha implementado. Esto significa que existe una necesidad latente de brindar a los jóvenes acompañamiento, adiestramiento, orientación y argumentos para que la Sociedad de la Información en la que se encuentran sumergidos, no los llene de vastos datos, de gran cantidad de información y de una serie de productos mediáticos que en lugar de contribuirles a su formación como seres humanos integrales, terminan desorientándolos y manipulando sus pensamientos, actuaciones y conductas, al punto de convertirlos en ciudadanía pasiva.

Al buscar el abordaje de los medios de comunicación y las tecnologías de la información desde la escuela, se busca reconocer el poder que éstos tienen para llegar e influir en los niños y jóvenes en cuanto le presentan en tiempo real y con imágenes, sonidos y formatos llamativos ideas, mensajes, valores estereotipos, antivalores y tendencias que han sido creadas por unos pocos para ser consumidas por muchos.

Las instituciones educativas deben abrir espacios de diálogo y reflexión desde una postura crítica para llevar a los estudiantes a interrogarse sobre los productos mediáticos que se encuentran a su alcance, propiciándoles herramientas y argumentos para que éstos hagan las lecturas adecuadas de los mismos sin caer en el encanto de su dominación y manipulación. La escuela debe favorecer que los alumnos entiendan y se relacionen con el mundo comunicativo que experimentan afuera de las aulas, en su cotidianidad, con el mundo de conocimientos y saberes que se aprenden dentro de las mismas.

Realizar esto requiere de un proceso con varias etapas: primero, lograr que cale el discurso educomunicativo y de recepción crítica de medios en las instituciones educativas; segundo, capacitar a administrativos y docentes en el manejo e interpretación adecuada de los medios y sus contenidos, es decir, alfabetizar primero a quienes deberán después llevar el proceso a los escolares. Como tercera etapa se encontraría la de generar los espacios para que los estudiantes reciban la formación necesaria y empiecen a comprender que, como dice Masterman (1993):

“Los medios tienen una importancia ideológica tan enorme que se hace necesaria una educación audiovisual con urgencia en las escuelas porque quienes controlan y trabajan en los medios no sólo tienen poder para fijar prioridades, ofrecer explicaciones y construir sus propias versiones de los acontecimientos, sino, que además tienen la capacidad mucho más importante, de proyectar estos acontecimientos como naturales y auténticos, sencillamente como una parte de la manera de ser de las cosas. Es el poder de mitificar, de amplificar, de convertir una situación en un gran acontecimiento o a una persona de a pie en todo un héroe. El hecho de rellenar un dato o simplemente omitir se convierte en una manera de trascender y optar por una ideología, tomar partido, destacar o subrayar una opción determinada”. (p.20)

Lograr generar este proceso consolidará la idea de una ciudadanía (compuesta por niños y jóvenes) activa, crítica y veedora de los contenidos, ante los cuales decidirá su postura y formará sus propios veredictos, desechando lo que no le resulte útil y acogiendo lo que mejor sirva para su formación y desarrollo humano.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

En el capítulo II se exponen los principales elementos teórico-conceptuales de la investigación con el fin de profundizar en la literatura y formular el sustento teórico que permitirá el análisis de los datos y la información recolectada en el proyecto. Así mismo, este capítulo ofrece una mirada general de los avances o el estado actual del tema investigado a partir de la revisión de algunas investigaciones y estudios que ofrecen perspectivas, modelos o enfoques. A continuación se presentan los antecedentes de la investigación, el marco teórico, el marco conceptual, el marco legal y el marco contextual de la investigación.

2.1. ANTECEDENTES

En la búsqueda de proyectos que puedan servir para dar soporte a esta investigación, se ha podido establecer que desde lo internacional hay un cuerpo sólido de trabajos similares, que resultan de gran utilidad para tener una noción general y darle una base a las pretensiones que aquí se persiguen. Sin embargo, distinto ha sido el caso en la esfera nacional, en donde se han hallado valiosos artículos y ensayos sobre Educomunicación, pero no se han podido encontrar referentes semejantes al que se plantea en este documento. Esto quiere decir que, si bien se han realizado trabajos enfocados en la recepción crítica de medios, estos han tenido como protagonista la televisión, pero no la Internet ni las redes sociales.

A continuación se registrarán algunos de ellos, los que a juicio de la investigación, se consideran más pertinentes y cercanos para lograr un punto de comparación, una orientación y un sustento que antecede y garantice la viabilidad del presente proyecto.

2.1.1. Espuny, Cinta;González, Juan;Lleixá, Mar y Gisbert, Marcé (2001):

La investigación realizada en la Universidad de Rovira i Virgili, fue desarrollada con el propósito de conocer la actitud, el grado de utilidad, conocimiento y aprovechamiento de los jóvenes frente a las Redes Sociales, de modo que se pudiera determinar qué acciones podrían implementarse para involucrar el escenario educativo con el digital.

Para llevar a cabo el proyecto se eligieron las redes con mayor cobertura o las que más impacto tenía en la población estudiada, por lo cual se decidió trabajar con LiveSpace o MySpace, Facebook y Twitter. Se implementó una metodología cuali-cuantitativa, en donde se elaboró un cuestionario autoadministrado dividido en cinco partes. Cada una cumplía un objetivo valioso para el estudio, de modo tal que la primera se enfocaba en el uso y conocimiento; la segunda, en el uso desde la experiencia académica; la tercera, trataba de la utilidad pedagógica; la cuarta, ligada a la anterior, pretendía mirar las potencialidades en el ámbito pedagógico; la quinta y última, se centraba en las ventajas y desventajas que tienen las redes sociales, además de contener preguntas abiertas que permitieron ampliar la información. Se tuvieron en cuenta algunas variables de tipo cualitativo para complementar la investigación.

Las conclusiones que obtuvieron son bastante claras y precisas. Entre ellas se rescatan que, los estudiantes conocen a la perfección las redes sociales y están totalmente familiarizados con ellas, sin embargo, no ven la posibilidad de usarlas desde la perspectiva académica, pues desde las aulas de clase no se les ha incentivado a hacerlo, ante lo cual, los jóvenes han tendido a separarlas del contexto escolar y depositar pocas esperanzas en una relación entre tecnología y educación.

Este proyecto es tomado como una referencia valiosa para la investigación que se está desarrollando, pues pretende observar y detallar el muro que se ha puesto entre la educación y las nuevas tecnologías de la sociedad. Es muy importante que resalte el aprovechamiento que se le puede dar a las TIC en el ámbito educativo, pues brinda una noción y un sendero por el cual dirigir una investigación de Educomunicación, ya que no se trata sólo del uso técnico dado a los medios, sino del rol didáctico que pueden tener.

Los objetivos de la investigación sirven para tener una idea de lo que se quiere estudiar y de la pregunta problematizadora que el proyecto aquí elaborado debe plantearse, pues

presenta características muy similares y un propósito en común, que es analizar a fondo el papel e importancia que se le ha dado a la recepción crítica de medios para el bien de los avances académicos.

Es indispensable el análisis de este trabajo, porque analiza las redes sociales en el ámbito escolar, profundizando en si se les da un uso adecuado en el sector educativo o no, y ésta es también la finalidad del proyecto expuesto, pues se parte de unas redes específicas para comprender y estudiar la conexión que hay entre los jóvenes, la educación y el mundo virtual, es decir, si se ha formado a los estudiantes para que tengan una visión diferente de la tecnología y de lo que se puede hacer con ella.

2.1.2. Ramírez, Txema; Zarandona, Esther; Basterretxea, José e Idoiaga, Petxo(2006):

Los objetivos de este trabajo se centraron, primero, en averiguar el nivel de equipos tecnológicos con los que contaban los adolescentes vascos; además se quería conocer qué tanto consumo tenían frente a las diferentes tecnologías y comprobar los hábitos culturales de estos jóvenes. En general, lo que se buscó fue investigar el grado de alfabetización audiovisual que presentaban.

Para lograr estos objetivos se propusieron técnicas de análisis cuantitativa y cualitativa. Se utilizaron tres instrumentos: entrevistas a fondo a doce profesionales y expertos en todo el tema de alfabetización, además se hicieron ocho grupos de discusión, en los cuales participaron 64 adolescentes de colegio entre los 14 y 18 años, y por último se realizó un sondeo de opinión con alrededor de 1882 jóvenes de las edades mencionadas anteriormente y de diferentes escuelas, tanto públicas, como privadas de todo el país.

Gracias a esta metodología se pudo comprender que los jóvenes vascos disponen de un importante nivel de equipamiento tecnológico, pero no tienen una buena alfabetización audiovisual. Es por esto, que surgió la urgencia de que hubieran intervenciones educativas encaminadas a proporcionar instrumentos que permitan ejercer una autonomía crítica frente a los medios, además, que posibiliten la creación de agentes activos capaces de expresarse y comunicarse utilizando la tecnología que disponen.

Este proyecto es uno de los referentes más valiosos para la investigación planteada, pues tienen un gran parecido en el contenido y la temática abordada, además de que los objetivos

sirvieron para elaborar la investigación y conocer técnicas y métodos que podrían ser de utilidad.

Se quería averiguar el nivel de equipamiento tecnológico de los jóvenes, conocer el consumo que realizan de los diferentes medios, escrutar sus hábitos culturales e investigar su grado de alfabetización audiovisual. También era indispensable saber qué lugar ocupan en el sistema educativo las prácticas destinadas a educarlos en este campo.

Cabe resaltar, que el futuro de la educación en comunicación dependerá de la acción que puedan desarrollar investigadores y docentes independientes en la búsqueda de un claro objetivo común: conseguir que el joven entienda qué significa ser parte de un entorno global y, al mismo tiempo, qué se puede hacer desde la perspectiva local.

Es el momento en que las entidades estudiantiles conozcan la importancia que tiene el manejo de estas tecnologías, porque ya la humanidad está sumergida en ellas y no es posible ser ajenos, por ende, es tiempo de convivir juntos e implementarlas en el quehacer diario.

2.1.3. Quiroz, Mauricio; Taborda, Juan y Zapata, Juan (2008):

Esta investigación fue realizada con el objetivo de examinar y tener un acercamiento a los impactos que producen los comerciales de televisión que utilizan figuras deportivas, evaluando la capacidad crítica que tienen los niños de 10 a 12 años de la Liga Antioqueña.

La metodología que se utilizó en el trabajo es cualitativa y se enfatizó en la investigación documental. Además se le otorgó gran peso específico a la observación en el trabajo de campo. Este estudio fue de tipo descriptivo, ya que se propuso conocer a los niños de los dos equipos de fútbol y su recepción crítica mediante criterios sistemáticos. También se aplicaron técnicas etnográficas tales como: la observación directa, la entrevista semiestructurada y abierta, la encuesta y la utilización de fichas bibliográficas como rastreo de la información encontrada.

Las conclusiones que lograron obtener fueron las siguientes: lo primero es que sí existe recepción crítica, también hay una identificación de los niños con los ídolos deportivos, en especial los extranjeros, sin embargo, el interés se centra en su desempeño profesional.

Además, se pudo determinar que los niños establecen diferencias entre uno y otro

producto, marca y figura deportiva; y que por otro lado el artículo presentado en televisión se asocia con calidad.

Llegaron a la conclusión de que los niños no compran o desean comprar todo lo que ven en televisión pues estos evidencian una selección de productos de acuerdo a sus intereses. Se debe tener también en cuenta que las implicaciones sociales y culturales del televisor superan en ocasiones las del mensaje. Esta publicidad a través de los futbolistas provee diversión e información en los niños, lo que genera deseo de parecerse a ellos y de comprar lo que allí ven. Por último, se llegó a la conclusión de que la televisión goza no solo de aceptación, sino de credibilidad y enorme influencia con respecto a los niños.

Esta investigación aunque no está dirigida al sector educativo, permite detectar cinco aspectos importantes que se pueden tener en cuenta para el presente proyecto. Lo primero es que los estudiantes tienen preferencia por la televisión antes que por cualquier medio de comunicación tradicional. Sin embargo, cabe resaltar que el proyecto se realizó en el 2007, por lo cual sería pertinente evaluar los nuevos medios como lo es la Internet.

Lo segundo es que los niños suplen necesidades de diversión, de socialización, de información y conocimiento a través de la televisión. Esto permite conocer con anticipación el objetivo con el que los niños frecuentan este medio masivo de comunicación.

Lo siguiente es que para estudiar la capacidad crítica que tienen los jóvenes frente a los medios hay que tener en cuenta mente, lenguaje y cultura que son sistemas complejos que se relacionan estrechamente en la recepción crítica de los mensajes publicitarios.

También, este estudio identifica algunas de las poblaciones a las que les sirve la investigación. Los niños abordados muestran una capacidad crítica frente a los mensajes propuestos, sin embargo, como personas en crecimiento que son, necesitan la orientación de quienes tienen su tutela. En este panorama surge el líder de opinión. Este líder puede ser el padre, la madre, la escuela, el entrenador o los compañeros de escuela o de equipo.

Por último, se deja sobre el papel, la necesidad de que la educación se involucre con los estudiantes en la formación de una verdadera Educomunicación.

2.1.4. *Cárdenas, William (2008) (Coord.):*

La investigación elaborada por los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona y con la tutoría del Dr. William Cárdenas, tuvo como objetivo principal conocer cuál era la importancia que los niños y jóvenes de las instituciones educativas de ese municipio le daban a la televisión, a través de una pregunta como ¿Qué haría usted si no pudiera ver televisión?

La población tomada en cuenta estuvo integrada por jóvenes y niños entre los 5 y 10 años, como primer rango, y de 11 a 14 años como segundo. También se involucraron, hasta cierto punto, los padres de familia y a la escuela. En el proceso se evaluaron otros aspectos cualitativos, como la reacción que tomaban frente a las preguntas planteadas, las relaciones que establecían los niños a través de la televisión, sus hábitos televisivos y los gustos que tenían hacia otras actividades.

La metodología empleada para la recolección de la información fue la entrevista. Además utilizaron la cámara de video como herramienta fundamental para generar un archivo audiovisual, que les serviría para poder analizar e interpretar cada una de las respuestas dadas por los niños y jóvenes del municipio de Pamplona.

Con este proyecto se pudo concluir que la televisión ocupaba, a la fecha de la investigación, casi en un 90% del tiempo de los jóvenes y niños de la ciudad de Pamplona. En este sentido, los juegos tradicionales que solían ser divertidos se vieron reemplazados por la imagen televisiva, agregando a esto que ni los padres ni los maestros comprenden el significado, transformación, influencia y poder que tiene la pantalla en los más pequeños cuando no han sido educados para utilizarla de manera adecuada. De este antecedente se toma la idea de generar una recopilación de material en video que guarde la información recolectada y facilite su posterior análisis.

2.1.5. *Agudelo, Wilson (2008):*

La investigación fue desarrollada por el autor en el marco de estudios doctorales en la Universidad de Rovira I Virgili para analizar y describir la manera en que los docentes y estudiantes de la frontera colombo-venezolana están interpretando los mensajes

transmitidos por los medios de comunicación. El proyecto se basó especialmente en la televisión y en cómo los noticieros van construyendo imaginarios acerca de su país, de la nación vecina y del mundo.

La metodología empleada se dividió en dos. La primera parte fue un proceso cuantitativo donde se aplicaron encuestas para determinar la edad, formación académica, consumo mediático, relación que establecen los jóvenes entre los temas de clases y los programas televisivos, así como qué conocimiento tienen de los lenguajes y técnicas televisivas. La segunda parte se basó en un método cualitativo, y por medio de éste se buscó entender cuáles eran los hábitos que compartían estudiantes y profesores al ser receptores televisivos.

A manera de conclusión, los maestros de los dos países coincidieron en que es muy baja la formación que ellos reciben en Educomunicación, porque no se cuenta ni con los implementos ni con la pedagogía necesaria. Pese a esto, expresaron la necesidad de ayudar a los estudiantes a desarrollar una mentalidad crítica frente a lo que consumen a través de un televisor.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. La cultura comunicativa a partir del desarrollo tecnológico

El mundo actual se encuentra caracterizado por el auge y el desarrollo tecnológico, el cual ha impactado todas las dimensiones y esferas de los seres humanos hasta tal punto que se crean y socializan valores que legitiman este tipo de sociedad (Murciano, 2005). Se puede afirmar que el desarrollo tecnológico ha permitido configurar la actual sociedad en la que vive el hombre y las estructuras culturales, económicas, políticas y sociales que definen cada uno de los contextos donde se encuentra inmersa la humanidad.

De este modo, identificar el impacto tecnológico desde un punto de vista global resultaría osado pues son múltiples y muy variados los escenarios donde la tecnología ha tenido influencia:

“Los efectos y el alcance, no sólo se sitúan en el terreno de la información y comunicación, sino que lo sobrepasan para llegar a provocar y proponer cambios en la estructura social, económica, laboral, jurídica y política. Y ello es debido a que no sólo se centran en la captación de la información, sino también, y es lo verdaderamente significativo, a las posibilidades que tienen para manipularla, almacenarla y distribuirla”. (Cabero, 1996)

Sin embargo, es posible estudiar dicho fenómeno atendiendo a los campos y niveles donde el desarrollo tecnológico ha tenido algún efecto, por ejemplo, el campo de la cultura comunicativa.

Algunos términos permiten definir de forma más precisa la actual dinámica del mundo. Dentro de estos se encuentran la denominada sociedad del conocimiento, la cual prioriza las redes, la conectividad, el manejo de la información y la construcción del conocimiento colectivo apoyado en un conjunto de factores como las nuevas tecnologías. En otros términos, la sociedad del conocimiento ha tenido un impacto profundo en el ámbito social, económico, político y cultural, desde su nacimiento en la década los 90, cuando se reemplazó con esta denominación la sociedad de la información (Rodríguez, 2009; Druetta, 2006).

Tubella y Requena (2005) exponen cómo la sociedad del conocimiento se concreta en una estructura de redes impactando la morfología social de las actuales sociedades, a su vez Mateo (2006) destaca que la figura de la sociedad del conocimiento representa el uso del saber y el conocimiento como parámetros que estructuran y condicionan la sociedad, y Marcelo (2001) señala que este tipo de sociedad se origina en los cambios tecnológicos y económicos, en donde el conocimiento representa el principal factor de éxito.

Cada uno de los autores expuestos pone de manifiesto que el desarrollo tecnológico ha sido una pieza clave en la construcción y reproducción de la actual sociedad del conocimiento. Esta es una sociedad centrada en el conocimiento, toda vez que dicho conocimiento, ya sea formal o informal, es producido, socializado, interiorizado, reelaborado y puesto en práctica para impulsar nuevas transformaciones en el campo político, social, cultural y económico.

En efecto, si bien las apreciaciones de los autores son heterogéneas, hay un aspecto en el que convergen todos: hablar de sociedad del conocimiento implica hacer referencia ineludible al desarrollo y uso de las tecnologías (Druetta, 2006; Tubella y Requena, 2005),

pues las mismas constituyen medios para la transferencia de la información y la configuración de nuevos escenarios de comunicación.

No se trata de un asunto nuevo. En los últimos treinta años ha tenido un auge exponencial la literatura sobre el desarrollo tecnológico y su impacto en la vida de los hombres y mujeres a nivel global. Por lo anterior, se habla de una revolución tecnológica que se enfoca en las tecnologías de la información y la comunicación, el uso y expansión de la internet, los adelantos en los campos de las ciencias exactas como la ingeniería, la genética, la medicina, entre otras (Castelles, 2002). Todo esto se encuentra estrechamente relacionado con el sistema económico, la dinámica de los mercados y los objetivos de nivel mercantil creados por el neoliberalismo. Productividad y competencia son dos conceptos que se relacionan con el desarrollo tecnológico y esto ha servido de base para fundamentar y legitimar el actual progreso en materia tecnológica.

Sin embargo, una visión crítica sobre este fenómeno permite denunciar la forma en que el desarrollo tecnológico se pone a disposición de las dinámicas y formas de poder predominantes, esto es, el poder económico. Sin duda, se observa que el desarrollo tecnológico ha servido en gran medida para legitimar y sustentar un sistema económico que ha traído consecuencias nefastas y profundas al mundo. Si bien no es objetivo de este ensayo ahondar en estos aspectos, resulta importante señalar esta perspectiva pues las intencionalidades que se tejen detrás del desarrollo tecnológico pueden también extenderse a la misma comunicación influenciada por este mismo proceso.

La comunicación juega un rol fundamental en el desarrollo tecnológico, y a su vez, el desarrollo de nuevas tecnologías impacta el ámbito de la comunicación. De allí que Martín (1992) describa que “sin centro [...] la sociedad se da como modelo la comunicación: red de conexión entre todos sus espacios y funciones, autorregulación que es equilibrio y circulación, retroacción constante, y transparencia, esto es, correspondencia entre todos los saberes en el código / idioma de la información”. En otros términos, los mismos sujetos y grupos sociales reconfiguran los modelos de comunicación utilizados en cuanto a funciones, criterios, relaciones, circulación, recepción, etcétera. Por tanto, el desarrollo tecnológico por sí mismo no genera las estructuras del modelo comunicativo pues esto les corresponde a los mismos hombres y mujeres que se encuentran inmersos en la comunicación.

Entonces es necesario distinguir que el binomio comunicación - desarrollo tecnológico no puede ser explicado de forma simplista y lineal en donde se reduzca la comunicación a los mismos medios o instrumentos tecnológico (Martín, 1992). Por el contrario, las relaciones que subyacen entre estas dos esferas deben ser explicadas desde las mismas prácticas, significados e intencionalidades de los sujetos. Esto se traduce en estudios de la comunicación que van más allá de los medios, los canales y los mismos mensajes, para centrarse en los sujetos que crean y reconstruyen el acto comunicativo.

Martín (1984, p. 24) menciona que la comunicación hasta ahora se ha venido estudiando de manera inadecuada, o al menos ha debido “perder el objeto para ganar el proceso”. El objeto se refiere a los mismos puntos de interés que durante décadas se han venido insertando en los estudios de la comunicación como los medios o canales, y que poco contribuyen a comprender e interpretar la comunicación desde los sujetos, es decir, desde el punto central de producción y socialización de la información.

Para el autor en mención, los desarrollos teórico-conceptuales en torno a la comunicación deben, en estos tiempos, abordarse desde la cultura alejándose de la idea de la comunicación como una “problemática de los medios, los canales y los mensajes”, es decir, de la óptica instrumentalista que ha buscado el control de las sociedades a través de la comunicación. La cultura de los sujetos se comprende como saberes, prácticas, significados, creencias y emociones que se construyen y socializan, y que de una manera u otra dan sentido a la comunicación. La finalidad o la intencionalidad de los sujetos en la comunicación es clave para comprender como se ha impactado este proceso a partir del desarrollo tecnológico.

Para Martín (1984) la comunicación debe ser observada desde los mismos procesos de comunicación gestados en las comunidades, entre los grupos sociales. La manera como usan el lenguaje, los canales que utilizan, el contenido de lo que comunican, las razones por las que comunican y la cultura que enmarca toda esta dinámica de retroalimentación son de necesario análisis para el estudio y uso de la comunicación. La propuesta aquí planteada es clara: es necesario abandonar el paradigma informacional de la comunicación así como su sentido positivista para encontrar más allá de los métodos el nuevo objeto de estudio de la comunicación.

Para Thompson (1998, p. 36) la comunicación es una actividad social en la que se produce, transmite y recibe formas simbólicas, dando un significado a la realidad de los sujetos. Del mismo modo, en el proceso de comunicación, el receptor no es un sujeto pasivo e inamovible. Por el contrario, las denominadas masas tienen la capacidad de tomar posturas críticas frente a la comunicación de la que son participes.

En términos finalísticos, el desarrollo tecnológico no impacta de manera aislada y por casualidad la comunicación. Existe un conjunto de propósitos de naturaleza económica, por lo general, que son promovidos a partir del desarrollo tecnológico al cimentar nuevas dinámicas comunicativas entre los sujetos: mayores niveles de consumo, expansión de mercados, aumento de la producción, etcétera.

Y a la vez, otro tipo de efectos tiene el desarrollo tecnológico como el de disminuir la capacidad crítica de los sujetos quienes poco o nada reflexionan sobre los contenidos a los cuales son expuestos y que estos mismos reproducen legitimando un orden social de naturaleza económico-global. Entonces, es necesario formar a los sujetos en habilidades y competencias para la recepción de la información, capacidades para la interpretación de los productos mediáticos y para la ubicación de estos productos en comprensión del momento histórico determinado (Thompson, 1998).

Por otro lado, se observa que el desarrollo de nuevas tecnologías tiene un impacto en la construcción de escenarios comunicativos alternativos. Explica sobre este asunto Cabrero (1996) que el desarrollo tecnológico

“[...] crea entornos tanto humanos como artificiales de comunicación no conocidos hasta la actualidad, y establecen nuevas formas de interacción de los usuarios con las máquinas donde uno y otra desempeñan roles diferentes, a los clásicos de receptor y transmisor de información, y el conocimiento contextualizado se construye en la interacción que sujeto y máquina establezcan”.

La anterior descripción indica que el desarrollo tecnológico promueve cada vez más diversos espacios para la comunicación. Ya sean reales o virtuales, estos escenarios de comunicación aumentan la cantidad de información a transmitir y permiten la generación de nuevos significados que impactan la forma de entender y pensar el mundo. La distancia y el tiempo se modifican, es decir, el aquí y el ahora se reconfiguran, para permitir un

mayor acercamiento del hombre con la información. Sin embargo, debe ser objeto de análisis y preocupación la disminución de los escenarios que permiten la comunicación entre los hombres de forma natural y humana, la cual no puede ser reemplazada por el desarrollo tecnológico.

2.2.2. *Educomunicación: recepción crítica de medios*

En un mundo cuya sociedad se mueve en red, y que en palabras de Castells, M. (1999) “se caracteriza por la globalización de la economía, la organización en redes, la flexibilidad e inestabilidad del trabajo, la individualización, la cultura virtual construida a través de medios de comunicación omnipresentes, interconectados y diversificados y la transformación de los cimientos materiales de la vida, el espacio y el tiempo”. Se observa cómo dicha sociedad se mueve a una velocidad vertiginosa. Las nuevas tecnologías de la información diversifican diariamente sus posibilidades. Cada día surgen nuevos medios, soportes y fuentes de informativas. Con ello, nuevos lenguajes y, en sí, otras formas de comunicarse se dan entre los seres humanos; algunas sencillas, otras amables pero casi siempre confusas y complejas.

Lo anterior conlleva a plantearse incógnitas que científicos y estudiosos han tratado de responder en el papel, y que buscan, como en el caso del presente proyecto, encontrar sustento en la experiencia, en lo real y a partir de procesos de investigación. Y es que todas las personas, especialmente las más jóvenes, reciben multitud de mensajes, a través de diferentes dispositivos; información, en la mayoría de los casos, amorfa y hasta polimorfa. Bombardeo de imágenes, códigos, señales, lenguajes y signos que en ocasiones, por la rapidez con la que se dan, no otorgan el suficiente tiempo para que sean procesados conscientemente por la mente. Con esto queda claro que la realidad se muestra como un cuadro hecho con trazos difusos, amplios, inabordables y pasajeros, es decir, de difícil interpretación. Ante esto, la sociedad se encuentra sumergida en una especie de aturdimiento porque a pesar del dominio sobre lo técnico no encuentra el mismo éxito al tratar de ejercer control sobre el contenido.

Ante este panorama, el ser humano precisa de instrumentos de navegación y de herramientas de análisis que le permitan llevar a cabo una reflexión coherente y un análisis

crítico de la gran cantidad de datos que transitan ante su presencia. Los niños, los jóvenes y los adultos requieren tener a su alcance instrumentos y estar capacitados para decodificar el cúmulo de información que reciben a diario.

La educación para la comunicación o Educomunicación pretende desempeñar esa función: dotar al ciudadano, sea éste chico o grande, de los utensilios necesarios para poner orden a ese enredo al que se enfrenta cada día, cada hora, cada minuto y cada segundo. La Educomunicación aparece, entonces, como la herramienta infaltable para toda persona que aspire a considerarse alfabetizada audiovisualmente: “Es en relación con la alfabetización de la que venimos hablando, que aparece la educación en comunicación –también llamada Educomunicación– como herramienta precisa para alcanzar dicha alfabetización audiovisual. El desarrollo de la educación en comunicación está vinculado a su integración en el currículo obligatorio” (Zarandona, *et. al.*, 2008, p. 122)

Como campo de estudio, interdisciplinar y transdisciplinar, la Educomunicación abarca las dimensiones teórico prácticas de dos disciplinas: la educación y la comunicación que, aunque históricamente han estado separadas, tienen mucho en común y, de hecho, exigen ser abordadas así. Ésta, también es conocida en el contexto iberoamericano como *educación en materia de comunicación, didáctica de los medios, comunicación educativa, alfabetización mediática o pedagogía de la comunicación; y media literacy o media education*, en el contexto anglosajón (López y Cinta, 2015).

De la misma, existen diferentes concepciones teóricas, como por ejemplo la de Célestin Freinet, quien convencido de la necesidad de transformar el sistema educativo, introdujo por primera vez en la historia un medio de comunicación en el ámbito escolar. La acción pedagógica puesta en práctica a través de la imprenta escolar permitió transformar los métodos memorísticos y mecánicos basados en la transmisión de contenidos por otros más acordes a la vida y la curiosidad de los educandos. Estos, motivados por la necesidad de conocer la realidad social para poder comunicarla a través del periódico escolar, aprendían por medio de la comunicación (Kaplún, 1998).

Ya a partir de los setenta, varios hechos y autores entraron en escena para conformar lo que hoy se conoce como el cuerpo creciente de lo que es la Educomunicación, entre ellos:

“la influencia de la perspectiva crítica sobre las industrias culturales de la Escuela de Frankfurt, a través de autores como Adorno, Horkheimer y Marcuse; así mismo, los estudios de *Comunicación para el Desarrollo* en América Latina y las teorías de Marshall McLuhan sobre la comunicación. De igual manera la producción textual y las experiencias de educadores en diferentes partes de la tierra, entre los que se destacan, Paulo Freire, Mario Kaplún, Francisco Gutiérrez y Daniel Prieto Castillo, entre otros”. (Barbas, 2012, p. 159)

Por aquella época, el Consejo Internacional de Cine y Televisión (CICT) de la UNESCO, definió la educación para la comunicación así:

“Por educación en materia de comunicación cabe entender el estudio, la enseñanza y el aprendizaje de los medios modernos de comunicación y de expresión a los que se considera parte integrante de una esfera de conocimientos específica y autónoma en la teoría y en la práctica pedagógica, a diferencia de su utilización como medios auxiliares para la enseñanza y el aprendizaje en otras esferas del conocimiento como las matemáticas, la ciencia y la geografía”. (CICT, 1973, citado por Margalef, 2010, p. 77)

Por su parte, la UNESCO, finalizando la década de los 70, y en aras de complementar el concepto emitido por la CICT, puntualizó qué la Educomunicación encierra:

“[...] todas las formas de estudiar, aprender y enseñar a todos los niveles (...) y en toda circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación, la modificación que producen en el modo de percibir, el papel del trabajo creador y el acceso a los medios de comunicación”(UNESCO, 1979, citado por Ministerio de Educación de España, 1994, p. 17)

En tal sentido, Masterman, L. (1993), en la Conferencia Nacional sobre Comunicación, señaló que este campo de estudios “[...] debe apuntar a aumentar el conocimiento por

nuestros alumnos del funcionamiento de los medios de comunicación, del modo que tienen de producir un significado, de su forma de organización, de cómo construyen la realidad, y de la comprensión de esa ‘realidad’ por quienes la reciben”.

2.2.3. Usos y apropiaciones de las TIC en el aula

Un factor clave que se desprende del amplio desarrollo tecnológico gestado en las últimas décadas son las denominadas *Tecnologías de la Información y la Comunicación - TIC-*, las cuales se han convertido en un tema de actualidad e interés dentro de la literatura.

El término TIC se ha venido empleando como parte de las tecnologías emergentes que en la actualidad han obligado a las sociedades a transformarse y tienen relación con el uso de los diversos medios informáticos que permiten el almacenamiento, procesamiento y difusión de los diferentes tipos de información. En síntesis, constituye un elemento que se ha adherido a la cultura en su totalidad: “la transformación que están produciendo en nuestros modos de hacer –aún las actividades más cotidianas– y la magnitud en que han potenciado nuestras capacidades, las han convertido en un elemento indispensable para individuos y sociedades” (Depetris, *et. al.*, 2008).

El empleo de los medios informáticos como computadores, *software* y *hardware*, para el manejo de la información se han observado como una necesidad imperante del medio globalizado. Esto responde al nuevo esquema mundial que ha transformado el espacio en una sociedad del conocimiento. Señala sobre el tema Pérez (2005):

“En el actual contexto social y económico las siglas TI, tecnologías de la información, y TIC, tecnologías de la información y comunicaciones, no son ajenas a ningún ámbito y forman parte de la vida cotidiana tanto de ciudadanos como de las empresas, donde indiscutiblemente se les reconoce como pilares básicos para el desempeño normal de la actividad [humana]”.

En este orden de ideas, el desarrollo tecnológico ha posibilitado la ampliación y potenciación de tecnologías que permiten nuevas formas comunicativas y una mayor producción de la información, las cuales tienen incidencia global sobre las actividades

humanas, y una de estas actividades se refiere a la producción y socialización del conocimiento.

Por su parte, Marques (2001) describe que las TIC tienen múltiples funciones dependiendo del campo en el que se utilice: económico, social, político y cultural. Dentro de las funciones relacionadas con la generación de conocimiento se encuentran:

- a. Posibilitar la comunicación, la transmisión de la información y la construcción de comunidades de aprendizaje autónomo.
- b. Potencializar los procesos a nivel de pensamiento, permitiendo que las personas construyan estructuras mentales y nuevas formas de pensar.
- c. Organizar, clasificar y analizar la información en términos de eficiencia para mejor manejo y mayor acceso por parte de la sociedad.
- d. Crear nuevos espacios y metodologías para la enseñanza y el aprendizaje, como el campo del *e-learning*, fortaleciendo procesos metacognitivos.
- e. Generar nuevos modelos de aprendizaje para las comunidades.

Uno de los referentes más importantes de la Educomunicación es Paulo Freire, pedagogo brasileño, autor de la obra *Pedagogía del Oprimido*, que enfatiza el poder liberador de la educación. Este autor establece una dialéctica entre el docente y el estudiante, a fin de potencializar los recursos creativos con los que cuentan ambos.

“En las relaciones humanas del gran dominio, la distancia social existente no permite el diálogo. Éste, por el contrario, se da en áreas abiertas, donde el hombre desarrolla su sentido de participación en la vida común. El diálogo implica la responsabilidad social y política del hombre”. (Freire P. 2007, p.64)

Sin lugar a duda, una sociedad con el actual ritmo acelerado de información, la competencia laboral más alta de los últimos tiempos y el incremento tecnológico cada vez más agudizado, debe estar en la capacidad de formar a su generación de relevo con las competencias necesarias en los ámbitos de conocimiento pero también en el uso adecuado de las nuevas tecnologías.

Esta apreciación no es sólo para los universitarios que escogieron la carrera de sus sueños, es también y sobre todo, para los estudiantes de los colegios de cualquier año, que están sumergidos en una realidad interconectada y fugaz que les abre horizontes inexplorados, con todos los matices a su disposición. Pensar en la potencialidad que ofrecen las TIC, más allá del ocio o del proceso cultural, es posible cuando se establece una cobertura de Educomunicación, a través de la crítica y análisis de los usos y apropiaciones de estas herramientas.

“una educación que permita desarrollar la adaptación al cambio, así como un aprender que resalte la flexibilidad mental para operar con información abundante y diversa, pues no se puede olvidar que los niños viven inmersos en este mundo”. (Sánchez, 2001, p.42)

No se está hablando de incorporar un par de innovaciones tecnológicas al aula de clase, es de vital importancia identificar el contexto en el que se mueven los estudiantes. La virtualidad, las aplicaciones, los medios, la interacción globalizada, los nuevos discursos y demás elementos que conforman la cotidianidad de niños, adolescentes y jóvenes, deben vincularse en el proceso enseñanza-aprendizaje. Arriesgarse a establecer puentes sólidos entre la práctica pedagógica y la vida real que transcurre fuera de la institución: es un llamado a la coherencia social.

El sociólogo español Manuel Castells, autor de *La sociedad de la información y sus contradicciones*, plantea que las tecnologías que utilizamos para interactuar en el mundo virtual tienen una relación dialéctica con la cultura. Tal como señala Manuel Castells, muchos rasgos del paradigma informacional deviene también rasgos culturales, como son la interconexión, la porosidad y la flexibilidad (Castells, 2006, p. 88).

La hibridación cultural que da cuenta de la herencia de la globalización y cómo este contacto al que se exponen los individuos, irrumpe en las aulas de clase, sin distinción social y permite una afluencia de saberes que trasciende el espacio geográfico. Es cierto que las diferencias socioeconómicas enmarcan situaciones y posibilidades diferentes en cuanto al acceso de la información, pero es sabido que la proliferación de estas herramientas y medios tecnológicos, han plagado países enteros y se han colado en lugares insospechados.

La implementación de estos medios, ya no es solo la elección de un par de docentes modernos que quieren volver su clase un show, esta práctica es un deber que se convierte en un privilegiado reto para algunos y un dolor de cabeza para otros.

Según Jesús Martín Barbero, sociólogo español, nacionalizado en Colombia y precursor de muchos de los estudios sociales en el campo de la Educomunicación, comunicación cultural y para el cambio social, es necesario entender que “la transformación de los modos de leer... está dejando sin piso la obstinada identificación de la lectura con lo que atañe solamente al libro y no a la pluralidad y heterogeneidad de textos, relatos y escrituras (orales, visuales, musicales, audiovisuales, telemáticos) que hoy circulan” (Maryin,1997, p. 12).

Cómo se establecen líneas curriculares en las que entre la nueva manera de leer el conocimiento, descentralizando el libro como eje de este proceso y enfocando más la dinámica hacia una superficie enriquecida desde el relato en tercera dimensión, multimedial y pluri-sensorial.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

ACRÍTICO: En esta investigación el concepto acrítico se asocia al estudiante o sujeto de formación con capacidades bajas o pocas habilidades para reflexionar, comprender e interpretar sucesos, objetos o fenómenos a fin de tomar posturas, decisiones o acciones que demuestren un manejo adecuado de la información.

ALFABETIZACIÓN: La alfabetización corresponde a un proceso complejo que vincula las funciones de lectura y escritura. Estas dos actividades se encuentran interrelacionadas y son interdependientes. Son base estructural del acto comunicativo porque le permite a los sujetos adentrarse en los códigos comúnmente aceptados y darle un significado a la información transmitida.

ALFABETIZACIÓN AUDIOVISUAL: La alfabetización audiovisual utiliza otro tipo de códigos y estructuras, y estos pertenecen al campo de los medios de comunicación. Los medios transfieren una gran variedad de información a los usuarios a través de diferentes

canales y la alfabetización se traduce en las capacidades de los sujetos para acceder a estos contenidos, comprender e interpretar los mismos de forma consciente.

APRENDIZAJE: El aprendizaje es un proceso permanente que busca la aprehensión del mundo y el cambio de la persona en diferentes niveles para mejorar su capacidad de adaptación. El aprendizaje mantiene una relación estrecha con el saber y este se transmite al sujeto para su recepción, acomodación y estructuración con el propósito de generar conocimiento. Este proceso de asimilación, acomodación y adaptación es lo que se conoce como aprendizaje.

AUDIOVISUAL: Se refiere a los contenidos que tienen sistemas sonoros y visuales. Este tipo de contenidos son los más llamativos entre la actual sociedad y a través de ellos se transmite un gran cumulo de información a diferentes usuarios. Frente a este tipo de contenidos la capacidad crítica no sólo debe centrarse en la imagen sino que además debe enfocarse en el sonido: en conjunto, el mensaje transmitido adquiere un significado y una intencionalidad que debe ser identificada.

AULA: Se traduce en el espacio institucionalizado por la escuela para llevar a la práctica el proceso formativo. El aula representa la escena del proceso de enseñanza-aprendizaje, y el campo donde se permite la socialización de significados, creencias, percepciones, sentimientos, emociones y saberes, es decir, la cultura propia de los individuos.

COMUNICACIÓN: Desde los aportes teórico conceptuales consultados, la comunicación es entendida como un proceso de construcción, reconstrucción y socialización de los significados, las percepciones, las emociones y las creencias. La retroalimentación es un elemento esencial del acto comunicativo y de él se desprende el acercamiento con los otros.

CRÍTICO: En esta investigación el concepto crítico se asocia al estudiante o sujeto de formación con capacidades suficientes o habilidades necesarias para reflexionar,

comprender e interpretar sucesos, objetos o fenómenos a fin de tomar posturas, decisiones o acciones que demuestren un manejo adecuado de la información.

EDUCOMUNICACIÓN: Se refiere a un campo específico de la educación que tiene por objeto el análisis del fenómeno comunicativo en la educación. La intención de la educomunicación es reconocer las potencialidades, oportunidades, estrategias y acciones que pueden ser implementadas en la escuela desde la comunicación para fortalecer los procesos formativos y las competencias relacionadas con la comprensión y el manejo adecuado de la información que nutre el proceso de comunicación.

ENSEÑANZA: Es el proceso que tiene por objetivo la socialización de la cultura, es decir, los saberes, las prácticas, las creencias, los significados y las actitudes necesarias para responder al contexto en que se encuentra inmerso el sujeto de aprendizaje. Le corresponde esta labor al docente, quien debe diseñar los planes y las acciones necesarias para llevar a cabo los procesos de socialización.

EQUIPAMIENTO: De acuerdo al contexto de este proyecto, el equipamiento se refiere a los medios y recursos necesarios para llevar a cabo una determinada acción o actividades. Por tanto, el equipamiento aumenta las capacidades y oportunidades de las personas para ejecutar una acción. Los medios y recursos en el contexto de la investigación se concretan en los tiempos, prácticas y tecnologías necesarias para acceder a las redes sociales como Facebook y YouTube. También se refiere a los elementos requeridos para tener una posición crítica frente a los contenidos socializados en estas redes.

FACEBOOK: Es una herramienta según las funciones que se le otorguen y corresponde a un medio de socialización de contenidos, es decir, de información entre redes de personas. En otras palabras es un *mass media* porque corresponde a un medio de comunicación de masas. Permite la actualización permanente de información y reduce los espacios de división entre las personas.

MASS MEDIA: Es un término que se refiere a los medios de comunicación de masa. Hace mención a los instrumentos que permiten la difusión colectiva y a gran escala de contenidos a los sujetos y a la sociedad. Tanto Facebook como YouTube son medios de comunicación masivos donde miles de millones de personas se encuentran enviando y recibiendo contenidos de diferente tipo.

MILLENNIALS: Corresponde a la denominación dada a los jóvenes nacidos entre la década de los ochenta y la primera mitad de los noventa. Se trata de una generación de jóvenes que comparten un conjunto de características: inteligentes, flexibles, profesionales, trabajadores y egocéntricos. Así mismo, estas personas nacen en un periodo de adelantos tecnológicos a gran nivel y su acceso a los mismos se posibilita. En términos comunicativos, esta generación está interconectada y difunde información entre las redes.

RECEPCIÓN CRÍTICA: La recepción crítica corresponde a un prerequisite de la capacidad crítica del sujeto y se concreta en la capacidad decodificadora de los mensajes percibidos. La recepción crítica le permite a los sujetos identificar la información e incorporarlo de manera consciente a la mente para su debido análisis e interpretación.

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.

TECNOLOGÍA: Conjunto de conocimientos y técnicas que aplicados de forma lógica y ordenada, permiten al ser humano modificar su entorno material o virtual para satisfacer sus necesidades, esto es, un proceso combinado de pensamiento y acción con la finalidad de crear soluciones útiles.

YOUTUBE: Es un portal del Internet que permite a los usuarios socializar contenidos audio-visuales con diferentes tipos de mensajes. Su uso es muy común entre la población y

el acceso al mismo se puede dar a través de varios dispositivos. Los jóvenes se encuentran expuestos de forma permanente a este tipo de contenidos, lo que infiere la necesidad de capacitar a los mismos para la apropiación adecuada de este tipo de información.

YOUTUBERS: Se llama a la persona que tiene cientos de miles de seguidores en su canal de YouTube y que pretende o puede ganarse creando y subiendo esos vídeos a su canal. Tienen una influencia dentro de sus seguidores y puede servir de herramientas para el desarrollo de procesos formativos integrales.

2.4. MARCO CONTEXTUAL

El Colegio San José de Cúcuta es una institución educativa creada en el año 2002 a partir de la fusión de varias instituciones: el Colegio Femenino Departamental de Bachillerato, el Colegio Departamental Integrado Nocturno de Bachillerato (ya inexistente), la Escuela Mercedes Abrego No. 12, la Escuela Cristo Rey No. 05, Escuela la Cabrera No. 45 y la Escuela Rafael Espinoza No. 37. Estas dos últimas instituciones fueron fusionadas como una única sede. De este modo, el Colegio San José de Cúcuta se encuentra estructurado por cuatro sedes que atienden aproximadamente a 3.300 estudiantes en los niveles de formación preescolar, básica primaria y secundaria, media académica y media técnica.

El direccionamiento estratégico del Colegio San José se encuentra estructurado por la misión, la visión, la filosofía, los principios institucionales y los objetivos institucionales. La misión de la institución educativa se caracteriza por: a) ofrecer una formación ligada a la ciencia y la promoción de valores de diferente tipo (morales, éticos, cívicos, culturales y convivencia social), b) tener como referente el progreso tanto de las familias como la sociedad, c) fomentar la investigación, el descubrimiento, la creatividad y la auto-gestión entre los estudiantes, d) procurar el desarrollo de instrumentos y mecanismos que posibilite entre los educandos la mejora de la calidad de vida, e) fortalecer un ambiente democrático y pluralista, es decir, un espacio de inclusión que facilite la construcción de la identidad, la autonomía y diversas formas de acción social. Esta misión es coherente con la naturaleza y las exigencias de la actual sociedad del conocimiento y la información, pues el perfil del

estudiante que se infiere de la misión se encuentra estrechamente relacionado con las capacidades críticas requeridas para evaluar y sistematizar contenidos virtuales.

Por otro lado, la visión del Colegio San José de Cúcuta se centra en la formación integral de calidad en los diferentes niveles de educación formal. Así mismo, describe que la institución busca innovar a través del uso de nuevos paradigmas pedagógicos y curriculares con el propósito de formar sujetos críticos y reflexivos. La visión se relaciona con la investigación desarrollada pues tanto la una como la otra tienen una misma finalidad: la construcción de un sujeto crítico y reflexivo, es decir, una persona con habilidades y capacidades para tomar una postura sobre su situación, el contexto que le rodea y los problemas sociales y políticos que infieren en su calidad de vida.

Algunos de los objetivos institucionales del Colegio San José de Cúcuta se relacionan con la investigación sobre capacidades críticas y acríicas frente a contenidos en redes sociales:

“a) fomentar prácticas democráticas para el desarrollo de los principios y valores de la participación y organización ciudadana, estimulando la responsabilidad y autonomía; b) vigorizar las potencialidades y valores humanos del alumno con una libertad responsable que lo conduzca a la transformación del entorno, asumiendo nuevas tendencias científicas, tecnológicas, educativas, artísticas y comunicativas; y c) potenciar una actitud crítica del alumno frente a la realidad, tomando conciencia de las diferencias sociales, culturales y regionales que lo lleven a una transformación social, real y auténtica”.

Se observa que uno de los propósitos principales del Colegio San José de Cúcuta es formar a la población escolar en capacidades críticas que les permita afrontar su realidad y contexto con el propósito de brindar soluciones a los diferentes problemas próximos. Así mismos, la institución reconoce otros aspectos importantes como la participación, el ejercicio ciudadano, la responsabilidad, la autonomía y los valores humanos. Frente a contenidos virtuales se espera que cualquier persona pueda tomar una postura donde se refleje cada uno de estos elementos mencionados.

En cuanto al Proyecto Educativo Institucional del Colegio San José de Cúcuta, el documento describe que se trata de una institución conformada por cuatro sedes, cuya sede principal se ubica en una zona caracterizado por el comercio de bienes y servicios, grandes

almacenes, el funcionamiento de oficina y ventas callejeras. En otras palabras, el contexto próximo de la escuela está dado por una alta dinámica comercial y mercantil. En relación con la población escolar y las familias, el PEI de la institución señala:

“Por su ubicación, la Comunidad Educativa es totalmente heterogénea pues sus alumnos y demás miembros proceden de diferentes barrios del área metropolitana de la ciudad de Cúcuta, Los Patios, Villa del Rosario, y de Ureña y San Antonio, de la República de Venezuela. Por la anterior situación, los estudiantes proceden de ambientes familiares y barrios o comunidades con marcadas diferencias, lo que produce una amalgama de hábitos, costumbres, modos de ser y actuar que en un momento dado hacen más compleja la acción docente, y pertenecen a los estratos socio-económicos 1, 2 y 3”. (Consejo Directivo Colegio San José de Cúcuta, 2013).

2.5. MARCO LEGAL

Constitución Política de 1991

Artículo 20. Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

Artículo 15. Todas las personas tienen derecho a su intimidad personal y familiar y a su buen nombre, y el Estado debe respetarlos y hacerlos respetar. De igual modo, tienen derecho a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas. En la recolección, tratamiento y circulación de datos se respetarán la libertad y demás garantías consagradas en la Constitución.

Artículo 67. La educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura. La educación formará al colombiano en el

respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia; y en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente.

Ley 115 del 8 de febrero de 1994

Artículo 5. Algunos fines de la educación consignados en este artículo son:

a. El desarrollo de la capacidad crítica, reflexiva y analítica que fortalezca el avance científico y tecnológico nacional, orientado con prioridad al mejoramiento cultural y de la calidad de la vida de la población, a la participación en la búsqueda de alternativas de solución a los problemas y al progreso social y económico del país.

b. La promoción en la persona y en la sociedad de la capacidad para crear, investigar, adoptar la tecnología que se requiere en los procesos de desarrollo del país y le permita al educando ingresar al sector productivo.

Ley 1286 del 2009 [Ley de Ciencia y Tecnología]

Uno de los propósitos del artículo 3 es promover la calidad de la educación formal y no formal, particularmente en la educación media, técnica y superior para estimular la participación y desarrollo de las nuevas generaciones de investigadores, emprendedores, desarrolladores tecnológicos e innovadores.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El capítulo III del estudio describe la metodología implementada para el desarrollo de la investigación, el análisis de los datos y las etapas propias del proceso investigativo. Se define dentro de este acápite el nivel de investigación del estudio, el tipo de investigación en el cual se enmarcan los objetivos trazados, la población y muestra del estudio y el método de investigación siguiendo las recomendaciones y aportes de Hernández, R; Fernández, C y Baptista, P. (2006) entre otros autores.

3.1. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El enfoque que se tendrá en cuenta en el presente proyecto de investigación que busca consolidar estrategias educomunicativas hacia una aprehensión crítica de Facebook y Youtube en los jóvenes de noveno grado de instituciones de educación media de Cúcuta, Pamplona y Villa del Rosario. Caso: Colegio San José de Cúcuta, es mixto porque incluye técnicas de naturaleza cualitativa y cuantitativa. En otras palabras, la investigación mantiene un enfoque cualitativo pero se apoya en algunas técnicas cuantitativas para ampliar la comprensión del fenómeno objeto de estudio.

La investigación cualitativa en palabras de Zabala, M. (2009, p. 118) constituye un “modelo práctico viable en los campo del saber humano, fundamentalmente en la educación como objeto de estudio psicopedagógico, sociológico, antropológico, etcétera”. En otros términos, la investigación cualitativa en cuanto a modelo sirve para orientar los estudios en el área de la educación, los cuales buscan analizar, interpretar, explorar y describir las particularidades o cualidades propias del fenómeno educativo en cualquiera de sus niveles.

De acuerdo a Gómez, M. (2006, p. 60) el enfoque de investigación cualitativo tiende al uso de “métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones”. Así mismo, el autor señala que el propósito de la investigación

cualitativa es “reconstruir la realidad, tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido”. El centro de la investigación cualitativa es el fenómeno social, y la experiencia y representaciones de los actores o participantes que se encuentran inmersos en dicho fenómeno. Pero esto no significa que se deban excluir técnicas de naturaleza cuantitativa, pues el análisis cualitativo puede ser apoyado con este tipo de técnicas. Como explican Hernández, R; Fernández, C y Baptista, P. (2006, p. 755): “Proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento. En esta investigación el enfoque cuantitativo se aplica al determinar resultados numéricos utilizando la técnica de la encuesta [...]”.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

A partir de los avances tecnológicos se ha generado una nueva visión de la sociedad en la que los adolescentes, como parte de ella, encuentran cada vez menos barreras de tiempo y espacio frente al uso de la Internet. Cada día son más numerosos los retos frente a este aspecto, a raíz de los cuales la escuela se ve abocada a investigar para generar respuestas a las encrucijadas y problemáticas que plantean las interacciones entre los muchachos y los paisajes audiovisuales, que se dibujan ante ellos a través de las TIC.

Siendo esta la pretensión del actual proyecto, en el cual se busca consolidar una estrategia educomunicativa para una aprehensión crítica de Facebook y Youtube en los jóvenes de noveno grado de instituciones de educación media de Cúcuta, Pamplona y Villa del Rosario. Caso: Colegio San José de Cúcuta, se estableció llevar a cabo un tipo de investigación que permita entablar diálogo entre ideas y ejercicios sustentados en técnicas como la encuesta y el *focusgroup*.

El propósito central del estudio no se reduce sólo a la descripción y al análisis del fenómeno social-educativo ya mencionado, sino al diseño de una propuesta formativa que permita la formación para consumir críticamente aquello que es transferido a través de las tecnologías y los medios de comunicación. Se trata de una propuesta centrada en la alfabetización audiovisual pues los sujetos partícipes del estudio sólo han llegado al dominio de lo técnico por iniciativa y de manera espontánea, pero requieren alcanzar mayores

niveles formativos que les permita la decodificación de lenguajes, símbolos y mensajes que circulan en la Web para que logren adoptar una postura crítica frente al mismo.

En tal sentido, la investigación es de tipo descriptiva. Este tipo de estudio busca identificar los elementos que caracterizan determinado fenómeno objeto de análisis, es decir, se preocupa por la descripción detallada de la situación que es sometida a investigación a fin de ahondar en el mismo y descubrir su naturaleza y estructura. Sobre este tipo de investigación sostiene Tamayo, M. (2005) que la misma se concentra en “la descripción, el registro, el análisis y la interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos”. En efecto, esta investigación se centra en la identificación de las habilidades críticas y acríicas de un grupo de estudiantes frente a contenidos de Facebook y Youtube en un marco donde se analizan factores como el equipamiento, la frecuencia, los usos y prácticas, las intencionalidades y las funciones, y la interpretación dada a estos contenidos Web.

Por otro lado, atendiendo a que esta investigación se inscribe en un macroproyecto en donde se analiza el mismo fenómeno en escenarios diferentes, estudiantes de noveno grado en Cúcuta, Pamplona y Villa del Rosario, el proyecto corresponde a un estudio de carácter transversal pues estos tienen como objetivo comparar un mismo fenómeno entre varios grupos en un único momento temporal.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. Población

La población que integra el estudio se encuentra comprendida por jóvenes de educación media de las ciudades de Cúcuta, Villa del Rosario y Pamplona. En la ciudad de Cúcuta el caso corresponde a la Institución Educativa Padre Luis Variara y Colegio San José de Cúcuta; en la ciudad de Pamplona el caso está centrado en la institución educativa Colegio Cambridge School y en Villa del Rosario el caso analizado es el del Colegio Departamental Integrado General Santander.

En este documento se presentan los resultados y el análisis del Colegio San José de Cúcuta, cuya población está constituida por 750 estudiantes pertenecientes a la jornada de

la mañana y que oscilan entre los grados sexto y once (nivel de educación básica secundaria y media). Se aclara que las otras tres instituciones, Padre Luis Variara, Cambridge School y Colegio Departamental Integrado General Santander, serán abordadas por otros investigadores que forman parte de este Macroproyecto.

3.3.2. Muestra

En la investigación sobre estrategias educomunicativas hacia una aprehensión crítica de los contenidos de Facebook y Youtube en los jóvenes de noveno grado de instituciones de educación media de Cúcuta, Pamplona y Villa del Rosario. Caso: Colegio San José de Cúcuta, se utiliza el tipo de muestreo probabilístico, que es aquel en donde toda la población a intervenir tendrá la misma oportunidad de ser seleccionada a partir de los procesos que se realicen. A través de ello, se utilizó la aleatorización para garantizar la correcta muestra representativa de las unidades que componen el universo.

A su vez y con el fin de garantizar la validez de la investigación, se implementó un subtipo de muestra llamada muestreo probabilístico mixto, que presenta la combinación de dos tipos. Primero, muestreo probabilístico simple, en el que se asegura que toda la población esté incluida en el proceso para poder establecer de manera adecuada la selección al azar del número deseado de sujetos. Y segundo, muestreo probabilístico estratificado o proporcional, en el cual los individuos son agrupados en diferentes maneras, tales como edad y sexo, entre otras.

El primer tipo de muestro probabilístico es utilizado para garantizar los resultados precisos en la aplicación de la encuesta, y el segundo, para establecer la cantidad de estudiantes que integran el *focusgroup*.

3.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación comprende las etapas o fases del estudio, es decir, el proceso que sigue el investigador para alcanzar los objetivos propuestos. En la literatura se hace referencia a diferentes etapas y fases que estructuran la investigación cualitativa. Para este estudio se consideran los aportes de Rodríguez, G., Gil, J. y García, E. (1996), quienes

señalan que la investigación cualitativa sigue por lo general un conjunto de fases a saber: *preparatoria, trabajo de campo, analítica e informativa*.

3.4.1. *Fase preparatoria*

En la *fase preparatoria* el investigador concreta su proyecto de investigación con el desarrollo de dos etapas: reflexiva y diseño. Al final de esta fase el investigador concreta su marco teórico-conceptual y las actividades que realizará para la recolección de los datos, el análisis de la información y la interpretación de los resultados. En la primera etapa (reflexiva) el investigador se concentra en la literatura relacionada con el tema. Con estas acciones previas el investigador se ubica dentro del amplio espectro del conocimiento producido para definir los elementos teóricos y metodológicos utilizados en otros escenarios de estudio. La etapa reflexiva en esta investigación se encuentra concretada en los capítulos I y II donde se ahondo en el problema desde los elementos del fenómeno y la teoría desarrollada por un gran cúmulo de autores.

En la segunda etapa (diseño) el investigador define el método de investigación, el enfoque y nivel de investigación, la población y muestra de estudio, las técnicas a utilizar y la forma en que realizará el análisis de la información recolectada. Por tanto, en esta etapa de diseño se definen las actividades que se desarrollarán a fin de explorar cada una de las variables que se consideran relevantes para los propósitos del estudio. Esta etapa se concreta en el capítulo de marco metodológico donde se define el enfoque cualitativo y el nivel descriptivo para esta investigación, así como la población y la muestra, y el diseño metodológico.

Las categorías y variables de análisis para esta investigación se definen en la tabla 1 que a continuación se consigna. Como se observa, la investigación gira en torno a tres categorías que permiten la descripción a profundidad del fenómeno: equipamiento, fines o intencionalidades, y capacidad crítica. El equipamiento se refiere a las capacidades y oportunidades de los estudiantes para acceder a los contenidos de Facebook y Youtube, los fines o intencionalidades corresponden a los usos, prácticas y objetivos del uso de las redes sociales por parte de los estudiantes, y la capacidad crítica corresponde a un conjunto de

habilidades que pueden considerarse como críticas frente a los contenidos de las redes sociales.

Tabla 1. Categorías, variables e indicadores de análisis

Categorías	Variables	Instrumento / Técnica
Equipamiento	Tiempo	Encuesta
	Tipo de tecnologías / dispositivos	Encuesta
Fines o intencionalidades	Tipo de actividades	Encuesta
	Socialización de contenidos a nivel social	Encuesta
	Necesidad de pertenencia a las redes	Focusgroup
	Consecuencias de las prácticas	Focusgroup
Capacidad crítica	Percepción de las redes - riesgos	Encuesta
	Objetividad de los contenidos (validez, falsedad)	Encuesta Focusgroup
	Acciones para identificar información falsa	Focusgroup
	Influencia de los contenidos sobre actitudes y aptitudes	Encuesta Focusgroup
	Utilidad para el ámbito formativo	Focusgroup

Fuente: Elaboración propia

Para la recolección de la información se aplican dos técnicas. La primera es la encuesta la cual se encuentra estructurada en 16 preguntas (ocho sobre Facebook y ocho sobre Youtube) y que comprende aspectos como tiempo, tipo de tecnologías, tipo de actividades, socialización de contenidos, objetividad frente a los contenidos e influencia de los contenidos (apéndice A). La segunda técnica utilizada es el *focusgroup*, la cual se aplica a un grupo de estudiantes del grado noveno del Colegio San José de Cúcuta. Con esta técnica se recolectó información relacionada con la necesidad de pertenencia a las redes, objetividad de los contenidos, acciones para identificar datos e información falsa, influencia de los contenidos y utilidad en el ámbito informativo (apéndice B).

3.4.2. *Fase trabajo de campo*

La segunda fase de la investigación corresponde al *trabajo de campo*. En esta fase se hizo aplicación de las técnicas antes descritas, se tuvo acceso a la población y se recolectaron los datos a través de las técnicas. La primera etapa de esta fase fue de acceso al campo a fin de reconocer y explorar la población objeto de estudio así como el contexto escolar, lo cual permitió una mejor planeación para la aplicación de las técnicas e instrumentos. Con posterioridad, se hizo la recogida productiva de datos. En esta etapa se buscó que la aplicación de las técnicas (encuesta y *focusgroup*) se hiciera de la manera más apropiada a fin de asegurar el mayor grado de objetividad.

A cada uno de los participantes se les explicó el tipo de técnicas a utilizar, el objetivo de las mismas y la forma en que debían ser desarrolladas. La encuesta fue aplicada a la totalidad de la población del grado noveno, es decir, 126 estudiantes que se distribuyen en tres cursos.

3.4.3. *Fase analítica*

La fase analítica corresponde a la manera en que se sistematizaron los datos recolectados y el análisis respectivo de cada uno de ellos. La información de la encuesta fue tabulada, graficada, analizada e interpretada. De este modo, cada elemento relevante de la encuesta se sistematizó a fin de interpretarse a la luz del marco teórico-conceptual que sustenta la investigación. En cuanto al *focusgroup*, cada variable de análisis fue sometida a interpretación a partir del enfoque fenomenológico-hermenéutico a fin de extraer inferencias que apoyaran la formulación de las conclusiones. Por último, el análisis de cada una de las fuentes de información fue sometida a un proceso de interpretación general, correlacionando los resultados de manera integral.

3.4.4. *Fase informativa*

Esta fase se encuentra estructurada por el informe final de investigación, el cual es objeto de evaluación y retroalimentación. La finalidad de este documento es dar a conocer

los resultados de la investigación y las conclusiones formuladas en torno al objeto de estudio.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

El capítulo IV de la investigación tiene como objeto presentar los hallazgos de la investigación, el análisis respectivo y la interpretación de los resultados a la luz del marco teórico conceptual que sustenta la investigación. Se detallan los tiempos, pasos y formas en que se hizo el trabajo de campo y el análisis correspondiente, el cual generó las bases para el diseño de la propuesta educomunicativa y la formulación de las conclusiones.

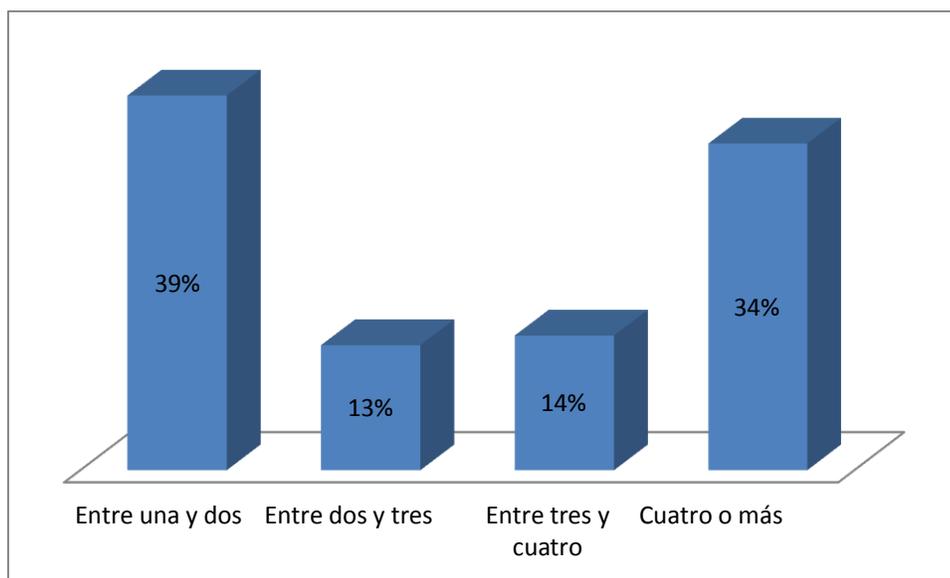
4.1. RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

Durante los meses de octubre y noviembre de 2015 se aplicó la encuesta contenida en el apéndice A, a los estudiantes del grado noveno del Colegio San José de Cúcuta. Para ello, se solicitó un permiso a los padres de familia y a los directivos de la institución educativa. Una vez aprobada la aplicación de la técnica se pasó a explicar a los estudiantes el objetivo del estudio y la forma en que debía ser resulta la encuesta. En otra sesión se hizo la aplicación de la misma entre los estudiantes y por último se sistematizaron y analizaron los datos recolectados por parte de los investigadores. Los resultados, el análisis y la interpretación se muestran a continuación divididos en dos bloques según el tipo de red social: Facebook y Youtube. El total de la población y muestra fue de 126 estudiantes, pertenecientes a los tres grupos de noveno grado de la jornada de la mañana. La tabulación de los datos se hizo a través del programa Excel a fin de evidenciar los resultados punto por punto. En cada una de las preguntas se hizo una descripción cualitativa y cuantitativa, un análisis y una interpretación de los resultados.

4.1.1. Sobre el Facebook

Pregunta 1.1. ¿Cuánto tiempo usa usted en Facebook?

Gráfico 1. Tiempo en horas por día dedicados a Facebook



Fuente: Elaboración propia

Análisis: Se presenta una distribución tendiente a los extremos. El 39% de los encuestados dice usar internet sólo entre una y dos horas al día, seguido por un 34% que dice usarlo cuatro horas o más. De esta forma, si bien la mayoría de los jóvenes entrevistados que manifiesta usar FB de forma limitada, un número muy cercano de los mismos hace un uso muy extensivo del mismo, que implica una cantidad muy considerable de sus horas diarias.

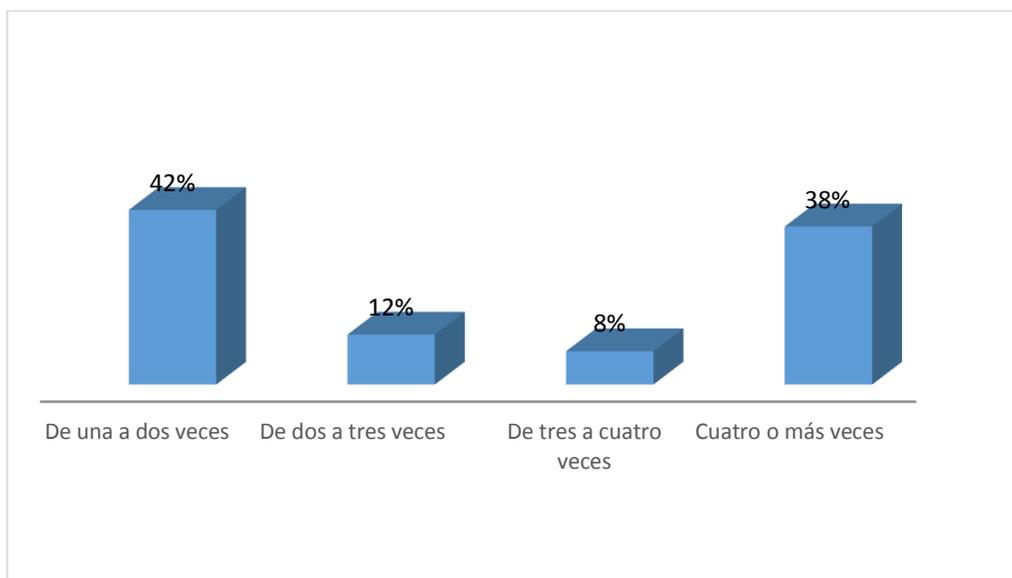
Interpretación: Es importante resaltar que los jóvenes que dieron respuesta a la encuesta se encuentran en rangos de edad escolar, es decir que por lo menos seis horas del día están interactuando en este ambiente y que también tienen horarios en las horas restantes destinados a resolver actividades académicas, descansar, realizar actividades de ocio, entre otras, por lo tanto el hecho que dediquen entre una y dos horas y hasta más de cuatro para ingresar a esta red social demuestra la importancia en la vida diaria de los estudiantes de interactuar por este medio. Esta red social permite realizar una cantidad de

actividades en línea, ya sea el compartir fotografías con amigos y conocidos, conocer nuevas personas que también se encuentran en línea y en ocasiones es usado como esfera de opinión pública.

El hecho de que la opción uno que señala que la conexión a esta red social por día es de una a dos horas haya obtenido el mayor porcentaje es un punto positivo ya que permite inferir que los jóvenes dedican su tiempo a realizar diferentes actividades para el crecimiento personal, desarrollo físico e intelectual. Aun así, es importante determinar si existen otras redes sociales a las cuales los muchachos ingresen y extiendan el uso de conexión. No se trata de excluir a los jóvenes del uso de las redes sociales, sino que su uso sea adecuado y consciente. Estos resultados son coherentes con otros informes y estudios, por ejemplo el realizado por Echeburúa, E. y Corral, P. (2010) quien concluye: “Internet constituye una tecnología que ha impactado especialmente a las personas jóvenes [...] Pero algunas personas llegan a estar obsesionadas con Internet, se muestran incapaces de controlar su uso y pueden poner en peligro su trabajo y sus relaciones”.

Pregunta 1.2. ¿Con qué frecuencia utiliza Facebook por día?

Gráfico 2. Frecuencia por día de acceso a Facebook



Fuente: Elaboración propia

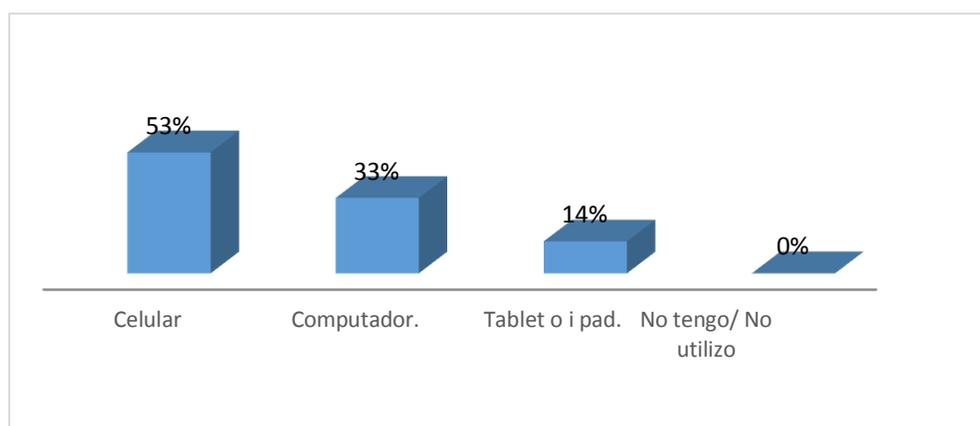
Análisis: De acuerdo al gráfico anterior la frecuencia de acceso a Facebook por día en un porcentaje mayor es de una a dos veces (42%), le sigue de cuatro o más veces un 38%. Nuevamente los porcentajes tienen tendencia a los extremos.

Interpretación: En un buen porcentaje las familias tienen control al ingreso de contenidos virtuales por parte de los jóvenes, ya que estos mismos señalan que el ingreso a esta red social es solo de una a dos veces por día, permitiendo que el tiempo que resta se dedique a otras actividades de orden académico o familiar.

Por otra parte, un grupo de estudiantes tiene mayor libertad para el acceso a plataformas virtuales de interacción, lo cual se debe a la disponibilidad de tecnologías que permite con mayor facilidad ingresar a redes sociales y revisar el contenido recién compartido. Esto señala que los jóvenes no pasan un día sin que por lo menos una vez no ingresen la red social Facebook. El tiempo de conexión o de disponibilidad puede conducir a que los jóvenes muestren poco control sobre el uso de las redes sociales, y ello puede afectarlos en diferentes sentidos como lo señala Almansa, A., Fonseca, O. y Castillo, A. (2013): “La exposición pública en el caso de los adolescentes puede generar problemas sobre aspectos sociales, emotivos y afectivos”.

Pregunta 2. ¿Qué dispositivos posee usted para acceder a Internet?

Gráfico 3. Dispositivos utilizados para acceder a Internet



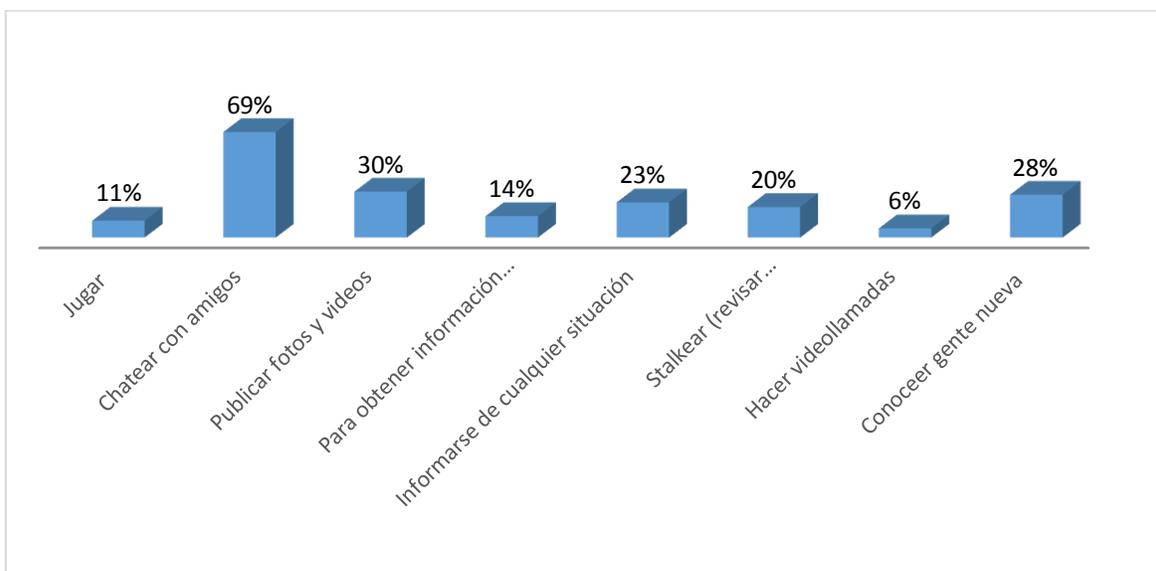
Fuente: Elaboración propia

Análisis: La mayoría de los interrogados (53%) accede a internet a través de su teléfono celular, seguido por un 33% que usa un computador, y un 14% que recurre a una Tablet o dispositivo similar. Queda patente así que los teléfonos inteligentes se han convertido en el principal medio por el cual los jóvenes acceden a internet. De igual forma, hay una cantidad muy pequeña de los mismos (4.5%) que manifiesta no tener ningún dispositivo para acceder a internet, lo que refuerza la noción de que tal medio de información y comunicación se ha convertido en una parte vital en la vida diaria de los estudiantes.

Interpretación: Los resultados indican en total medida que los jóvenes tienen la capacidad tecnológica para ingresar a Facebook en cualquier momento, y que solo deben contar con una conexión Wifi o el uso de datos móviles para ingresar en cualquier escenario donde se encuentren. En otros términos, los jóvenes hoy más que nunca cuentan con los medios y equipos requeridos para acceder a las redes sociales, construir un perfil, compartir información y conocer sobre la vida de los otros. Estos datos son coherentes con informes que señalan el alto nivel de conexión de los jóvenes y la disponibilidad de equipos para dicho fin (Domínguez, D., 2010).

Pregunta 3. ¿Cuál de las siguientes actividades prefiere hacer en Facebook?

Gráfico 4. Actividades preferidas para hacer en Facebook



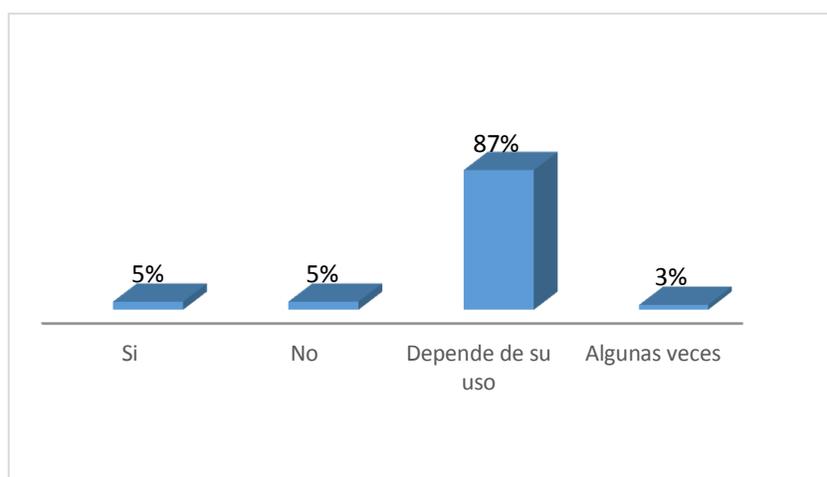
Fuente: Elaboración propia

Análisis: Respecto al uso particular que los estudiantes entrevistados dan a Facebook, chatear (69%), publicar fotos y videos (30%) y conocer gente nueva (28%) son las tres actividades más populares. De esta forma, Facebook se convierte en una de los principales medios de comunicación para los mismos, que les permite tanto estar en contacto con sus grupos de amigos, como expandir el círculo de los mismos añadiendo nuevos contactos.

Interpretación: Los resultados han puesto en evidencia el uso de la red social para interactuar con otras personas, la gráfica representa en mayor porcentaje el chatear con amigos la actividad de preferencia para desarrollar en Facebook, este componente de interacción y comunicación permite compartir opiniones e informar a cerca de situaciones que están sucediendo en el preciso momento. Así mismo, la red social a través de los años se ha ido configurando para que su uso aumente potencialmente, ejemplo de esto es el hecho de compartir archivos facilitando la comunicación en tiempo real para resolver actividades, así como expresar las emociones por las que están pasando los sujetos y generar un espacio para compartir críticas y opiniones acerca de las situaciones de la realidad.

Pregunta 4. ¿Cree usted que Facebook es una herramienta peligrosa que pone en riesgo a las personas?

Gráfico 5. Percepción de riesgo o peligro sobre el Facebook



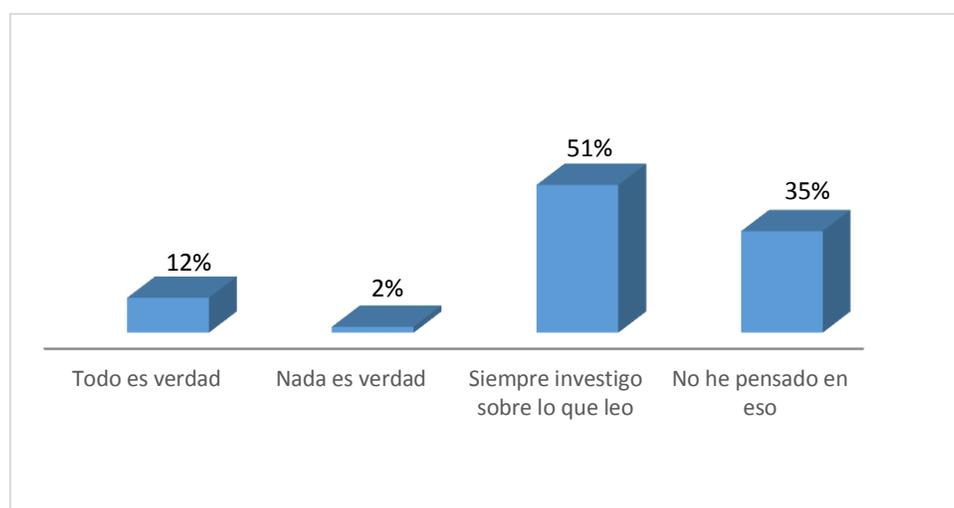
Fuente: Elaboración propia

Análisis: La gran mayoría de los encuestados (87%) cree que la peligrosidad de FB depende directamente del uso que se le dé por parte de cada individuo. Esta posición puede llegar a ser considerada como un punto de cuidado, ya que implicaría que los jóvenes no consideran que la red social no tenga, de manera directa o intrínseca, ninguna peligrosidad.

Interpretación: Los encuestados tienen un alto grado de consciencia sobre el riesgo que trae consigo Facebook, ya que reconocen que debe haber un uso adecuado para prevenir situaciones que aumenten la vulnerabilidad de los sujetos. Un problema mayor que ha estado presente en esta red social es la facilidad con la que se comparten datos que pueden traer consecuencias como acosos, violación de la privacidad, suplantación de perfiles con un fin determinado, extorciones, *hackeos*, entre otros. Es importante indagar si los estudiantes tienen la capacidad de análisis para reconocer qué debe compartirse por este medio, así como con quién interactuar ya que este medio puede ser usado por personas con fines nocivos para los jóvenes. Por lo tanto, es necesario mirar qué tanto el Colegio capacita a sus estudiantes en temáticas de riesgos virtuales.

Pregunta 5. ¿Considera que todo lo que se publica en Facebook es manipulado?

Gráfico 6. Percepción del nivel de manipulación de los contenidos de Facebook



Fuente: Elaboración propia

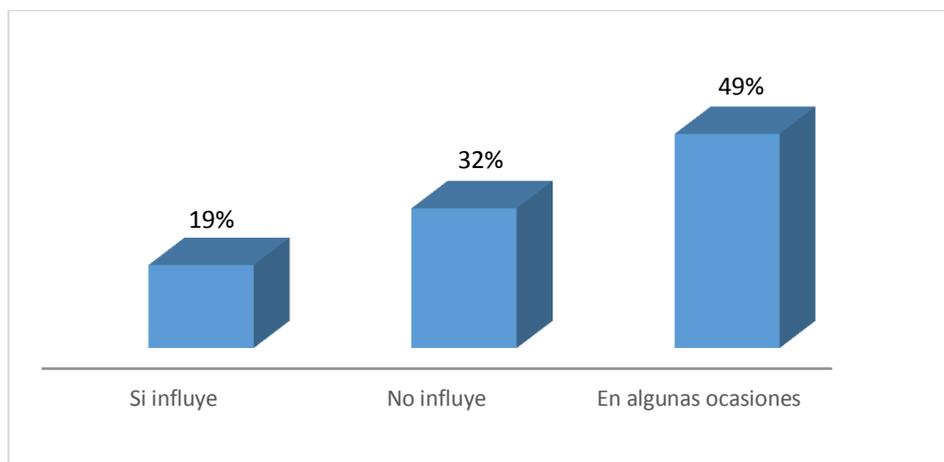
Análisis: La mayor parte de los encuestados considera que siempre es necesario investigar sobre lo que se lee en FB, antes de darle credibilidad. Sin embargo un 35% de los

encuestados dice no haber pensado nunca en el tema de la manipulación de la información en FB, lo que podría ser interpretado como un no cuestionamiento de la veracidad de los contenidos de la red social.

Interpretación: En gran medida los estudiantes señalan que buscan una fuente confiable de información para corroborar lo que leen por medio de esta red social y es debido a la facilidad en la que se comparten noticias, *blogs*, páginas y estados sin darle el uso adecuado con información veraz. Seguidamente, menos de la mitad de los encuestados nunca se han puesto a pensar en esto que sumado a los que afirman que toda información es verdadera permite inferir que la información en este medio no es susceptible a ser cuestionada por los usuarios. Chomsky, N. (1979, p. 34) apunta en relación al poder que tienen los medios que estos buscan “mantener la atención del público distraída, lejos de los verdaderos problemas sociales, cautivada por temas sin importancia real. Mantener al público ocupado, ocupado, ocupado, sin ningún tiempo para pensar”. Esta afirmación del autor a pesar de haberse hecho hace más de treinta años resulta más vigente que nunca, pues se busca que una gran cantidad de contenidos virtuales circulen que no den oportunidad para pensar sobre los problemas inmediatos del medio.

Pregunta 6. ¿Facebook es una red social que influye en la forma en que usted piensa y actúa?

Gráfico 7. Percepción de la influencia del Facebook en el pensamiento y el comportamiento



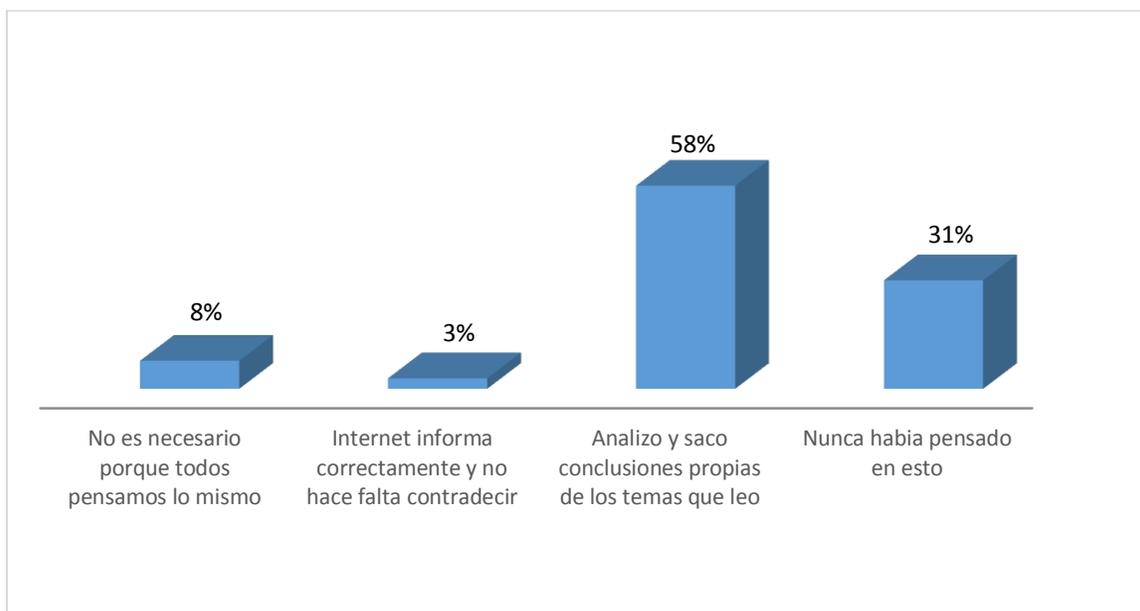
Fuente: Elaboración propia

Análisis: Si bien sólo el 19% de los encuestados admite que Facebook influye de forma directa en su forma de pensar o actuar, al tiempo en que un 32% señala que esta red social no tiene ninguna influencia sobre ellos, el 49% de los jóvenes, grupo más numerosos de respuestas, señala que en algunas ocasiones dicha red si puede llegar a influir sobre su posición personal.

Interpretación: A pesar de que los resultados están en rangos cercanos, al comparar con la gráfica anterior un buen porcentaje señala que no hay influencia de la red social en la forma de pensar y actuar que junto a la búsqueda de información para corroborar lo que se comparte apunta a que los jóvenes están en una capacidad crítica frente a la información que reside en la plataforma virtual. Sin embargo, la que se erige en primer lugar es aquella en la que los jóvenes reconocen que en situaciones específicas la plataforma sí podría ser capaz de motivar o moldear conductas y pensamientos. Acá cabe aclarar que no se les está preguntando si esa influencia es negativa o positiva, solo si creen que la hay.

Pregunta 7. ¿Comenta con sus amigos sobre los temas que lee en Facebook y tiene una postura propia?

Gráfico 8. Socialización comentada de contenidos de Facebook entre amigos (postura crítica)



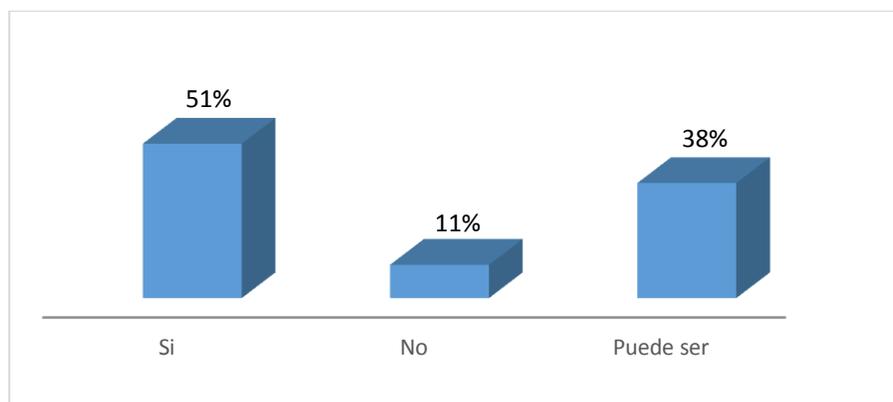
Fuente: Elaboración propia

Análisis: La mayor parte de los encuestados (58%) no hace un debate colectivo sobre los temas y contenidos a los que accede en Facebook, sino que señala que prefiere sacar sus propias conclusiones individuales de lo que ve en dicha red social.

Interpretación: Los jóvenes no buscan someter la información que circula en las redes sociales a una discusión abierta entre los compañeros. Por lo general, la información es tomada, sistematizada y apropiada de forma individual, lo cual conduce a que las posiciones de los sujetos no sean exteriorizadas de manera pública. Una posición crítica se caracteriza por la capacidad de los sujetos para elaborar discursos y comunicarlos de manera acertada con el fin de exponer su pensamiento y su sentir. Una de las tareas de los docentes frente a los contenidos virtuales es fortalecer el diálogo y la reflexión colectiva entre los sujetos de aprendizaje, pues la comunicación sirve de instrumento en la construcción de posturas críticas.

Pregunta 8. ¿Considera que el Facebook puede ser utilizado para fines académicos?

Gráfico 9. Percepción de Facebook como instrumento con fines académicos



Fuente: Elaboración propia

Análisis: La mayor parte de los encuestados (51%) considera, de forma plena, que Facebook puede ser utilizado como una herramienta educativa, seguido por un 37% que considera que tal opción es una posibilidad viable, y con sólo un 11% que no da ningún valor educativo a la red social. Esto parece evidenciar que los jóvenes han procedido a

incorporar FB a su actividad académica de forma muy extendida, por lo cual la revisión de las capacidades pedagógicas de la misma se hace conveniente por parte de los docentes.

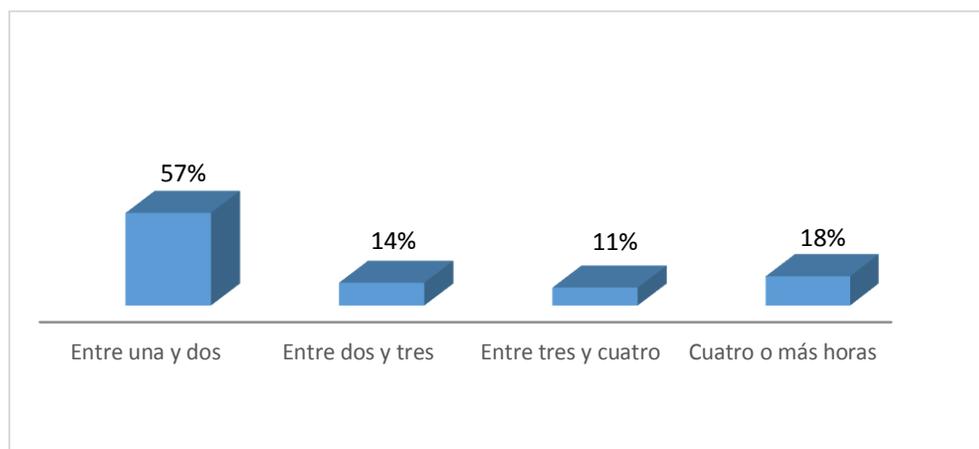
Interpretación: Más del 85% de los participantes manifiesta que Facebook tiene una utilidad dentro del campo escolar. Esto puede obedecer a que con anterioridad algunos docentes ya han incluido estas tecnologías para el desarrollo de procesos formativos, pero se logra inferir también cierta resistencia pues para la mayoría de los estudiantes los usos principales de la red social son más de naturaleza lúdica.

Una de las herramientas que ofrece la red social es la creación de grupos ya sean abiertos o cerrados enfocados a un interés o tema específico, que en el ambiente escolar puede ser usado en una asignatura o área específica para subir información o compartir actividades para complementar o reforzar lo visto en el aula. Por otro lado, los chats podrían ser usados como espacios de expresión para motivar la participación, el debate y la retroalimentación de contenidos académicos. Como lo describe De Haro, J. (2010), las redes sociales pueden ser instrumentos aplicados a la educación, es decir, cumplir con algunos fines educativos dependiendo de los propósitos y la naturaleza de las áreas del conocimiento: “creación de redes de asignatura, construcción de redes en centros educativos y grupos para crear comunidades internas, grupos como lugar de consulta de dudas y de actividad académica de una asignatura, grupo como tablón de anuncios de la asignatura, tutorización de trabajos, entre otros”.

4.1.2. Sobre el YouTube

Pregunta 9.1. ¿Cuánto tiempo usa usted en YouTube?

Gráfico 10. Tiempo en horas por día dedicados a YouTube



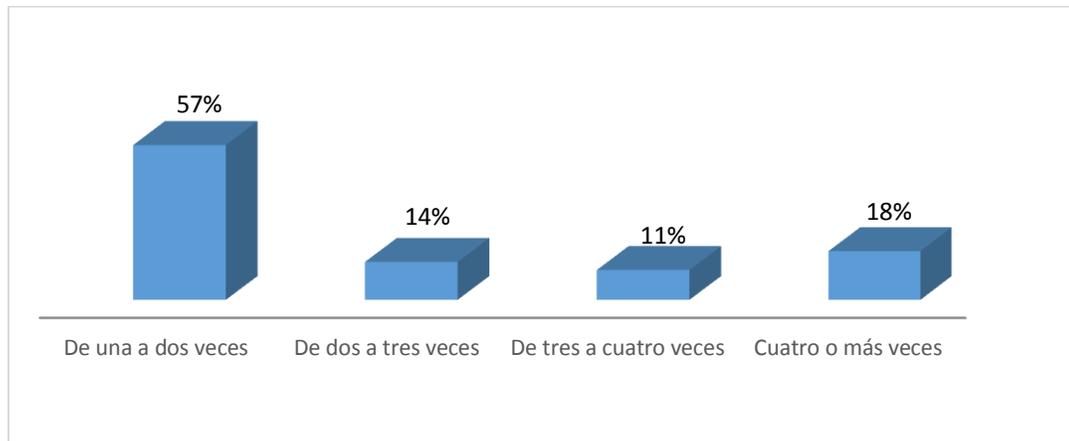
Fuente: Elaboración propia

Análisis: La mayor parte de los encuestados (57%) señala usar Youtube sólo entre una y dos horas por día, seguido por un grupo (18%) que lo hace entre cuatro o más horas. Se evidencia así un uso bastante inferior -en extensión- al de Facebook, lo que sugiere que el uso de esta última red social es mucho más prioritario para los jóvenes.

Interpretación: La plataforma social de difusión de vídeo es consultada durante al menos una o dos horas al día, lo cual en términos de indicadores no resulta un tiempo amplio en comparación con Facebook pero sí significativo para todo lo que un joven puede hacer cuando está frente a esta plataforma como consultar canales, mirar videos, ver a los youtubers que sigue, tomar en cuenta tutoriales, entre otras cosas que ofrece esta red. El Facebook muestra ser más utilizado por los participantes que YouTube, y esto se debe a las aplicaciones y a la mayor dinámica del primero pues permite una comunicación instantánea entre los usuarios: chats, subir fotos e imágenes, opinar sobre contenidos.

Pregunta 9.2. ¿Con qué frecuencia usa usted YouTube en un día?

Gráfico 11. Tiempo en horas por día dedicados a YouTube



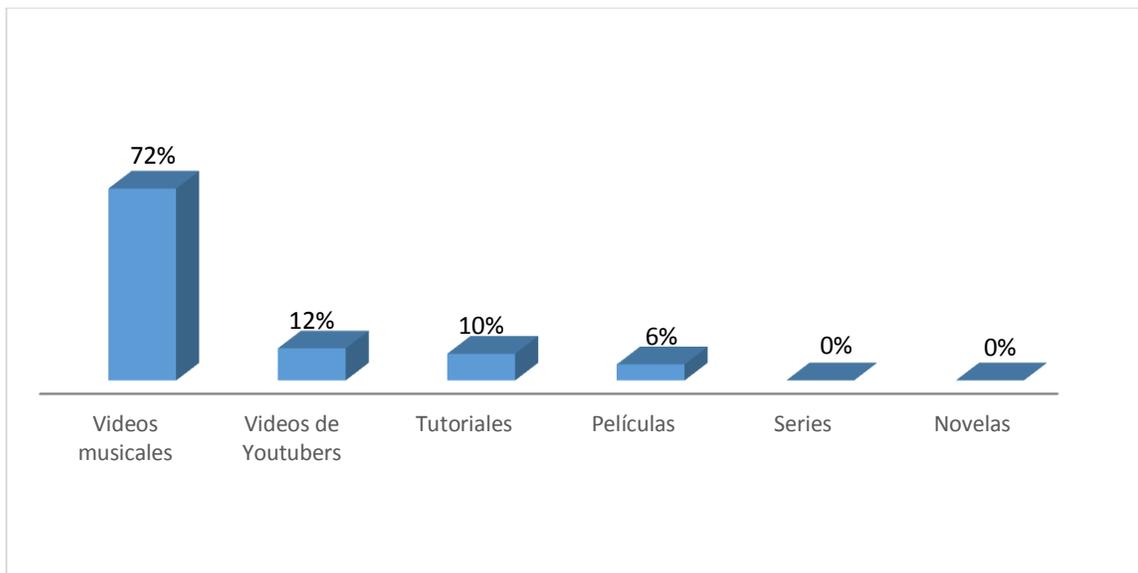
Fuente: Elaboración propia

Análisis: A nivel de frecuencia, las cifras son bastante concordantes con el uso señalado en el punto anterior, con la mayor parte de los encuestados entrando sólo una o dos veces por día a dicha red de videos.

Interpretación: Se observa que al igual que Facebook, los contenidos de YouTube son de interés para los jóvenes escolares y ello se infiere de su uso diario. Sin embargo, al ser una página principalmente de consumo pasivo de información y entretenimiento (ver videos de todo tipo), sin mucho espacio para la interacción social de los visitantes, salvo por hacer comentarios de lo que se ve, es posible que Youtube genere un interés menor al de redes sociales con niveles mucho mayores de interacción, como Facebook. Por lo anterior, los estudiantes buscan estar conectados de manera simultánea con el fin de compartir información y comunicarse pues de ello depende sus relaciones sociales.

Pregunta 10. De los siguientes contenidos de YouTube, ¿Cuál es el que más consume?
Marque solo una opción

Gráfico 12. Contenidos de consumo en YouTube por parte de los estudiantes



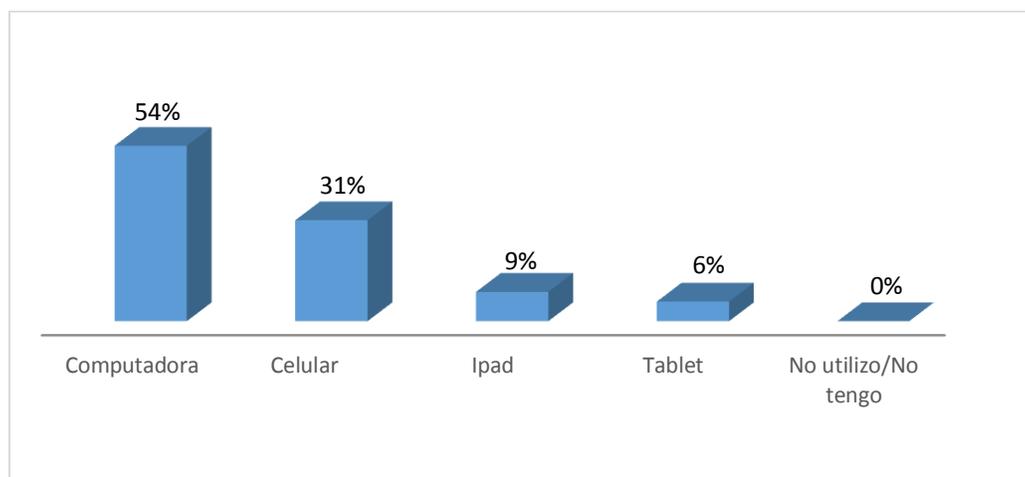
Fuente: Elaboración propia

Análisis: El 72% de los encuestados recurre a Youtube principalmente a ver videos musicales, lo que parece consagrar a la página como un espacio para el consumo de contenidos de entretenimiento. Un 12% dice que accede a la página de forma principal para ver videos de youtubers, lo que si bien es número reducido, demuestra que estos tienen un nivel de influencia que vale la pena tener en consideración.

Interpretación: La utilidad que le dan los jóvenes a la plataforma es la de visualizar contenidos musicales principalmente así como de seguir los videos publicados por los Youtubers. Se destaca que poco es utilizado el medio con fines académicos a pesar de publicarse diferentes tutoriales que pueden servir a los estudiantes para su formación y aprendizaje. Los docentes podrían hacer uso de los contenidos de YouTube con fines académicos pero ello requiere una búsqueda sistematizada de los contenidos y la información, así como el diseño pertinente de estrategias pues la visualización de los contenidos por sí solo no garantiza un proceso formativo.

Pregunta 11. Normalmente, ¿a través de qué dispositivo ingresa a YouTube?

Gráfico 13. Tipo de dispositivo utilizado para acceder a YouTube



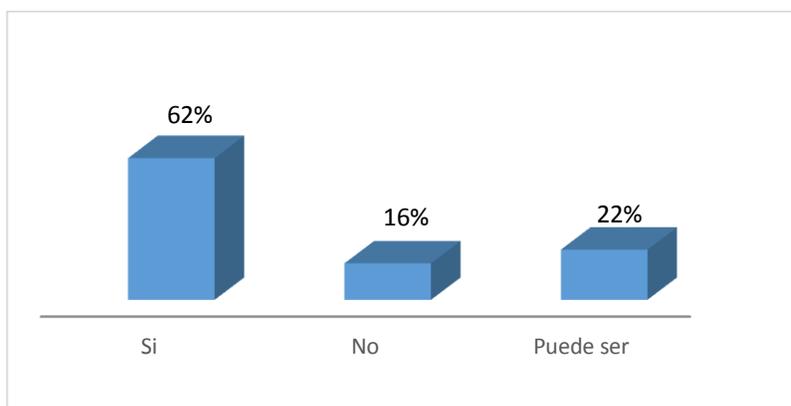
Fuente: Elaboración propia

Análisis: La mayoría de los entrevistados accede a Youtube principalmente desde su computador (54%), seguido de un grupo que lo hace desde su teléfono celular (31%). Si bien aquí los dispositivos móviles no logran superar a los computadores tradicionales, se sigue evidenciando un elevado nivel de acceso a internet mediante los teléfonos inteligentes.

Interpretación: La computadora en este caso ha sido el medio con mayor uso para la visualización del contenido que ofrece Youtube, esto puede deberse a que la visión es favorecida por la calidad de pantalla que ofrece un computador así como que la conectividad es de mayor calidad que cuando se hace por medio del Wifi o los datos que ofrecen las compañías de teléfonos móviles. Aun así, el celular es un medio de fácil interacción y conectividad en momentos de ocio para acceder al contenido virtual, por eso se postula como el segundo dispositivo de mayor uso para ingresar a Youtube.

Pregunta 12. ¿Piensa que Youtube le puede servir en el aula de clase?

Gráfico 14. Percepción de la utilidad de YouTube en el aula de clase o con fines académicos



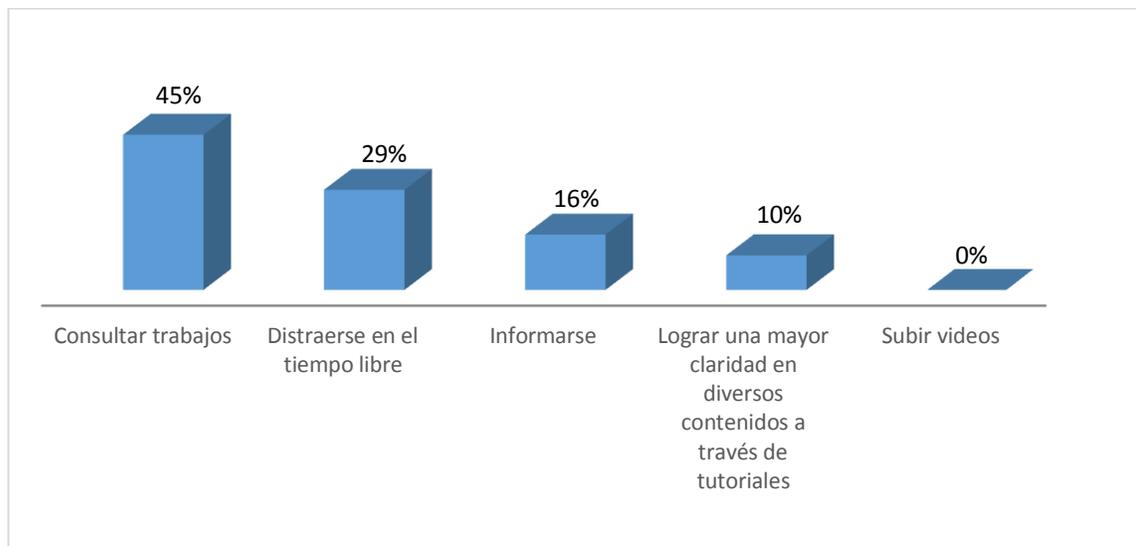
Fuente: Elaboración propia

Análisis: La mayoría de los encuestados por un margen bastante amplio (62%), considera que Youtube puede ser una herramienta útil a nivel educativo en el aula de clase, seguido por un 22% que opina que tal uso es posible. Sólo un 16% de los participantes no cree que YouTube pueda ser útil en la formación académica. Esto resalta la ya mencionada inclusión de internet dentro de las herramientas educativas de los menores, que hace necesaria plantear estrategias docentes para su aprovechamiento.

Interpretación: Desde el punto de vista de los estudiantes Youtube al igual que Facebook tiene el potencial para ser usado en los procesos académicos. Esta plataforma permite de manera personal subir videos y ser compartidos, que en el aula de clase puede usarse para generar estrategias de creación de contenido virtual. Pero así mismo, sirve como un instrumento para fortalecer los conocimientos y adquirir otros saberes, como también para explorar problemas sociales que son de interés público.

Pregunta 13. Considera que Youtube es una herramienta que sirve para:

Gráfico 15. Percepción de la utilidad de YouTube en diferentes actividades



Fuente: Elaboración propia

Análisis: La mayor parte de los jóvenes entrevistados (45%) considera que Youtube es resulta útil como un lugar para consultar trabajos académicos, seguido por un 29% que lo ve como un espacio para la recreación y el entretenimiento, un 16% que lo utiliza para informarse y un 10% que accede por los diversos tutoriales que encuentra allí. Esto refuerza lo mencionado en la pregunta anterior, respecto al potencial educativo que los jóvenes han asignado a dicha página. Como dato interesante, ninguno de los encuestados manifestó usar Youtube para subir sus propios videos, lo que parece indicar que la página es vista principalmente como un sitio de consumo de contenidos.

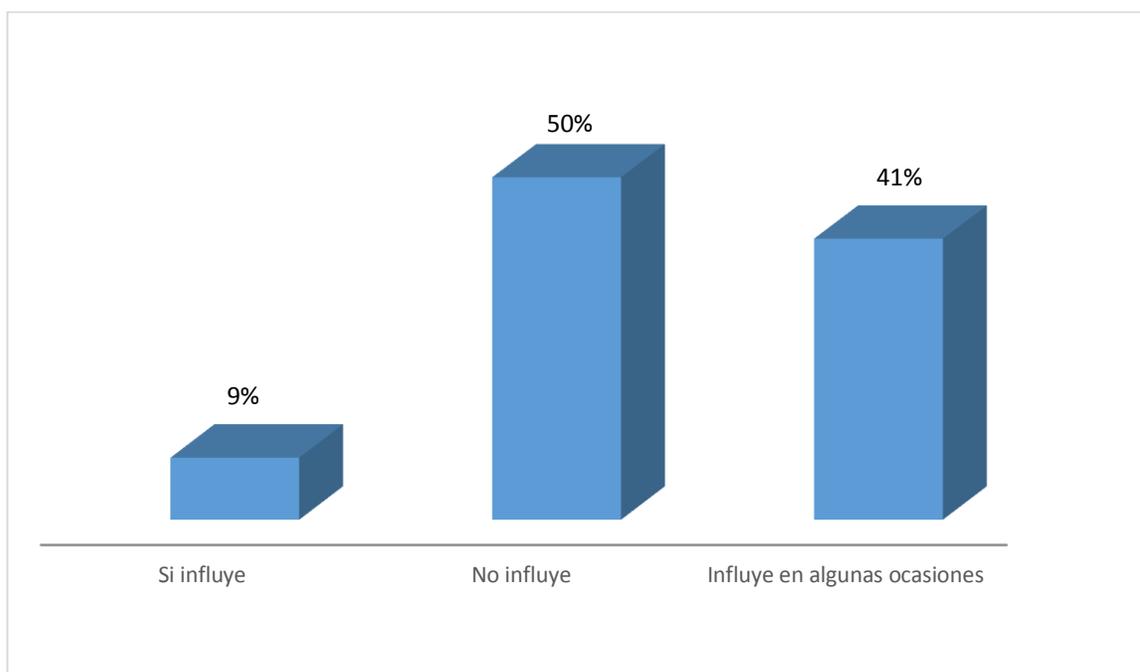
Interpretación: Los encuestados aclaran en esta pregunta que Youtube puede ser usado para apoyar el proceso formativo, aunque en respuestas anteriores se ha indicado que estas redes sociales tienen una finalidad más que todo lúdica. Es importante potenciar en los estudiantes el interés para buscar contenidos académicos dentro de la plataforma, ya que se han creado un gran número de canales en los que profesores de diferentes áreas estructuran sesiones en los que se explican temas específicos.

En cuanto a la respuesta de subir videos, el porcentaje es nulo, esto debe entenderse en torno a que los estudiantes tienen un uso de consumo, una estrategia para aumentar el uso

activo de la plataforma se ha señalado con anterioridad y es el de subir los videos de retroalimentación de las temáticas vistas en el aula de clase.

Pregunta 14. ¿Youtube es una red social que influye en la forma que usted piensa y actúa?

Gráfico 15. Percepción de la influencia del YouTube en el pensamiento y el comportamiento



Fuente: Elaboración propia

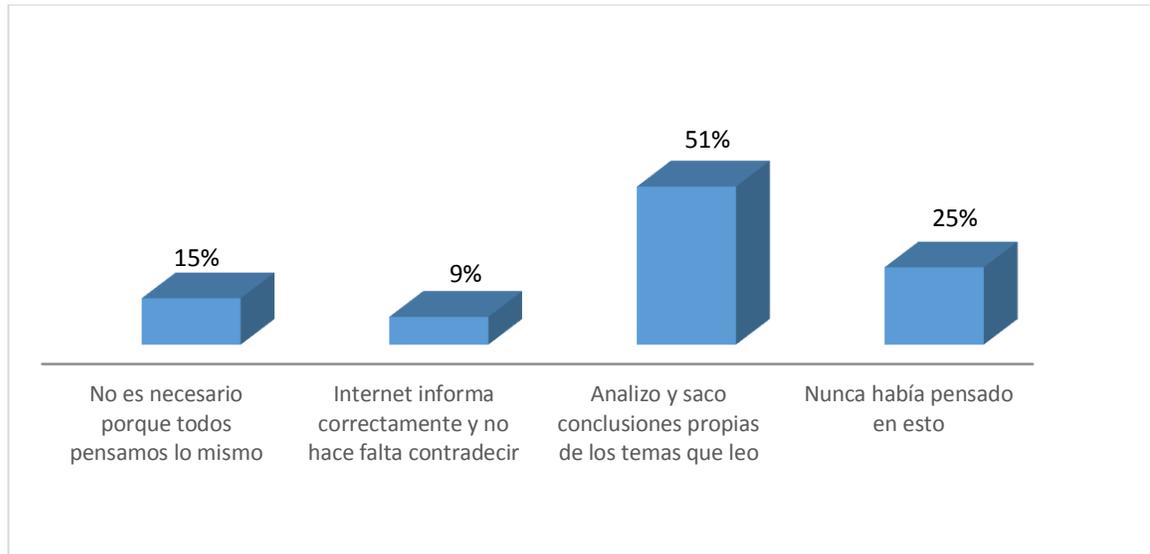
Análisis: El 50% de los encuestados no cree que Youtube influya en su posición o actitud personal, frente a un 41% que considera que puede llegar a tener influencia esporádica o parcial, y sólo un 9% que si lo considera influyente. Si se contrasta con las respuestas obtenidas respecto de Facebook, la influencia de esta última se presenta como considerablemente superior.

Interpretación: No se muestra una tendencia entre los participantes en cuanto a la influencia de YouTube en el pensamiento y el comportamiento de los usuarios. Sin embargo, debe mencionarse que el sólo hecho de dedicar un tiempo considerable en el día para el consumo de contenidos en esta plataforma, ya se ejerce una influencia pues los

jóvenes ahora prefieren socializar a través de las denominadas redes sociales antes que construir interacciones personales con otros. Lo cierto es que todos los contenidos de YouTube buscan transmitir un mensaje cargado de códigos, percepciones, posiciones ideológicas y políticas, entre otros, y los estudiantes poco perciben los mensajes de fondo.

Pregunta 15. ¿Comenta con sus amigos sobre los temas que ve en YouTube y tiene una postura propia?

Gráfico 16. Socialización comentada de contenidos de YouTube entre amigos (postura crítica)



Fuente: Elaboración propia

Análisis: Al igual que había ocurrido al hacer la misma pregunta sobre Facebook, la mayoría de los jóvenes entrevistados prefiere recurrir de forma principal a su criterio individual a la hora de cuestionar los contenidos que encuentra en Youtube y establecer una postura sobre los mismos.

Interpretación: Los participantes en su mayoría observan los contenidos de YouTube y de forma individual los analizan para sacar conclusiones propias. Por lo general, no son discutidos ni socializados entre pares los contenidos de YouTube y ello infiere que no se crean espacios adecuados para la reflexión de los mensajes que se transmiten. Resulta

preocupante que un 25% de los participantes no piensen en la posibilidad de discutir los contenidos y los mensajes transmitidos por la plataforma de YouTube.

4.2. RESULTADOS DEL FOCUSGROUP

Durante el mes de octubre se realizaron cuatro sesiones para el desarrollo del *Focusgroup*, integradas por cuatro grupos, respectivamente, de siete estudiantes cada uno. A dos de los grupos (A y B) y en sesiones diferentes, se les hizo una proyección previa a las preguntas, de dos videos, uno sobre Facebook y otro sobre Youtube, cuyo mensaje iba encaminado a generar posturas críticas ante estas redes sociales. A los otros dos grupos restantes (C y D), compuestos por siete estudiantes cada uno de ellos, no se les realizó la emisión de estos contenidos. La intención de la investigación fue la de realizar a modo de experimento un ejercicio en el que se observara si los videos con mensajes claros sobre posturas críticas ante las redes, podían influenciar de alguna manera las respuestas y la participación de los adolescentes en el desarrollo del grupo focal. A los cuatro grupos se les aplicaron las mismas preguntas y se les analizaron las mismas variables, como lo indica en la tabla 2.

Tabla 2. Organización del *Focusgroup* con la muestra de estudiantes del grado noveno

SESIÓN UNO (1) FOCUS GROUP	SESIÓN DOS (2) FOCUS GROUP	SESIÓN TRES (3) FOCUS GROUP	SESIÓN CUATRO (4) FOCUS GROUP
Grupo A	Grupo B	Grupo C	Grupo D
Siete (7) integrantes	Siete (7) integrantes	Siete (7) integrantes	Siete (7) integrantes
Proyección previa de dos videos	Proyección previa de dos videos	Sin proyección previa de videos	Proyección previa de dos videos

Fuente: Elaboración propia

Para efectos del análisis en una sola ficha se examinaron las respuestas de los *Focusgroup* de los grupos A y B (que sí tuvieron proyección previa de videos), y en la otra se analizaron las de los grupos C y D (que no tuvieron proyección previa de videos).

4.2.1. *Grupo de estudiantes que no tuvieron proyección previa de video Facebook y Youtube*

Caracterización del grupo: Catorce estudiantes de Noveno Grado del Colegio San José de Cúcuta, divididos en dos grupos de siete personas, cada uno en una sesión diferente, realizadas en fechas distintas. Bajo el muestreo probabilístico y el subtipo de muestra llamada muestreo probabilístico mixto y, dentro de éste, el muestreo probabilístico estratificado, se escogió un grupo de 14 estudiantes divididos en siete y siete, para un total de dos sesiones de FocusGroup. La muestra se seleccionó tomando en cuenta que los mismos estudiantes escogidos hubieran formado parte, también, de la muestra que se sacó para responder a la encuesta que es otro de los instrumentos de la presente investigación. A este grupo, a diferencia del conformado por los otros catorce estudiantes, no se les hizo una proyección previa de dos productos audiovisuales relacionados con el tema de las redes sociales, específicamente Facebook y Youtube.

a. Resultados del aspecto necesidades de pertenencia a las redes sociales

Resultados: Díez estudiantes respondieron que sí es necesario, dos respondieron que no es necesario y dos no manifestaron posición al respecto.

Expresiones o palabras utilizadas: Entre las expresiones más utilizadas se encuentran:

- *“Las redes sociales son divertidas y además informan de cosas que están pasando.*
- *Las redes sociales son una moda o una tendencia. No es necesario pero se debe estar en ella para mantener contacto.*
- *Uno de adapta a las redes sociales porque todos están allí y se necesita estar informado.*
- *No pertenezco a ninguna red social aunque manejo wapp. Antes tenía fb pero lo deje porque era aburrido.*
- *Las redes sociales se volvieron una costumbre para todos y cada vez más se hace necesario estar allí. Sirve también para trabajar.*
- *Es un instrumento de comunicación y eso ayuda en todo momento. Por ejemplo ayuda a unir la familia.*

- *Se necesita para publicar fotos, canciones, imágenes que son de interés para todos”.*

Actitudes sobresalientes registradas: Durante el desarrollo de esta pregunta los estudiantes mostraron poco interés en responder pero con posterioridad cada uno participo indicando su postura acerca de la necesidad de pertenecer en las redes. Cada uno de los estudiantes tenía algo que aportar, pues cada uno vivía la experiencia de las redes sociales de una forma particular. Aunque muchas respuestas parecieran similares, cada una mostraba algo diferente en cuanto a percepción o uso.

Análisis: Para la mayoría de los participantes es necesario estar en las redes sociales. Para estos estudiantes lo necesario es informar y mantenerse informado, en especial, sobre aquellos aspectos que relacionan a las personas con las que conviven de una manera u otra: compañeros de clase, familia, profesores, etcétera. Los estudiantes manifiestan que es necesario mantener contacto con los otros, se conozcan o no. Sin embargo, no se hace mención a contenidos de interés público, o relacionados con los problemas sociales, políticos o culturales. La atención se centra en la vida del otro, y a su vez buscan que su vida se haga pública para que otros puedan observar aquello que realizan.

b. Resultados del aspecto información falsa en las redes sociales

Respuestas: Ocho estudiantes manifestaron que se presenta información falsa en las redes sociales y tres señalaron que por lo general la información es real.

Expresiones o palabras utilizadas: Entre las expresiones más utilizadas se encuentran:

- *Muchas páginas publican información que no es real por ejemplo de políticos o deportistas. A veces dicen que algún personaje murió o que le sucedió algún accidente.*
- *Por lo general no me pongo a verificar si la información es real. Aunque miro los comentarios de las personas y ahí dicen que es mentira.*
- *En televisión muestran muchos casos de personas que son engañadas por las redes sociales y los chats, y luego las secuestran, las venden o las obligan a prostituirse. Toca tener cuidado y no creer en todas las personas que nos hablan.*

- *A veces publican cosas pidiendo dinero o ayudas. Cuando se pierde una persona se publica su foto. En algunas ocasiones es verdad pero en otras es mentira.*
- *Mi hermano me dijo que debía mirar la fuente de la información pues hay páginas que publican información falsa”.*

Actitudes sobresalientes registradas: Después de realizar la primera pregunta, los estudiantes mostraron una mayor confianza al momento de participar. A medida que escuchaban la posición de los compañeros y los casos señalados, los participantes más tímidos recordaban experiencias y aportaban a la discusión.

Análisis: Se observa que los estudiantes son conscientes no sólo de la transferencia o movilización de información falsa a través de las redes sociales, sino además de los riesgos que puede traer consigo estas tecnologías. Pocos estudiantes verifican la información a la cual son expuestos y ello implica una mala apreciación de la realidad o un riesgo inherente a la integridad personal de los educandos. Se logra inferir que en muchas ocasiones la información no es verificada por los estudiantes lo cual es indicio de bajas capacidades críticas frente a contenidos virtuales.

c. Formas de evitar la información falsa en las redes sociales

Respuestas: Seis estudiantes propusieron mecanismos para evitar la información falsa en redes sociales, y por ende, los riesgos inherentes a pertenecer a las mismas.

Expresiones o palabras utilizadas: Entre las propuestas más utilizadas se encuentran:

- *“Comunicar a los padres sobre cosas sospechosas, por ejemplo en casos de acoso.*
- *No aceptar personas que no se conocen en las redes sociales.*
- *No publicar mucha información sobre uno porque es un riesgo.*
- *Mantener el contenido del facebook privado para que no todos puedan ver.*
- *Denunciar la información o las imágenes que no son apropiadas al sistema.*
- *No publicar imágenes ni videos que conlleven al acoso sexual.”*

Actitudes sobresalientes registradas: Los participantes mostraron diferentes actitudes en el contexto de la pregunta y las respuestas ofrecidas. Algunos estudiantes manifestaron diferentes propuestas para evitar información falsa. Otros estudiantes, aunque pocos, señalaron que no era necesario establecer mecanismos pues sólo se requería evitar la información que se considere falsa. El grupo manifestó respeto por la opinión de los otros y ello se debe a que se plantearon reglas desde el inicio para participar en el *FocusGroup*.

Análisis: Los estudiantes en su mayoría reconocen que la información falsa no genera un mismo impacto. Cada tipo de información dependiendo de su naturaleza y objeto tiene un alcance diferente. Algunas de las propuestas de los estudiantes es de índole preventivo y otras son de orden correctivo. Es importante que a través de la escuela y con apoyo de otras instituciones se asesore e ilustre a los estudiantes sobre cómo mitigar riesgos en las redes sociales.

d. Uso de YouTube para investigar o realizar tareas o trabajos escolares

Respuestas: Solo cuatro estudiantes manifestaron utilizar *YouTube* para investigar o realizar compromisos escolares. Sin embargo, todos manifestaron que utilizaban la *Internet* para desarrollar tareas o trabajos escolares.

Expresiones o palabras utilizadas: Entre las expresiones más utilizadas se encuentran:

- *“A veces utilizo YouTube para aprender cosas sobre tecnología: hacer videos, manejar aplicaciones del celular o cosas similares, pero no lo utilizo para tareas del colegio.*
- *Los profesores por lo general indican donde se encuentra la información que se necesita para hacer las tareas y no señalan YouTube.*
- *Utilizo YouTube para escuchar música o ver series, a veces películas. También veo videos chistosos.*
- *Para las tareas utilizo el buscador de Google y sólo veo YouTube para juegos o escuchar artistas que me gustan.*
- *En algunas cosas que no entiendo de las materias, en YouTube están las explicaciones. Le entiendo más a los videos que a los profesores”.*

Actitudes sobresalientes registradas: La actitud de los estudiantes fue de asombro en un comienzo. En primer lugar, porque la mayoría no habían notado la posibilidad de utilizar *YouTube* como una fuente para el desarrollo de procesos de aprendizaje o de compromisos escolares, y segundo, porque verificaron el uso tan restringido que se le da al medio.

Análisis: Los participantes en el *FocusGroup* manifiestan de manera generalizada que *YouTube* no es una herramienta para el desarrollo de compromisos escolares. Esto se debe principalmente a la poca incorporación de estas herramientas en la planificación de los procesos formativos. En este sentido, los docentes deben superar el libro como medio formativo para adherir a sus prácticas pedagógicas medios alternativos como el *YouTube*. Los contenidos audio-visuales son una fuente enriquecedora en los procesos de aprendizaje y *YouTube* tiene una gran cantidad de información que puede ser aprovechada por los actores educativos.

e. Consecuencias del mal uso de YouTube

Respuestas: De los estudiantes participantes, siete señalaron que hay consecuencias negativas por el mal uso de *YouTube* y cuatro indicaron que no se presentan consecuencias negativas.

Expresiones o palabras utilizadas: Entre las expresiones más utilizadas se encuentran:

- *“La principal consecuencia negativa del uso de Youtube es que se pierde a veces mucho tiempo.*
- *Uno debe tener cuidado porque algunos videos o fotos pueden ser subidas a Youtube. Videos íntimos que le pueden dañar la imagen a la persona y traer la burla de los demás.*
- *Se pierde mucho tiempo viendo videos y cuando uno se da cuenta no se ha hecho las tareas.*
- *En YouTube hay muchos videos restringidos que pueden ver las personas utilizando información falsa. Muertes, asesinatos, entre otras que pueden dañar la mente de los jóvenes”.*

Actitudes sobresalientes registradas: Los estudiantes mostraron una actitud similar frente a la pregunta. Por lo general, los participantes encuentran que no hay consecuencias negativas pues ello depende de los tipos de video que se buscan. Sin embargo, otros estudiantes son conscientes de los riesgos de *YouTube* en cuanto a los contenidos. Se encontró un respeto por la opinión del otro así que buscaron argumentos para favorecer su posición.

Análisis: Las respuestas de los participantes estuvieron dirigidas en tres sentidos en cuanto a las consecuencias negativas del mal uso de *YouTube*. En primer lugar, se encuentra el riesgo que vídeos íntimos sean subidos a la red afectando la imagen y la reputación de las personas. En segundo lugar, el uso excesivo puede conducir a que otros compromisos escolares o sociales no se cumplan. Y en tercer lugar, los contenidos de algunos videos pueden afectar a las personas por su contenido sexual o violento. Con lo anterior, los estudiantes admiten: a) la capacidad que tienen de acceder a contenidos no recomendables para menores de edad, b) el riesgo de que los derechos sexuales puedan ser transgredidos a través de *YouTube*, y c) la poca productividad que trae consigo el consumo en exceso de estos contenidos. Por lo anterior, se espera que la escuela a través de sus docentes formen a los estudiantes en cuanto a los contenidos de *YouTube*, su utilidad, el manejo preventivo y los riesgos inherentes a su uso.

f. Influencia de los Youtubers en el pensamiento y comportamiento de los jóvenes

Respuestas: De los participantes, siete estudiantes señalaron que hay un efecto en el pensamiento de los jóvenes que siguen a los denominados *Youtubers*. Cuatro estudiantes explicaron que no existe influencia, pues eso depende de la autonomía y la independencia de los jóvenes.

Expresiones o palabras utilizadas: Entre las expresiones más utilizadas se encuentran:

- “Algunos Youtubers son graciosos y muestran información de interés para los jóvenes.

- *Hay Youtubers que dicen muchas groserías y que pueden influenciar en el comportamiento de los demás.*
- *De pronto los Youtubers pueden llevar a que los jóvenes tengan poco interés por el colegio y a tener una actitud desinteresada y rebelde.*
- *Los Youtubers suben videos para ganar popularidad y pues depende de nosotros lo que tomamos para nuestras vidas.*
- *No hay influencia pues tenemos criterios e independencia”.*

Actitudes sobresalientes registradas: Cuando se presentan posiciones muy bien marcadas y contrarias, los estudiantes tienden a defender sus opiniones. Para la mayoría de los estudiantes no hay una influencia de los *Youtubers* sobre el comportamiento de los estudiantes. Se logra observar que a mayor uso de los contenidos de los *Youtubers*, mayor posibilidad de influir en la actitud de los jóvenes.

Análisis: No se refleja una tendencia de los estudiantes en cuanto a la influencia de los *Youtubers* en la actitud y el comportamiento de los jóvenes. Las respuestas se encuentran divididas entre quienes admiten una influencia y quienes opinan que no hay una influencia. En todo caso, algunos estudiantes explican acertadamente que todo depende de las capacidades críticas de los jóvenes, es decir, las habilidades para reflexionar adecuadamente sobre los contenidos publicados.

4.2.2. *Grupo de estudiantes que tuvieron proyección previa de video Facebook y Youtube*

Caracterización del grupo: Catorce estudiantes de noveno grado del Colegio San José de Cúcuta, divididos en dos grupos de siete y cada uno en una sesión diferente, realizadas en fechas distintas. Bajo el muestreo probabilístico y el subtipo de muestra llamada muestreo probabilístico mixto y, dentro de éste, el muestreo probabilístico estratificado, se escogió un grupo de 14 estudiantes divididos en siete y siete, para un total de dos sesiones de *FocusGroup*. La muestra se seleccionó tomando en cuenta que los mismos estudiantes escogidos hubieran formado parte, también, de la muestra que se sacó para responder a la encuesta que es otro de los instrumentos de la presente investigación. A este grupo, antes de

iniciar la sesión de *FocusGroup*, se les hizo una proyección de productos audiovisuales relacionados con el tema de las redes sociales, específicamente Facebook y Youtube.

a. Resultados del aspecto necesidades de pertenencia a las redes sociales

Respuestas: De los participantes, doce estudiantes indicaron que era necesario pertenecer a las redes sociales y dos señalaron que no era necesario pertenecer a las redes.

Expresiones o palabras utilizadas: Entre las expresiones más utilizadas se encuentran:

- *El mundo exige pertenecer a las redes sociales. Las personas deben estar conectadas por trabajo, por la familia, para comunicarse, en fin, para todo.*
- *A veces la distancia divide las familias y las redes permite estar informado de cómo están los familiares.*
- *No es necesario tener porque hay personas que no las usan. Pero en la mayoría de casos son personas que no saben utilizar computadores o celulares inteligentes. Sin embargo, a mi abuela le regalaron un celular inteligente y nosotros le ayudamos a abrir facebook. Ahora lo maneja haciendo comentarios en fotos o dando me gusta publicaciones que le llaman la atención.*
- *Todos se encuentran incluidos en las redes sociales. Es muy raro saber de alguien que no tiene una red social.*
- *La gente se comunica sobre todo por redes sociales. Es verdad, se habla más por ahí que en persona”.*

Actitudes sobresalientes registradas: La mayoría de los participantes convergen en que se debe pertenecer a las redes sociales. Mostraron en todo momento un interés por el desarrollo de la actividad y además porque los videos que visualizaron le dieron algunos argumentos para participar. Se debe señalar que las respuestas y opiniones de los participantes siempre fueron coherentes con la pregunta y el objetivo perseguido. A medida que participaba un estudiante, los otros también asumían una actitud colaborativa.

Análisis: Para la mayoría de los estudiantes pertenecer a las redes sociales representa una necesidad, ya sea por utilidad o moda. Varios aspectos se logran inferir de las respuestas de los estudiantes. En primer lugar, las redes sociales no solo corresponden a una realidad de los jóvenes, pues muchas personas que antes no tenían por ejemplo Facebook, ahora tienen una cuenta. En segundo lugar, las redes sociales cumplen diferentes objetivos: acercar a la familia, informarse e informar. En tercer lugar, la comunicación a través de las redes sociales es cada vez mayor por lo que se facilita el acercamiento de los seres humanos.

b. Resultados del aspecto información falsa en las redes sociales

Respuestas: Doce de los participantes señalaron que es posible que información falsa circule a través de las redes sociales y ocho manifestaron haber sido víctimas de información falsa.

Expresiones o palabras utilizadas: Entre las expresiones más utilizadas se encuentran:

- *“Hay personas que crean perfiles falsos para seguir a otras personas por las que tienen interés.*
- *Se publica mucha información de diferentes personas importantes como cantantes o actores, y resulta que es falsa.*
- *A veces hackean las cuentas de facebook y empiezan a publicar cosas falsas como si el dueño de la cuenta lo hiciera. Eso sucede también si el celular se le pierde a uno y tiene la cuenta abierta o sin claves.*
- *Es fácil detectar la información falsa cuando se trata de noticias pero en otras ocasiones no se sabe.*
- *Se solicita ayuda en algunas ocasiones o se publica que algo bueno sucederá si se comparte alguna información”.*

Actitudes sobresalientes registradas: Se encontró que los estudiantes tenían un gran interés por dar respuesta a este interrogante. En efecto, cada estudiante tenía muchos ejemplos para aportar a la discusión en torno a la información falsa que circula a través de

las redes sociales. Se evidenció una convergencia entre los estudiantes en cuanto a la circulación de información falsa en las redes sociales.

Análisis: Todos los participantes reconocen que en las redes sociales muchos de los contenidos transmitidos corresponde a información falsa. Cuando dicha información tiene algún interés para los estudiantes, la misma es tomada y analizada con el propósito de establecer su falsedad o validez. Por otro lado, los participantes reconocen que no toda la información que circula está dotada de validez y le corresponderá a los docentes ilustrar a los estudiantes sobre los contenidos virtuales y la forma de verificar la falsedad de los mismos.

c. Formas de evitar la información falsa en las redes sociales

Respuestas: Once estudiantes de los que participaron en el *FocusGroup* propusieron mecanismos para evitar información falsa en las redes sociales.

Expresiones o palabras utilizadas: Los estudiantes propusieron entre otras cosas:

- *“Se debe dudar de toda la información que se publica en Fb, hasta que se verifique que no es falsa.*
- *Se puede hacer una comparación entre diferentes páginas con información.*
- *Es necesario buscar en otras páginas para verificar la autenticidad de lo que se dice en las redes.*
- *Los profesores podrían indicarnos de donde sacar la información. A veces buscamos en algunas páginas y la información no es adecuada y nos ponen mala nota.*
- *Algunos son bobos y caen. Debemos ser listos y verificar la información y no creer todo lo que publican.*
- *Nosotros aceptamos a todos los amigos en las redes, conocidos o no. Por lo general no miramos si son perfiles falsos, y eso es porque queremos tener muchos contactos y amigos, y conocer personas.*

- *Se ha visto casos en que publican las fotos de personas acusándolas de algo que no hicieron, que violaron o que robaron, cosas así, y muchos comparten esa información dañando de pronto la imagen de la persona.*
- *Pero también hay información sobre delitos que son verdad y lo pueden a uno ayudar para prevenir y cuidarse”.*

Actitudes sobresalientes registradas: Los estudiantes mostraron una actitud adecuada al momento de abordar la pregunta. Participaron de manera adecuada pero dedicaron el espacio a opinar sobre la actitud de los jóvenes frente a la información falsa. Se notaba en la conversación que a los participantes les molestaba la posición de las personas que creían de forma absoluta la información que se publicaba en redes sociales como el Facebook. Esto se debe a que los estudiantes reconocen que a través de la red se puede dañar la imagen, la honra o la reputación de una persona de una forma injusta, pero admiten que como fuente de información la persona puede prevenir riesgos de diferente tipo.

Análisis: Las respuestas de los participantes deja ver que las redes sociales como el Facebook tienen o bien la posibilidad de informar adecuadamente mejorando la seguridad de las personas, o bien aumentar el riesgo de cualquier tipo. Esto depende de la privacidad del medio, la actitud de los estudiantes frente a la información y las conexiones o relaciones que mantengan con las fuentes de información. Este grupo a diferencia del primero (quienes no vieron los videos tutoriales), observan todas las posibilidades que se presentan en cuanto a información socializada a través de las redes sociales, pero muestran que no tienen estrategias de naturaleza preventiva o correctiva.

d. Uso de YouTube para investigar o realizar tareas o trabajos escolares

Respuestas: Seis de los participantes señalan no utilizar YouTube para el desarrollo de compromisos escolares y ocho explicaron que sí lo utilizaban con fines académicos.

Expresiones o palabras utilizadas: Entre las expresiones más utilizadas se encuentran:

- *“Los tutoriales de YouTube a veces le explican a uno temas que ve en el colegio de una forma chevere y es fácil entender.*
- *Si tengo algún compromiso primero busco en Google. Rara vez uso YouTube para una tarea del colegio.*
- *Muy pocos profesores nos ponen tarea donde utilicemos YouTube. Por lo general lo utilizo para ver videos y escuchar música.*
- *Muchos videos en YouTube explican bien los temas aunque no se encuentra de todos los temas que uno necesita, por ejemplo en matemáticas o informática”.*

Actitudes sobresalientes registradas: Se observó una actitud positiva y favorable dentro del grupo participante en cuanto al uso de YouTube para el desarrollo de compromisos escolares. A diferencia de los dos primeros grupos, los estudiantes explicaron a través de ejemplos cómo YouTube puede colaborar en el proceso de aprendizaje.

Análisis: Se logra inferir de la información suministrada por los participantes que YouTube puede ser utilizado tanto por docentes como estudiantes para los procesos de enseñanza-aprendizaje. Se trata de un instrumento con un gran potencial para favorecer la formación integral de los educandos. Primero porque socializa contenidos que se encuentran incluidos en el diseño curricular y segundo porque vuelve las actividades pedagógicas más lúdicas. Es importante indicar que varios estudiantes reconocen las nuevas tecnologías como instrumentos idóneos que facilitan la formación, es decir, convergen en que la virtualidad es una nueva modalidad de aprendizaje.

e. Consecuencias del mal uso de YouTube

Respuestas: La totalidad de los participantes consideran que el mal uso de YouTube puede traer consecuencias para los jóvenes.

Expresiones o palabras utilizadas: Entre las expresiones más utilizadas se encuentran:

- *“Se pierde mucho tiempo. Se puede utilizar para divertirse o para las tareas pero de forma consciente.*
- *Se transmiten mensajes violentos o sexuales que pueden influir negativamente en los jóvenes.*
- *El uso excesivo puede dañar las relaciones con los papás.*
- *Se dejan las tareas sin hacer por estar viendo videos que no sirven para nada.*
- *A veces los videos de YouTube emboba a las personas y perdemos el tiempo ahí”.*

Actitudes sobresalientes registradas: Los ejemplos señalados por los participantes deja observar: 1) los estudiantes reconocen que YouTube puede inducir a un consumo excesivo de contenidos virtuales, y 2) los riesgos del uso de YouTube depende de cada uno de los jóvenes. En otras palabras, los estudiantes reconocen la existencia y la influencia de los contenidos de YouTube, pero advierten que a través de capacidades críticas se puede aprovechar de manera positiva la plataforma.

Análisis: Los participantes reconocen y aceptan que diversas consecuencias puede traer el uso indebido de YouTube. De forma general, los estudiantes admiten que su alto consumo puede llevar a que se deje a un lado los compromisos escolares o familiares, encerrando y aislando a los jóvenes. Otros estudiantes, en menor número, perciben otras consecuencias que no son tan fáciles de identificar: la transmisión de mensajes violentos o sexuales que pueden afectar el desarrollo de la personalidad.

f. Influencia de los Youtubers en el pensamiento y comportamiento de los jóvenes

Respuestas: Cinco estudiantes opinaron que hay una influencia de los Youtubers sobre el comportamiento de los jóvenes, y tres estudiantes indicaron lo contrario.

Expresiones o palabras utilizadas: Entre las expresiones más utilizadas se encuentran:

- *Los Youtubers se convierten a veces en modelos y los muchachos buscan actuar o hablar como los Youtubers.*

- *Los Youtubers transmiten modas a los jóvenes quienes imitan la forma de vestir o comportarse.*
- *Algunos Youtubers son buenos y dan consejos sobre diferentes cosas. Por ejemplo de belleza o secretos para arreglar la casa.*
- *Los compañeros de clase siguen algunos Youtubers que sólo utilizan groserías y hablan de sexo. Estos quieren parecerse a estos Youtubers.*
- *Muchos jóvenes no tienen personalidad y terminan copiando cosas de los demás, incluyendo los Youtubers porque los ven como modelos bacanos.*

Actitudes sobresalientes registradas: Los estudiantes participantes muestran un amplio conocimiento sobre los Youtubers y evidencian apropiación sobre el tema discutido. Esto significa que los jóvenes tienen una posición frente los Youtubers y su influencia, así como el consumo de contenidos de Youtube.

Análisis: La mayoría de los participantes reconocieron la existencia de algún tipo de influencia, varias de ellas positivas y otras tantas negativas, que se dan por medio de estos personajes a los que ellos siguen. Además, se destaca el gran conocimiento que tienen los estudiantes sobre los Youtubers y los diferentes tipos que existen o de los temas a los cuales se dedican.

4.3. TRIANGULACIÓN DE LOS RESULTADOS

En el desarrollo de la investigación se logró evidenciar diferentes elementos de análisis que permiten explicar el fenómeno de estudio objeto de este documento. A través de la aplicación de la encuesta se identificaron tendencias entre los jóvenes sobre equipamiento tecnológico, usos y prácticas en redes sociales, y capacidades críticas, y con el desarrollo del *FocusGroup* se profundizó en cada uno de estos aspectos a través de las vivencias y experiencias de los participantes. A continuación se describen los principales hallazgos de la investigación a la luz del marco teórico-conceptual.

4.3.1. *El equipamiento tecnológico entre los jóvenes escolares: una barrera cada vez más superada*

Los resultados de las encuestas así como los hallazgos del *FocusGroup* evidencian que el nivel de equipamiento tecnológico de los jóvenes en edad escolar es alto y la tendencia es un equipamiento cada vez mayor. En este sentido, se observa el uso de celulares inteligentes para conectar a redes sociales como el Facebook principalmente, y el uso de portátiles o *tablets* para visualizar contenidos de YouTube. Varios factores causales convergen en este fenómeno. En primer lugar, el precio de los dispositivos tecnológicos facilita la adquisición de los mismos entre grupos sociales de más bajos recursos. Esto se observa en la investigación pues todos los estudiantes se encuentran equipados en menor o mayor medida con diversas tecnologías predominando los celulares o los computadores portátiles. Esta tendencia la explica Morrissey, J. (2006) al señalar que “la disponibilidad de computadoras más baratas, dispositivos electrónicos portátiles y teléfonos celulares más potentes ha llevado a una revolución en las comunicaciones entre los jóvenes”.

En efecto, se trata de una verdadera revolución entre los jóvenes pues el inicio del siglo veintiuno ha sido el escenario de una profunda transformación en materia de comunicación con ocasión del desarrollo tecnológico. Hace veinte años hubiese sido imposible pensar la realidad actual de los jóvenes en materia de comunicación, conectividad y apropiación de tecnologías. Los jóvenes hoy más que nunca se encuentran conectados en redes virtuales que les facilita transmitir información y consumir contenidos: “Ellos usan habitualmente sitios de interacción social como MySpace, Facebook y Bebo para interactuar con sus amigos y rápidamente adaptan y personalizan el uso de estas herramientas” (Morrissey, J., 2006). Los dispositivos electrónicos se encuentran en una evolución y un desarrollo permanente, pues dependiendo de las nuevas necesidades y requerimientos de los grupos sociales, las compañías fabricantes buscan innovar a fin de crear tendencias, modas y usos:

“Muchas cosas cambiaron a lo largo de la primera década del siglo, entre ellas, el aceleramiento tecnológico tanto en lo referente a lo *soft* como a lo *hard*, tanto en los dispositivos de soporte como en las lógicas de los consumos propiciadas por estos soportes”. (Reguillo, R., 2012, p. 136)

Ahora bien, el equipamiento no sólo se refleja en la capacidad de los sujetos para adquirir un equipo tecnológico, sino también en las habilidades de los individuos para manejar los mismos. En el desarrollo del *FocusGroup* se observó que los estudiantes muestran habilidades y destrezas que facilitan el uso de los medios tecnológicos. Estas son capacidades que no se adquieren en la escuela ni en los procesos formativos con los docentes sino en el hogar, la calle y en la misma red. De este modo, la escuela ha mostrado reducir su apropiación tecnológica a fin de potenciar los procesos de enseñanza-aprendizaje pues ha evidenciado una resistencia hacia el cambio, esa transformación necesaria que permita superar las tecnologías como el cuaderno, el libro y el tablero. Por otro lado, los jóvenes muestran una mayor adquisición de recursos tecnológicos tanto por la disponibilidad como por la capacidad de uso, configurando nuevas formas de comunicación.

A medida que crece más el equipamiento tecnológico entre los jóvenes, se amplía también el consumo de contenidos virtuales, en otros términos, crece la exposición de los jóvenes a una gran cantidad de información que se produce en la red. Así, se requiere de estrategias educacionales pues un breve análisis prospectivo muestra una tendencia hacia el uso cada vez mayor de equipos tecnológicos en la vida diaria de los jóvenes. Por tanto, la escuela y los docentes deben convertirse en investigadores de esta realidad para comprender e interpretar los niveles de equipamiento tecnológico de los jóvenes, y aprovechar dicha situación a nivel pedagógico y didáctico. Del mismo modo, los docentes deberán estar en un constante proceso de capacitación para reconocer los tipos de dispositivos utilizados por los jóvenes en lo referente a lo *soft* como a lo *hard*, y en dado caso, intercambiar roles con los estudiantes para que estos se conviertan en instructores: procesos de enseñanza-aprendizaje colaborativo.

4.3.2. Usos y prácticas de los jóvenes en redes sociales: el caso de Facebook y YouTube

Varios aspectos se lograron evidenciar en el desarrollo de la investigación a partir de la recolección de la información en cuanto a usos y prácticas de los jóvenes en las redes sociales de Facebook y YouTube. Tanto Facebook como YouTube son redes y medios de interacción para los jóvenes, aunque cada uno cumple con un conjunto de propósitos

específicos en concordancia con las características que ostenta. En efecto, Facebook es una red más dinámica y con mayor número de aplicaciones facilitando la interacción de los usuarios. El propósito de los jóvenes en este escenario es comunicar e informarse al instante, y por ello los usos principales son el chat, la publicación de fotos, imágenes o mensajes, e informarse sobre lo que sucede.

Por el contrario, YouTube se convierte en una red que facilita particularmente el consumo de contenidos, es decir, una apropiación pasiva de la información. Aquí no se busca una interacción en doble dirección pero se mantiene la función de informar o transmitir bien saberes formales como informales. Sin embargo, muchos contenidos de YouTube son compartidos a través de Facebook, y aunque los jóvenes no son autores de estos contenidos evidencian un mensaje que quieren transmitir a sus redes de contactos. Entonces, tanto Facebook como YouTube son tecnologías de proximidad debido a que acerca a los usuarios en un medio virtual donde espacio y tiempo se reconfigura (Reguillo, R., 2012, p. 140)

Los usos y las prácticas de los jóvenes en YouTube deben ser interpretados desde un contexto socio-cultural particular. En otras palabras, los usos y prácticas de los estudiantes muestran una nueva cultura en términos de comunicación, interacción y socialización. De allí que Reguillo, R. (2012, p. 140) exprese que en el marco de las redes sociales resulte fundamental indagar por las subjetividades de los actores a fin de apreciar las transformaciones y los cambios en materia socio-cultural. Dos efectos de estas nuevas prácticas son: a) convierte a los jóvenes en autores de contenidos, y b) impulsa el uso activo de dispositivos y contenidos. En primer lugar, los resultados mostraron que los jóvenes no sólo consumen contenidos sino que además producen información para comunicar de forma pública, es decir, ejercen una escritura pública que es expuesta a las redes de contactos, y estos se encuentran cargados de percepciones, emociones, sentimientos y posiciones de diferente tipo. En segundo lugar, se ha creado una necesidad por compartir información y contenidos entre los jóvenes, y ello ha impulsado que se afiance el uso activo de dispositivos y aplicaciones.

Un tercer efecto del uso y la apropiación de las redes sociales estudiadas es el impacto sobre las relaciones entre las personas. En este escenario los jóvenes buscan transmitir toda clase de información y contenidos con diferente propósito: vender, divertirse, actualizarse,

desahogarse, aprender, dialogar, entre otros. Sin embargo, se trata de un fenómeno complejo que deberá seguirse estudiando a fin de comprender cada vez más las particularidades que presenta así como los efectos que produce: “Se trata de una transformación en los procesos de producción y recepción de informaciones cuyo sentido más general y cuyas consecuencias en la socialización de los niños, adolescentes y jóvenes se desconocen y generan incertidumbre y preocupación” (Bernete, F., 2009, p. 97).

Los resultados de las técnicas utilizadas, en especial los obtenidos a través del *FocusGroup*, muestran que los jóvenes dedican cada vez más tiempo a las redes sociales y ello conduce a que se emplee menos tiempo a otro tipo de actividades y espacios: “Una parte de nuestros jóvenes son usuarios altamente participativos, con un intenso uso del medio Internet, para quienes la tecnología es una parte natural de su vida” (Bernete, F., 2009, p. 98). Por ejemplo, se reduce el tiempo dedicado al desarrollo de compromisos y actividades escolares, pero se aumentan los espacios para intercambiar información de diversa clase. Resulta importante formar a los estudiantes para que no reemplacen los espacios de socialización directa pues el contacto interpersonal es fundamental en el desarrollo humano. No se trata de sustituir una actividad por la otra, sino de encontrar la utilidad respectiva a cada espacio con el fin de aprovechar sus beneficios.

Ahora bien, los jóvenes participantes en el estudio muestran que hay una necesidad cada vez mayor de comunicación. De allí que una de las actividades o propósitos de Facebook sea conocer nuevas personas. Ampliar los círculos sociales entre los jóvenes se ha convertido en un propósito para los mismos, y por ello construyen grandes redes de contactos en donde utilizan códigos elaborados por los mismos usuarios. Los significados, las actitudes, las percepciones y las posiciones son construidos por los mismos actores de la comunicación, es decir, los jóvenes.

En cuanto a los riesgos que se desprenden del uso de las redes sociales, se observa que los jóvenes sólo reconocen algunos de los riesgos que se desprenden del Facebook y YouTube, particularmente, aquellos relacionados con la seguridad personal y la protección de la honra y la imagen. Sin embargo, los participantes no logran vislumbrar otros tipos de riesgos como la poca percepción sobre problemas sociales y políticos, los cuales no son detectados por los jóvenes. Como consecuencia de ello, se reduce la ciudadanía activa de los individuos, aspecto fundamental dentro de la escuela.

Las capacidades críticas de los sujetos se reducen al análisis e interpretación de contenidos que muchas veces poco aportan a la construcción de un conocimiento formal. Por ello, la mayoría de los jóvenes o bien toman como verdaderos o validos los contenidos de estas redes o tan sólo no se detienen en pensar en este tipo de aspectos. El porcentaje de jóvenes que afirman realizar actividades de consulta e investigación para validar los contenidos que perciben es menor al número de estudiantes que no han pensado en la posibilidad de que los contenidos de las redes sean manipulados. Queda la duda sobre la forma en qué los sujetos confirman la veracidad de los contenidos y sobre qué tipo de contenidos ejercen el proceso de validación, pues de esto depende también las capacidades críticas que se tengan.

En efecto, una habilidad crítica es la de seleccionar contenidos que resulten de valor y utilidad para los usuarios en términos formativos: información que le permita a los actores reconocer su papel socio-histórico y las necesidades más urgentes de su contexto para participar de forma activa y dinámica en la construcción de mejores posibilidades. Al examinar detenidamente los resultados se observa que los estudiantes tienen contacto con una considerable cantidad de información que poca relevancia tiene para su formación integral. Estos contenidos son valorados por los estudiantes porque representan un interés para ellos, pero en sí el contenido no genera la posibilidad de adquirir una posición crítica del sujeto respecto de su contexto y los problemas próximos.

4.3.3. Propuesta de una estrategia educomunicativa para la aprehensión crítica de contenidos en redes sociales -Facebook y YouTube- en jóvenes escolares

El diseño de una estrategia educomunicativa para la aprehensión crítica de contenidos en redes sociales, específicamente Facebook y YouTube, exige antes que todo retomar: a) el alcance del concepto *aprehensión crítica*, y b) delimitar las principales características de los jóvenes en cuanto al manejo, usos y prácticas en redes sociales. Así las cosas, la aprehensión crítica se refiere a un conjunto de capacidades de naturaleza cognoscitiva (análisis, elaboración-producción, sistematización, análisis, síntesis y aprovechamiento) sobre contenidos o información que circula en el espacio virtual, específicamente, redes

sociales, con el propósito de que el sujeto logre “cuestionar la representación de los medios [y] confrontar su propia cultura, valores y significados” (Alvarado, M., 2012).

Por otro lado, los estudiantes como producto de la investigación se caracterizaron: a) acceder de forma permanente a las redes sociales de Facebook y YouTube, y por ende, exponerse a diversos contenidos; b) contar con equipos tecnológicos cada vez más desarrollados (celulares y computadores portátiles); c) considerar las redes sociales como posibles medios didácticos para el desarrollo de procesos de enseñanza-aprendizaje; d) preferir los contenidos de naturaleza virtual a la de otros contenidos como libros o textos; e) mostrar destrezas adecuadas para el manejo de dispositivos y uso de una gran diversidad de aplicaciones; f) crear códigos para comunicarse y socializar con diferentes grupos; y g) ejercer pocas acciones preventivas y correctivas para mitigar o evitar riesgos.

A fin de definir la estrategia educ comunicativa, se debe reconocer un conjunto de intencionalidades como marco de referencia para los actores educativos, tanto docentes como estudiantes:

- a. Formar un sujeto con capacidad para tomar acciones preventivas y/o correctivas que mitigue los riesgos relacionados con el consumo de contenidos virtuales.
- b. Formar un sujeto con capacidad para confrontar los valores propios y aquellos que circulan a través de los contenidos virtuales y que les facilite adoptar posturas.
- c. Formar un sujeto con capacidad para identificar las intencionalidades de los mensajes insertados en los contenidos virtuales a partir del análisis de la fuente.
- d. Formar un sujeto con capacidad para identificar y describir el contexto en el cual se inscribe el mensaje transmitido.
- e. Formar un sujeto con capacidad para verificar la validez o falsedad de los contenidos que circulan en los medios virtuales.
- f. Formar un sujeto con capacidad para confrontar diversos contenidos a partir de ejercicios de comparación según criterios preestablecidos.

Una vez definidas las intencionalidades de la estrategia educ comunicativa, se describe a continuación un conjunto de objetivos pedagógicos que pueden servir en el diseño de prácticas docentes:

Tabla 3. Objetivos pedagógicos asociados a las de la estrategia educomunicativa

Objetivos	Acciones pedagógicas recomendadas
<p>Formar un sujeto con capacidad para tomar acciones preventivas y/o correctivas que mitigue los riesgos relacionados con el consumo de contenidos virtuales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Estudio de casos sobre riesgos inherentes a las redes sociales. - Ubicación de diferentes contenidos en las redes que impliquen un riesgo para los usuarios. - Revisar estadísticas e informes sobre modalidades de delitos a través de redes sociales.
<p>Formar un sujeto con capacidad para confrontar los valores propios y aquellos que circulan a través de los contenidos virtuales y que les facilite adoptar posturas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar los valores que le caracterizan así como aquellos exteriorizados por otros grupos sociales. - Determinar los valores que se movilizan en los contenidos de las redes sociales. - Realizar análisis sobre la pertinencia de los valores que circulan en las redes a partir de los problemas sociales que se manifiestan en el entorno.
<p>Formar un sujeto con capacidad para identificar las intencionalidades de los mensajes insertados en los contenidos virtuales a partir del análisis de la fuente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios de contenidos a partir de los objetivos perseguidos. - Analizar el tipo de poder del cual goza la fuente/autor de los contenidos y la clase de recursos que dispone. - Reconocer el impacto de los contenidos en redes sociales así como su alcance. - Determinar la influencia de los contenidos sobre los públicos. - Identificar los cambios o transformaciones de tipo socio-político y cultural que producen los contenidos movilizados en redes sociales. - Analizar la forma en que los contenidos cambian los significados y representaciones de las personas. - Determinar la utilidad socio-política, cultural o económica de los contenidos movilizados en redes sociales.

<p>Formar un sujeto con capacidad para identificar y describir el contexto en el cual se inscribe el mensaje transmitido.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicar en espacio y tiempo los contenidos virtuales movilizados en redes sociales. - Identificar los problemas socio-culturales, políticos y/o económicos con los cuales se identifican los contenidos de Facebook y YouTube. - Determinar la utilidad de los contenidos en la confrontación de problemas socio-culturales, políticos y/o económicos. - Identificar los públicos a los cuales se encuentran destinados los contenidos virtuales movilizados en redes sociales.
<p>Formar un sujeto con capacidad para verificar la validez o falsedad de los contenidos que circulan en los medios virtuales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Proponer estrategias que permitan verificar la validez de la información transmitida en redes sociales. - Comparar diversas fuentes de información a fin de establecer la falsedad o validez de los contenidos. - Fomentar una actitud prudente en cuanto a la información transmitida. - Reconocer los efectos de la información falsa socializada en redes sociales.
<p>Formar un sujeto con capacidad para confrontar diversos contenidos a partir de ejercicios de comparación según criterios preestablecidos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicar diversas fuentes de información y valorar su utilidad y reputación. - Identificar las intencionalidades de diversas fuentes de información. - Reconocer el alcance de la información transmitida por diversas fuentes de información.

Fuente: Elaboración propia

Una vez definidas las intencionalidades de la estrategia educomunicativa para la aprehensión crítica de contenidos así como los objetivos pedagógicos, a continuación se señalan los principios que sustentan las relaciones de enseñanza-aprendizaje:

- a. Principio de autonomía e independencia. Este principio se traduce en estrategias y acciones pedagógicas que buscan fomentar la autonomía y la independencia de los

sujetos en el análisis de contenidos virtuales, es decir, se respeta la libre formación del criterio de los jóvenes con base en argumentos de defensa.

- b. Principio de respeto por la opinión y las creencias de los otros. Considerando que los contenidos virtuales transmiten, en mayor medida, mensajes subjetivos, se promueve a través de las estrategias pedagógicas un escenario o un ambiente de respeto generalizado con el propósito de fomentar la inclusión y la participación motivada.
- c. Principio de aprendizaje colaborativo y trabajo en equipo. A través de las estrategias pedagógicas diseñadas se promueve el trabajo entre pares con el fin de confrontar percepciones, ideas o perspectivas. Así mismo, se fomenta la participación y la creatividad al momento de realizar los trabajos, pues obliga a que se planifique las actividades de manera organizada por parte de los sujetos.
- d. Principio de evaluación permanente. Con la estrategia no se busca calificar sino evaluar el proceso en cuanto al cumplimiento de los fines o las intencionalidades por parte de los sujetos de aprendizaje. Así, los docentes deben idear mecanismos que les permita a los estudiantes comparar los resultados obtenidos con los objetivos propuestos, y a partir de ello constatar el avance y las dificultades aún presentes.
- e. Principio de socialización. Toda actividad debe ser socializada a través de medio escrito u oral por parte de los estudiantes, y valorada conforme a criterios claros y precisos. La socialización debe permitir y facilitar la reflexión y la discusión entre los jóvenes.

CONCLUSIONES

Internet se ha consolidado como un medio de información y comunicación de importancia vital en la vida de los jóvenes. La totalidad de los jóvenes que participaron en la investigación muestran que de forma diaria, en menor o mayor medida, hacen uso de la Internet. Si bien en muchos estudiantes el tiempo dedicado a la red parece ser limitado o controlado, un número muy elevado de los mismos parece hacer un uso muy extensivo de la misma, dedicando gran cantidad de su tiempo diario en dicha actividad. Entonces, estar conectado y movilizarse en la red se ha convertido en una realidad de los jóvenes actuales, es decir, una forma de vida que marca la cultura de los mismos. De este tiempo en línea, la utilización de redes sociales, particularmente Facebook, parece ser la actividad que consume más tiempo, con un número considerable de estudiantes dedicando hasta cuatro horas diarias o más a esta red social.

El desarrollo tecnológico y el bajo costo de los dispositivos facilita la adquisición y el manejo de las nuevas tecnologías, lo que ha dado lugar a que un número significativo de jóvenes adopten un papel activo respecto de las redes sociales y los contenidos virtuales que allí se movilizan. Del mismo modo, se presenta una reconfiguración de los medios por los cuales se accede a internet. Si bien los computadores siguen siendo una de las principales formas de acceder a la red mundial de información, los teléfonos celulares se convierten en un medio igual o aún más importante para el acceso a contenidos en línea. La capacidad de acceder a las redes sociales en cualquier parte, a través de los mencionados teléfonos, puede ser una de las razones que impulse el amplio número de horas diarias que los jóvenes dedican a ello. De igual forma, el acceso por este medio es más difícil de seguir o controlar, por parte de los padres.

Facebook se ha instaurado como una de las principales herramientas para la interacción social de los jóvenes, tanto para mantener contacto con sus conocidos, como para conocer nuevos individuos. A nivel de riesgo, si bien la mayoría consideran que el uso de la red

puede llegar a ser peligroso, consideran igualmente que tal peligrosidad suele estar asociada a un uso indebido de la misma, lo que tal vez promueva una falsa sensación de seguridad.

Youtube, por su parte, parece consolidarse con un lugar para el consumo pasivo de contenidos, tanto de carácter académico e informativo como de entretenimiento. En esta medida, Facebook parece tener un nivel de influencia considerablemente más elevado en la posición y actitud personal de los jóvenes, donde los contenidos de dicha red social parecen influenciar en mayor medida la forma de pensar y actuar de la población encuestada.

Sin embargo, los jóvenes también dan un considerable valor educativo a ambas páginas, especialmente a Youtube, por lo cual implementación de la utilización de las mismas como herramientas pedagógicas, tanto dentro como fuera del aula, debe convertirse en un punto de profundo interés para los docentes.

REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Agudelo, W. (2008). La educación en medios de comunicación. Noticieros de TV e imaginarios en la frontera colombo-venezolana. *Tesis doctoral*. Universitat Rovira I Virgili, Tarragona, España.

Almansa, A., Fonseca, O. y Castillo, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. *Revista Comunicar*, 20.

Alvarado, M. (2012). Lectura crítica de medios: una propuesta metodológica. *Revista Comunicar*, 20.

Aparici, R. (2011) (Coord.). *Educomunicación: más allá del 2.0*. Barcelona: Gedisa.

Asociación GSMA (2014). *Economía móvil. América Latina 2014*. Londres: GSMA.

Ballesta, J. (2002). *Medios de comunicación para una sociedad global* (pp. 239-253). En: Ballesta, J. (Coord.). *Medios de comunicación para una sociedad global*. Murcia: Universidad de Murcia.

Barbas, Á. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación*, (14), 157-175.

Bernete, F. (2009). Usos de las TIC, relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud*, (88), 97-114.

Blázquez, F. (2001) (Coord.). *Sociedad de la información y la comunicación*. Mérida: Junta de Extremadura / Consejería de Educación, Ciencia y Tecnología.

Cabero, J. (1996). Nuevas tecnologías, comunicación y educación. *Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, (1).

Castells, M. (1999). *La era de la información. La sociedad red*. Madrid: Siglo XXI Editores.

Castells, M. (2006). *La sociedad de la información y sus contradicciones*. Madrid: Siglo XXI Editores.

Castells, M. (2002). Tecnología de la información y la comunicación y desarrollo global. *Revista de Economía Mundial*, 7, 91-107.

Cárdenas, W. (2008). *¿Qué haría usted si no pudiera ver televisión? Una pregunta a niños y jóvenes para múltiples reflexiones con padres y maestros*. Pamplona: Lito Flórez.

Chomsky, N. (1979). *Armas silenciosas para guerras tranquilas*.

Consejo Directivo Colegio San José de Cúcuta (2013). *Proyecto Educativo Institucional "Formación en actitudes y valores para la convivencia social"*. Colegio San José de Cúcuta, Cúcuta, Colombia.

Cornejo, E. (2013). *El desarrollo de las competencias cognitivas básicas en estudiantes de sexto grado a través del uso del Facebook como herramienta mediadora del proceso de aprendizaje*. México: Universidad TecVirtual.

De Haro, J. (2010). *Redes sociales para la educación*. Madrid: Anaya.

Depetris, B., Feierherd, G., De Giusti, A., Sanz, C., González, A. y Pousa, A. (2008). *TICs en Educación*. X Seminario de Investigadores en Ciencias de la Computación, Red de Universidades con Carreras en Informática.

- Delacôte, G. (1998). *Enseñar y aprender con nuevos métodos*. Barcelona: Gedisa.
- Díaz, M. (1993). *La docencia como práctica pedagógica*. Cali: Universidad del Valle.
- Domínguez, D. (2010). Las redes sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68.
- Druetta, D. (2002). Sociedad de la información y el conocimiento. Entre el optimismo y la desesperanza. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 45 (185), 13-33.
- Echeburúa, E. y Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes. *Adicciones*, 22 (2), 91-96.
- Espuny, C., González, J., Lleixà, M. y Gisbert, M. (2011). Actitudes y expectativas del uso del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento RUSC*, 8 (1), 171-185.
- Freire, P. (2007). *La educación como práctica de la libertad*. Montevideo: Siglo XXI Editores.
- García, J. y Álvarez, G. (2001). Reconfiguración como sujetos de comunicación: implicaciones para los ambientes virtuales con fines educativos. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 5 (2).
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba: Brujas.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006): *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.

Hervás, R. (2003). *Estilos de enseñanza y aprendizaje en escenarios educativos*. Granada: Grupo Editorial Universitario.

Ibáñez, V. y Gómez, I. (2005). La interacción y la regulación de los procesos de enseñanza-aprendizaje en la clase de ciencias: análisis de una experiencia. *Enseñanza de las Ciencias*, 23 (1), 97-110.

Kaplun, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Editorial La Torre.

Latorre, M. (2004). Aportes para el análisis de las racionalidades presentes en las prácticas pedagógicas. *Estudios Pedagógicos*, (30), 75-91.

López, L. y Cinta, M. (2015). La docencia sobre alfabetización mediática en las Facultades de Educación y Comunicación. *Comunicar*, 44 (22), 187-195.

Margalef, J. (2010). *Retos y perspectivas de la educación mediática en España*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Martín, J. (1984); De la comunicación a la cultura: perder el “objeto” para ganar el proceso. *Signo y Pensamiento*, Vol. 3 (5), 21-29.

Martín, J. (1992). Pensar la sociedad desde la comunicación. Un lugar estratégico para el debate a la modernidad. *Diálogos de la Comunicación*, (32).

Martín, J. (1997). Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación. *Nómadas*, (5).

Martínez, E. (2004). *El proceso de enseñanza y aprendizaje*. Madrid: ICE de la Universidad Complutense.

Masterman, L. (1993): *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid: De la Torre.

Marques, P. (2001). *Las TIC y sus aportes a la sociedad*. Barcelona: UAB.

Ministerio de Educación de España (1994). *Guía para el uso de los medios de comunicación*. Madrid: Ministerio de Educación de España.

Ministerio de Educación Nacional (2013). *Competencias TIC para el desarrollo profesional docente*. Bogotá: MEN / Corporación Colombia Digital.

Moreira, M.; Caballero, M. y Rodríguez, M. (1997). *Actas del Encuentro Internacional sobre el Aprendizaje Significativo*. Madrid: Burgos.

Morrisey, J. (2006). *El uso de TIC en la enseñanza y el aprendizaje. Cuestiones y desafíos*. En: *Las TIC, del aula a la agenda política*. Buenos Aires: UNICEF.

Murciano, M. (2006). Las políticas de comunicación ante los retos del nuevo milenio: pluralismo, diversidad cultural, desarrollo económico y tecnológico y bienestar social. *Zer*, (20), 371-398.

Ordoñez, C. (2004). Pensar pedagógicamente desde el constructivismo. De las concepciones a las prácticas pedagógicas. *Revista de Estudios Sociales*, (19), 7-12.

Pérez, D. (2005). *Contribución de las tecnologías de la información a la generación de valor en las organizaciones: un modelo de análisis y valoración desde la gestión del conocimiento, la productividad y la excelencia de la gestión*. Tesis Doctoral, Universidad de Cantabria, España.

Quiroz, M., Taborda, J. y Zapata, J. (2008). Recepción crítica de los niños de 10 a 12 años de la Liga Antioqueña de Fútbol frente a la publicidad de figuras deportivas. *Revista Digital Efdportes*, 13 (125).

Ramírez, T., Zarandona, E., Basterretxea, J. e Idoiaga, P. (2006). La alfabetización audiovisual entre adolescentes vascos: implicaciones para las prácticas educativas y propuesta de intervención. *Zer*, (21), 177-202.

Reguillo, R. (2012). Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a YouTube y viceversa. *Nueva Época*, (18), 135-171.

Rodríguez, E. (2009). El rol de las universidades en la sociedad del conocimiento y en la era de la globalización: Evidencia desde Chile. *Interciencia*, 34 (11), 822-829.

Sánchez, J. (2001). *Aprendizaje visible, Tecnología invisible*. Santiago de Chile: Ediciones Dolmen.

Tamayo, M. (2005). *El Proceso de la Investigación Científica: incluye evaluación y administración de proyectos de investigación*. México: Limusa.

Tubella, I. y Requena, J. (2005). *Sociedad del conocimiento*. Barcelona: Editorial UOC.

Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Buenos Aires: Paidós Ibérica.

Zabala, M. (2009). El proceso de la investigación cualitativa en educación. *Cepies Investigativa*, 1 (1), 113-130.

Zarandona, E., Basterretxea, J., Idoyaga, P. y Ramírez, T. (2008). La alfabetización audiovisual entre adolescentes vascos: implicaciones para las prácticas educativas y propuesta de intervención. *Comunicación y Sociedad*, (9), 119-143.

APÉNDICE A
ENCUESTA APLICADA A ESTUDIANTES DEL GRADO NOVENO DE LA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA COLEGIO SAN JOSÉ DE CÚCUTA

Investigación: CAPACIDADES CRÍTICAS Y ACRÍTICAS DE LOS ESTUDIANTES DE NOVENO GRADO DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN MEDIA DE CÚCUTA, PAMPLONA Y VILLA DEL ROSARIO, FRENTE A LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE FACEBOOK Y YOUTUBE. CASO: COLEGIO SAN JOSÉ DE CÚCUTA

Investigadora: MANUEL HUMBERTO NEIRA

Objetivo: Determinar las capacidades críticas y acríicas de los estudiantes de noveno grado de las instituciones de educación media de Cúcuta, Pamplona y Villa del Rosario, frente al contenido audiovisual de Facebook y Youtube. Caso: Colegio San José de Cúcuta.

Agradezco su colaboración en el desarrollo de esta encuesta. Lea detenidamente las preguntas, solicite asesoría en caso de no comprender alguna de las mismas y conteste de acuerdo a su criterio y experiencia. Muchas gracias.

PRIMERA PARTE. PREGUNTAS SOBRE FACEBOOK

1. ¿Cuánto tiempo y con qué frecuencia usa usted Facebook?

TIEMPO EN HORAS POR DÍA	FRECUENCIA POR DÍA
a. Entre una y dos _____	a. De una a dos veces _____
b. Entre dos y tres _____	b. De dos a tres veces _____
c. Entre tres y cuatro _____	c. De tres a cuatro veces _____
d. Cuatro o más _____	d. Cuatro o más veces _____

2. ¿Qué dispositivos posee usted para acceder a Internet?

- a. Celular. _____
 b. Computador. _____
 c. Tablet o i pad. _____
 d. No tengo/ No utilizo _____

3. ¿Cuál de las siguientes actividades prefiere hacer en Facebook? (Marque con una X las tres (3) opciones que usted considere)

- a. Jugar _____
 b. Chatear con amigos _____
 c. Publicar fotos y videos _____
 d. Para obtener información académica _____
 e. Informarse de cualquier situación _____
 f. Stalkear (revisar minuciosamente un perfil) _____
 g. Hacer videollamadas _____
 h. Conocer gente nueva _____

4. ¿Cree usted que Facebook es una herramienta peligrosa que pone en riesgo a las personas?
- a. Sí _____
 b. No _____
 c. Depende de su uso _____
 d. Algunas veces _____
5. ¿Considera que todo lo que se publica en Facebook es manipulado?
- a. Todo es verdad _____
 b. Nada es verdad _____
 c. Siempre investigo sobre lo que leo _____
 d. No he pensado en eso _____
6. ¿Facebook es una red social que influye en la forma en que usted piensa y actúa?
- a. Sí influye _____
 b. No influye _____
 c. En algunas ocasiones _____
7. ¿Comenta con sus amigos sobre los temas que lee en Facebook y tiene una postura propia?
- a. No es necesario porque todos pensamos lo mismo _____
 b. Internet informa correctamente y no hace falta contradecir _____
 c. Analizo y saco conclusiones propias de los temas que leo _____
 d. Nunca había pensado en esto _____
8. ¿Considera que el Facebook puede ser utilizado para fines académicos?
- Sí _____
 a. No _____
 b. Puede ser _____

¿Por qué?

SEGUNDA PARTE. PREGUNTA SOBRE YOUTUBE

9. ¿Cuánto tiempo y con qué frecuencia usa usted YouTube?

TIEMPO EN HORAS POR DÍA	FRECUENCIA POR DÍA
a. Entre una y dos _____	a. De una a dos veces _____
b. Entre dos y tres _____	b. De dos a tres veces _____

c. Entre tres y cuatro _____	c. De tres a cuatro veces _____
d. Cuatro o más horas _____	d. Cuatro o más veces _____

10. De los siguientes contenidos de YouTube, ¿Cuál es el que más consume? Marque solo una opción

- a. Videos musicales _____
- b. Videos de Youtubers _____
- c. Tutoriales _____
- d. Películas _____
- e. Series _____
- f. Novelas _____

11. Normalmente, ¿a través de qué dispositivo ingresa a youtube? Marque solo una opción

- a. Computadora _____
- b. Celular _____
- c. Ipad _____
- d. Tablet _____
- e. No utilizo/No tengo _____

12. ¿Piensa que youtube le puede servir en el aula de clase?

- a. Sí _____
- b. No _____
- c. Puede ser _____

¿Por qué?

13. Considera que youtube es una herramienta que sirve para:(Marque con una x las tres opciones que usted considere)

- a. Consultar trabajos _____
- b. Distraerse en el tiempo libre _____
- c. Informarse _____
- d. Lograr una mayor claridad en diversos contenidos a través de tutoriales _____
- e. Subir videos _____

14. ¿Youtube es una red social que influye en la forma que usted piensa y actúa? Marque solo una opción

- a. Sí influye _____
- b. No influye _____

c. Influye en algunas ocasiones _____

15. ¿Comenta con sus amigos sobre los temas que ve en YouTube y tiene una postura propia? Marque solo una opción

- a. No es necesario porque todos pensamos lo mismo _____
- b. Internet informa correctamente y no hace falta contradecir _____
- c. Analizo y saco conclusiones propias de los temas que leo _____
- d. Nunca había pensado en esto _____

Muchas gracias por su colaboración.

APÉNDICE B
FICHA DE ANÁLISIS
FOCUSGROUP APLICADO A ESTUDIANTES DEL GRADO NOVENO DE LA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA COLEGIO SAN JOSÉ DE CÚCUTA

Investigación: CAPACIDADES CRÍTICAS Y ACRÍTICAS DE LOS ESTUDIANTES DE NOVENO GRADO DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN MEDIA DE CÚCUTA, PAMPLONA Y VILLA DEL ROSARIO, FRENTE A LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE FACEBOOK Y YOUTUBE. CASO: COLEGIO SAN JOSÉ DE CÚCUTA.

Investigadora: MANUEL HUMBERTO NEIRA

Objetivo: Determinar las capacidades críticas y acríicas de los estudiantes de noveno grado de las instituciones de educación media de Cúcuta, Pamplona y Villa del Rosario, frente al contenido audiovisual de Facebook y Youtube. Caso: Colegio Sn José de Cúcuta.

PRIMERA PARTE. IDENTIFICACIÓN

Fecha: _____
Institución educativa: _____
Lugar: _____
No de participantes: _____

SEGUNDA PARTE. DESCRIPCIÓN DE LOS PARTICIPANTES

Muestra:
Características de la Muestra:

TERCERA PARTE. DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

Viñeta 1: Necesidad de pertenencia a las redes sociales
de estudiantes que expresaron necesidad de pertenencia:
de estudiantes que expresaron lo contrario
Tipo de expresiones y palabras utilizadas
Actitudes sobresalientes
Ejemplos propuestos al respecto
Análisis

--

Viñeta 2: Información Falsa en las redes sociales
de estudiantes que expresaron haber sido víctimas de información falsa
de estudiantes que expresaron lo contrario
Tipo de expresiones y palabras utilizadas
Actitudes sobresalientes
Ejemplos propuestos al respecto
Análisis

Viñeta 3: Formas de evitar la información Falsa de las Redes Sociales
Propuestas de los estudiantes
Tipos de expresiones y palabras utilizadas
Actitudes sobresalientes
Ejemplos propuestos al respecto
Análisis

Viñeta 4: Uso de YouTube para investigar o realizar tareas o trabajos escolares
de estudiantes que lo usan para investigar o realizar tareas o trabajos escolares
de estudiantes que no lo usan para investigar o realizar tareas o trabajos escolares
Tipos de expresiones y palabras utilizadas
Actitudes sobresalientes
Ejemplos propuestos al respecto
Análisis

Viñeta 5: Consecuencias del mal uso de Youtube
--

de estudiantes que consideran que sí hay consecuencias
de estudiantes que consideran que no hay consecuencias
Tipos de consecuencias enumeradas
Actitudes sobresalientes
Ejemplos propuestos al respecto
Análisis

Viñeta 6: Influencia de los Youtubers en el pensamiento y comportamiento de los jóvenes
de estudiantes que consideran que sí hay influencia
de estudiantes que consideran que no hay influencia
Tipos de influencias enumeradas
Actitudes sobresalientes
Ejemplos propuestos al respecto
Análisis