Signo y Pensamiento
ISSN: 0120-4823
revistascientificasjaveriana@gmail.com
Pontificia Universidad Javeriana
Colombia

Barrios Rubio, Andrés
Los jóvenes y la red: usos y consumos de los nuevos medios en la sociedad de la información y la comunicación
Signo y Pensamiento, vol. XXVIII, núm. 54, enero-junio, 2009, pp. 265-275
Pontificia Universidad Javeriana
Bogotá, Colombia

Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86011409017

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



Youth and the Net: Use and Consumption of New Media in the IC society

The Information and Communication Society introduced the use of IT in the midst of everyday life and modified conventional wisdom concerning media and its processes of communication. Thus, new mobility conditions were created based on the imaginary assumption (or prejudice) that the young are more competent than adults vis-à-vis the use of IT. Nevertheless, it has been established that the young aren't aware of the IT's reach and range, because they use them as entertainment rather than as a tool to communicate, research, and analyze our society.

Keywords: IT, virtual transmitter, digital gap, generation gap, information society, Internet.
Submission date: August 4, 2008
Acceptance date: November 4, 2008

La sociedad de la información y la comunicación incorporó a su quehacer diario el uso de las TIC y modificó las concepciones tradicionales que se tenían de cada uno de los medios y sus procesos de comunicación. Así, se generaron nuevas condiciones de movilidad al partir de un presupuesto, basado en un prejuicio (imaginario), que se sustenta en la idea de que los jóvenes son más competentes que los adultos en el uso de la tecnología informática; sin embargo, se pudo establecer que los jóvenes no son conscientes del alcance de las TIC y por eso las tienen como un elemento lúdico y de entretenimiento y no las emplean como una herramienta para comunicar, investigar y analizar los fenómenos de nuestra sociedad.

Palabras Clave: TIC, emisora virtual, brecha digital, brecha generacional, sociedad de la información, Internet.
Recibido: Agosto 4 de 2008
Aceptado: Noviembre 4 de 2008

Origen del artículo
Este artículo es producto de las investigaciones "Radiola UJTL: propuesta de una emisora universitaria en internet que desarrolla un espacio de opinión y participación para sus estudiantes" y "Usos y consumos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación TIC", realizadas en el programa de Comunicación Social de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, por el Grupo Comunicación-Cultura-Mediación, a través de la sublínea Tecnocultura y Comunicación.

Andrés Barrios Rubio*

Los **jóvenes** y la red: usos y consumos de los nuevos medios en la sociedad de la información y la comunicación

En la llamada *sociedad de la información, del conocimiento y/o de la comunicación*, las formas de *interacción social* entre sujetos de diferentes generaciones son mediadas por el uso y consumo de la tecnología informática —particularmente Internet—, y por la validación reiterada de la incorporación de las tecnologías a la vida cotidiana. Las nuevas tecnologías son un nuevo lenguaje que comienza a marcar diferencias entre quienes tienen acceso al código de la tecnología y a los artefactos, y quienes comienzan a ser relegados y excluidos de estas nuevas formas de construcción de sentido, a lo que se denomina *brecha digital*. Así, esta *nueva sociedad* ha puesto gran parte de su confianza en el desarrollo tecnológico, ligado a la comunicación y la información.

Por otro lado, el *conocimiento*, por lo menos entendido como *saber*, está muy ligado a la posibilidad de acceso a las fuentes de información, soportadas en estas tecnologías de la comunicación y la información (TIC). Las *competencias* tecnológicas les permiten a los sujetos acceder a fuentes que circulan en la red; consumir, usar y eventualmente producir más información. De acuerdo con esto, se puede suponer que las generaciones jóvenes tienen más herramientas para acceder a la información: el saber se centra no en la cantidad de información *aprendida* y *aprehendida*[1], sino en el uso que se hace de ella y en la competencia para adquirirla y transformarla. En este sentido, las relaciones intergeneracionales pueden estar sufriendo transformaciones, en la medida en que los jóvenes son más competentes, desde el punto de vista tecnológico.

Así las cosas, las formas de jerarquización social, relacionadas con la posesión del conocimiento, la sabiduría y la experiencia de los adultos, se ven afectadas en cuanto los jóvenes tiene algo que *enseñar* a los viejos. La relación *joven-adulto* (*profesores y padres*) comienza a reconfigurarse en el entorno microsocial y establece nuevas lecturas de las formas de democratización de la cultura, de los sistemas de inclusión y exclusión y de los fenómenos de comunicación mediados por la tecnología.

De todo lo anterior surge el siguiente interrogante: ¿cómo entender los procesos de transformación de las relaciones intergeneracionales mediadas por la tecnología informática?

* **Andrés Barrios Rubio.** Colombiano. Comunicador social y periodista; especialista en Edición Digital y Multimedia, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Colombia. Docente de tiempo completo, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Director de la emisora Óyeme UJTL de la misma universidad. Lidera la investigación Usos y consumos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación TIC y coordina el programa académico de Tecnología en Producción Radial. **Correo electrónico:** andres.barrios@yahoo.es.

1. La distinción entre los dos conceptos se refiere al sentido y los niveles de apropiación de la realidad. *Aprender* está ligado a los procesos de adquisición del conocimiento, sobre todo dentro de los espacios formales, como la escuela. El *aprehender* se entiende como la incorporación del saber y la experiencia: el hacer cuerpo aquello que el ser humano adquiere en sus procesos de construcción como sujeto.

Al formular esta pregunta, surgen otras que se relacionan entre sí y que direccionan el estudio y análisis que hoy aquí se esboza: ¿qué nueva lectura se puede hacer de la relación joven-adulto en la llamada *sociedad del conocimiento*-información-comunicación? ¿Cómo emergen nuevas formas de ejercicio y ostentación del poder derivadas del saber instrumental (experticia) y otras formas de saber ligadas al acceso a fuentes de información, propias de la tecnología informática? ¿Cómo se manifiesta la brecha generacional con relación a las competencias tecnológicas de los sujetos y los usos y consumos de la tecnología informática? ¿Cómo se manifiestan la segregación tecnológica-digital en los usos y consumos de la tecnología informática? ¿Cómo se generan nuevas formas de relación intergeneracional e intrageneracional por efecto de las formas de uso y consumo de las nuevas tecnologías? ¿Cómo se reconfigura el sentido de lo social desde el uso y consumo de las nuevas tecnologías?

Este estudio propone trabajar en torno a estos interrogantes por medio de un estudio de caso sobre la experiencia de los estudiantes de los programas de Comunicación Social y Tecnología en Producción Radial, de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, en los usos y consumos de las TIC. Con base en el estudio, realizado a estudiantes por medio de encuestas y entrevistas, la tesis central del artículo es que los jóvenes no se han dado cuenta del potencial que tienen en sus manos y la forma como pueden explotar las TIC en pro de su beneficio personal y profesional, por lo cual las *instituciones de educación superior* deben tomar cartas en el asunto.

El artículo que ahora usted leerá desarrollará la justificación del estudio, la base teórica en torno a la cual gira el trabajo, la descripción metodológica y la exposición de los resultados de la investigación, para desembocar en un paralelo de los jóvenes en la sociedad de la información, las reflexiones finales y la propuesta para el desarrollo de una nueva fase de investigación.

Justificación

Los estudios sobre usos y consumos se han desarrollado, tradicionalmente, en el campo de los medios masivos de comunicación convencionales: prensa, radio y televisión, en algunos casos, el cine y la industria editorial. Estas llamadas *industrias culturales* han sido objeto de estudio, dada su importancia en los procesos de producción, circulación y consumo de los llamados productos culturales y en las formas de transformación de la cultura.

Por su relativa novedad, la red (Internet) y la tecnología informática digital han sido objeto de análisis y estudio por parte de varios autores, con enfoques prospectivos y, en algunos casos, con aproximaciones empíricas que dan cuenta del fenómeno tecnológico en la sociedad actual. Sin embargo, las investigaciones de mercado y de frecuencias de uso de las nuevas tecnologías, en particular de Internet, están por encima de otros estudios de carácter cualitativo, que permitan contrastar esos resultados cuantitativos.

Los autores más reconocidos dentro del campo de los *estudios culturales latinoamericanos* se han acercado poco a poco a este campo, pero aún no hay una producción significativa derivada de investigaciones sobre las nuevas tecnologías, frente a la gran producción existente en investigación en otros medios, principalmente la televisión; sin embargo, es bueno resaltar que, específicamente en el campo de la comunicación, algunos autores recalcan el creciente papel de los nuevos medios en la educación y el cambio que esto propone en el sistema de formación tradicional.

En este sentido, Guillermo Orozco (citado en Mancini, 2004), en sus escritos recientes, entra en el campo crítico de la informática, demostrando que hoy en día se tiene la posibilidad de educarnos enfrente de diversas pantallas desde las que se envía, transmite, recibe y procesa información para producir conocimiento y estar en permanente proceso de aprendizaje. Por su parte, Jorge González (2001) plantea la democratización del acceso a la información, pero también aboga por una cultura (cultivo) de la comunicación, de la información y de la investigación, para entrar en la dinámica de lo que él llama la *cibercultura*. Por otro lado, Jesús Martín-Barbero (2002) viene hablando desde hace bastante tiempo de los medios y las tecnolo-

gías involucradas en los procesos educativos; en consecuencia, habla de educar en los medios, de la superación de la pura instrumentalidad de las tecnologías y de pensar seriamente en el papel de los medios en la educación. Recientemente, García Canclini (2004) se pregunta por los *diferentes, desiguales y desconectados*.

Un estudio como el aquí planteado puede hacer aportes significativos acerca de cómo se usan y consumen las nuevas tecnologías en el contexto social próximo, pero, también, cómo se usa y se consume la información y los productos culturales que circulan en la red, y cómo esto se incorpora a las prácticas sociales. Finalmente, cómo las TIC tienen que ver en los procesos de transformación social en cuanto están mediando la interacción entre sujetos, y en cuanto están insertas en las formas de construcción de sentido de lo social, lo político, lo económico y lo cultural.

Dentro del contexto académico e investigativo de las Facultades de comunicación del país, el proyecto tiene relevancia y puede ser confrontado con pares que aporten una visión crítica acerca de la posición de los programas de Comunicación Social y Tecnología en Producción Radial de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, frente al fenómeno de las TIC.

Usos y consumos de las nuevas tecnologías de la **información** y la **comunicación** (TIC)[2]

Teniendo presente que Internet se reconoce como un espacio de interacción entre los sujetos, se realiza la investigación de usos y consumos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), con el fin de establecer y analizar los procesos de transformación de las relaciones intergeneracionales mediadas por la tecnología informática, con la realización de un estudio de caso entre estudiantes de los programas de Comunicación Social y Tecnología en Producción Radial, de la Facultad de Ciencias Humanas Arte y Diseño, de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Dicha investigación tuvo un carácter formativo, que se centró en los usos y consumos de las nuevas tecnologías, pero en un espectro más amplio se enmarca en el fenómeno de la globalización de la cultura, de los consumos culturales y de las transformaciones sociales mediadas y mediatizadas por las nuevas tecnologías.

En el desarrollo de la investigación, se tomó como base de estudio a los 274 estudiantes de la Universidad Jorge Tadeo Lozano que se encontraban matriculados y cursando asignaturas en los programas de Comunicación Social y Tecnología en Producción Radial, durante el segundo semestre de 2006.

Como punto de partida, el grupo de estudio estableció unas definiciones conceptuales de TIC; uso, consumo, comunicación e información, sobre las cuales giraría el estudio conceptual de esta investigación.

Para el concepto de TIC se toma como referencia a María Teresa Sandoval Martín (2000), quien deja entrever en sus estudios que cuando se habla de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información (TIC) nos estamos refiriendo a los desarrollos más recientes en este campo, que incluyen desde la telefonía celular hasta Internet, la tecnología digital, los desarrollos de la microelectrónica (CD, DVD, computadores, televisores digitales, reproductores de CD y DVD, ambientes virtuales, sistemas de transmisión de datos y de intercomunicación, etc.).

En cuanto al *uso* de las nuevas tecnologías, nuevamente se hace una aproximación a María Teresa Sandoval Martín (2000), quien lo establece como el *qué* hace el sujeto frente a la pantalla (o al dispositivo electrónico de soporte de la tecnología), lo cual es ligado a la percepción general que dice que la gente usa Internet como fuente de información, como entretenimiento y como medio de consumo (entendido, este caso, como compra de artículos).

2. Proyecto de investigación realizado en la Universidad Jorge Tadeo Lozano de Bogotá, por el grupo 'Comunicación-Cultura-Mediación', en la sublínea 'Tecnocultura y Comunicación', por los investigadores Andrés Barrios Rubio y Gloria Consuelo Fajardo Valencia, durante el 2006 y 2007.

Según Sandoval, todo esto puede reducirse a que los usuarios buscan algún beneficio, el enfoque es cercano a la teoría de 'usos y gratificaciones'.

El *consumo* es ligado a la postura de Néstor García Canclini (1995), que aborda el problema del consumo desde una perspectiva sociológica y antropológica, en las que destaca la "racionalidad de los intercambios económicos y culturales", y desde la perspectiva comunicacional, desde la que considera "el uso de los bienes de consumo cultural como transmisores de información y significado". Se define el *consumo* como el conjunto de procesos socioculturales donde se realizan la apropiación y los usos de los productos.

Para el concepto de *comunicación* se recurre a la definición misma que tiene el Programa de la UJTL, que está ligada a Daniel Prieto (1996), quien ve la comunicación como un campo transdisciplinar que centra su estudio, fundamentalmente, en tres aspectos, que deben ser entendidos dentro del contexto de la cultura y la sociedad, el mercado y otras formas de intercambio simbólico, y la dinámica entre lo global y lo local a partir de: la producción, la circulación y el consumo de productos comunicacionales.

La *comunicación* se puede considerar como un proceso determinado por tres momentos clave (la interacción, la significación y la mediación). Esta postura implica comprender que en el proceso de comunicación se establece la necesidad de construcción de sentido.

En cuanto al concepto de *información*, se hace una aproximación a Antonio Paoli (1983), quien la ve como el conjunto de mecanismos que permiten al individuo tomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guía de su acción. El doble flujo de informaciones no necesariamente implica comunicación, porque cuando la respuesta es mecánica y preestablecida no es producto de un proceso de comprensión mental. En el proceso de la comunicación, como en el de la información, existe un elemento común: el envío de mensajes.

Establecidas las definiciones sobre las cuales giraría el estudio conceptual de la investigación se consultan diversos autores, de los cuales se seleccionan algunos y se toman como guía sus posturas frente al tema objeto de estudio, teniendo presentes las preguntas que guían la investigación aquí planteada.

La primera de esas autoras es Magnolia Pineda (2000), quien asevera que los profundos cambios ocurridos en el campo de las comunicaciones debido a la convergencia de las tecnologías informáticas, de las telecomunicaciones y audiovisuales, han revolucionado las formas de producción, de difusión y de recepción de la información; han alterado las relaciones de intercambios entre emisores y receptores y entre usuarios mismos, hasta el punto de permitir otras modalidades de interrelación mediatizadas, pero interactivas, dialógicas, en tiempo real y personalizadas. En consecuencia, las tendencias en investigación para el siglo XXI, en comunicación, plantean la necesidad de poner la mirada, de manera urgente, sobre las nuevas tecnologías y su papel en los procesos de globalización, y en las transformaciones que se están introduciendo en la sociedad y en la vida de las personas. En este sentido, la presente investigación se centra en los usos y consumos de las nuevas tecnologías, en las formas de interacción de las personas mediadas por la tecnología informática, en los consumos culturales y de las transformaciones sociales mediadas y mediatizadas por las nuevas tecnologías.

El desarrollo de los medios masivos de comunicación, tanto en sus aspectos técnicos, como tecnológicos y de contenido, ha permitido la circulación de cada vez más cantidad de información, para mayor cantidad y diversidad de públicos; por esto, otro de los autores seleccionado como guía en esta investigación es Alsina Rodrigo (2001), quien, dentro de la perspectiva de los estudios de comunicación, enfatiza en tres aspectos que pueden dar cuenta del fenómeno de la comunicación, en relación con procesos comunicacionales mediáticos: la emisión, la construcción y circulación de sentidos (mensaje) y la recepción. El énfasis de los estudios de comunicación en el ámbito latinoamericano es muy fuerte respecto a la relación cultura, comunicación y sociedad.

En este campo, son grandes las implicaciones que tiene lo mediático y lo masivo sobre las formas de inclusión-exclusión, de diferenciación y discriminación, de construcción de identidades, de acceso a bienes y servicios, y de acceso a sistemas y redes de información, es decir, en cómo el sujeto social va construyendo y transformando aquella trama de significaciones que se entiende como *cultura*, con mediación de la tecnología. Desde esta perspectiva, la recepción de productos culturales mediáticos como un acto consciente, activo, no se refiere sólo al momento de exposición del sujeto al medio de comunicación, en particular al artefacto, sino que se realiza cuando éste *usa* en su cotidianidad la información recibida, la apropia, la resignifica, crea nuevos sentidos y la hace recircular al convertirla en su propio discurso.

En la práctica, lo dicho anteriormente significa que los contenidos de los medios (y los medios mismos) están involucrados en un sistema de mediaciones sociales, culturales, tecnológicas, ideológicas, e incluso subjetivas individuales (psicológicas y fisiológicas), que hacen que el acto de recepción sea diferenciado de un sujeto a otro y de un grupo sociocultural a otro. Esto lleva a hacer referencia y tener en cuenta los planteamientos de Guillermo Orozco (1991), pues, adaptando su concepto a las nuevas tecnologías, tenemos que cuando un sujeto se enfrenta a la televisión, por ejemplo, no lo hace con la mente en blanco, sino que trae consigo una serie de actitudes, valores e ideas —un repertorio cultural— que enfrenta a los repertorios de la programación. En este sentido, es bueno resaltar el planteamiento de Martín-Barbero (1987), para quien hay tres lugares clave de la mediación: la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural; así, en el discurso de los medios de masas, las audiencias aprenden a reconocer su identidad cultural.

Hay que destacar que un mismo contenido podrá tener múltiples lecturas y múltiples usos, es decir, diversas formas de construcción de sentido. En este proceso la cultura (convertida en producto mediático) se transmite, se recrea y se transforma constantemente, y, en la misma dinámica, la sociedad establece nuevas formas de interacción, construcción y transformación de su tejido.

El acceso a los medios y a las tecnologías propias de los medios por parte de los consumidores (públicos) también marca diferencias fundamentales en las formas de uso y consumo de los productos culturales. Estas formas diferenciadas, a la larga, tiene eco en las formas de constitución de grupos sociales diferenciados por el consumo, de acuerdo con García Canclini (1995), que adoptan diversos comportamientos, lenguajes, creencias, etc. Hoy se habla permanentemente de la *democratización de la cultura,* es decir, la posibilidad de que todos los sujetos de la sociedad tengan, por lo menos, las mismas oportunidades de acceso a sus diferentes manifestaciones, incluida la tecnología. La irrupción de las tecnologías ligadas a la informática (ordenadores y redes de información) ha abierto un nuevo espacio en el que la comunicación se lleva a cabo en condiciones realmente diferentes a las que permitían los medios "convencionales".

La red de redes, Internet —y la tecnología asociada a ella—, se constituye hoy como una de las principales herramientas para la circulación de la cultura en el ámbito global. Si bien su concepción como medio masivo de comunicación aún está en discusión, no se puede negar que la tecnología que soporta la red ha permitido, en los últimos diez años, una serie de cambios fundamentales en la forma de entender la comunicación y en las mismas prácticas comunicativas entre sujetos. La comunicación cara a cara, la 'comunicación por excelencia', hoy se ve transformada por la interacción entre sujetos que no están presentes físicamente, pero que están comunicándose en tiempo real, apoyados en textos verbales, orales o escritos, y en imágenes.

Internet es un canal de circulación de información, pero es hoy un *medio de medios*: radio, prensa y televisión, además de cine, arte, libros, circulan en formato digital en la red. Los medios tradicionales están buscando un nuevo espacio en el ciberespacio. Sus lenguajes son los que constituyen el lenguaje de la red. En este sentido, la red es el medio *multimedial* desde ahora: crea sus *propios lenguajes*, sus propias formas de expresión

(*hablas*), sus nuevas *estéticas*, nuevos *imaginarios*, nuevas *percepciones de la realidad*, pero, también, sus propias formas de *ejercicio del poder*.

Estas nuevas formas de comunicarse se pueden considerar *extrañas* para las generaciones adultas mayores, pero son *normales* para las nuevas generaciones. Esto implica que hay unas nuevas formas de relacionarse y concebir al otro, y, por lo tanto, de construir el entramado de relaciones sociales, mediadas por la tecnología. Mirando esto desde otra perspectiva, la tecnología no sólo es mediadora, sino constructora de lo social.

Los conceptos de información y conocimiento se han transformado: la información está allí, estamos hablando de miles de millones de *bytes* de información que circulan en la red, pero la posee quien sabe cómo acceder a ella. Las nuevas generaciones, aquellas que están naciendo y creciendo en el entorno digital, son las poseedoras de un *saber* nuevo (restringido en gran medida para los mayores), en cuanto están siendo formadas en el uso de la tecnología informática. Este fenómeno de distanciamiento entre quienes saben y quienes no saben se ha denominado *brecha digital* (o segregación digital) (Tapscott, 1998): las generaciones adultas van perdiendo poco a poco terreno frente a la tecnología. Así, un marcador de distinción y diferenciación generacional —*brecha generacional, salto generacional o distancia generacional*— es el uso de las TIC por parte de los más jóvenes.

Sin embargo, existe otra forma de manifestación de la *brecha digital* relacionada con las posibilidades de acceso a la tecnología por parte de grupos sociales desfavorecidos. Son varios los millones de personas que hoy no tienen la posibilidad de acceder a servicios de Internet u otros sistemas digitalizados de información en red, y mucho menos a la posesión de estas tecnologías en su hogar. La *brecha digital* es cada vez mayor entre países desarrollados y países del Tercer Mundo. En estos últimos se reproduce el mismo fenómeno entre grupos sociales económicamente fuertes y grupos desfavorecidos.

Estos procesos son, evidentemente, mucho más complejos de lo aquí esbozado; sin embargo, en este contexto general se enmarca la presente investigación, que se desarrolla en el campo de la comunicación y la cultura, específicamente en los fenómenos de uso y consumo de las nuevas tecnologías.

Fase de **estudio**

Para realizar esta investigación se efectuó una exploración sociodemográfica, por medio de una encuesta que arrojó un análisis cuantitativo, lo que posibilitó el estudio etnográfico posterior por medio de entrevistas, y dejó algunos resultados sometidos, luego, a un análisis cualitativo.

El objetivo de la encuesta, aplicada a los 274 estudiantes participantes en este estudio, era establecer cuatro aspectos fundamentales: su información general, cuál era la competencia tecnológica que tenían, la accesibilidad que tenían a la tecnología informática y cuál era el uso y consumo que tenían de la tecnología informática.

Basados en los resultados cuantitativos obtenidos se hizo necesario cumplir con otra etapa en la investigación que permitiera conocer de cerca apreciaciones de los estudiantes; para esto se dividieron los resultados obtenidos en dos categorías ya establecidas: conectados y desconectados. Es bueno aclarar en este punto que para las entrevistas no se seleccionó el 100% de la muestra, sino que se escogió a un grupo de 28 estudiantes de manera aleatoria.

El objetivo de la entrevista era profundizar en el uso que le dan al PC, si se consideran competentes frente al uso del computador, qué hacen cuando se conectan a la red, el papel que desempeña la tecnología en su vida, la relación del uso del computador e Internet con la vida académica, el uso que hacen de la información encontrada en la red, el concepto que tienen del uso de la tecnología por parte de los profesores y si sienten ventaja de algún tipo frente a sus pares, familia y profesores por parte del uso de la tecnología o la brecha generacional que se puede presentar.

Se partía de la hipótesis de que todos los jóvenes son competentes y tienen un amplio dominio

en el uso de la tecnología y que la aprovechaban para su beneficio en los diferentes procesos académicos y personales de su quehacer diario. Sin embargo, a lo largo del estudio se pudo determinar que esto no era así y que existían varios puntos cuestionables. Para reseñar los resultados encontrados en esta investigación, el grupo de estudio tuvo en cuenta las definiciones conceptuales y planteó las reflexiones basadas en ellas.

En cuanto a las TIC, se pudo establecer que el aprendizaje de las nuevas tecnologías se da de manera empírica; los estudiantes reseñan que reciben cierto tipo de conocimientos en primaria, que aumenta en secundaria y decae en la universidad. En cuanto a programas específicos del paquete básico de Office, se pudo comprobar que manejan Word y Power Point, y, en menor medida, Excel; sin embargo, se debe resaltar que conocen el manejo de los programas, más no el lenguaje técnico de éste. Como dato complementario de las TIC, se estableció que la gran mayoría de los estudiantes posee computador y su uso es compartido con otro miembro de la familia, cuentan con acceso a Internet y hacen uso de varios accesorios paralelos en este elemento. Los estudiantes que no cuentan con PC acceden a éste en la Universidad, donde amigos o en un café internet. El acceso a Internet por parte de todos se da en la casa y en la Universidad.

Se puede afirmar claramente que existen múltiples *usos* del computador por parte del estudiante; prima el uso del *chat*, el correo y el Messenger, seguido por los trabajos de la Universidad. El uso del computador y la conexión a Internet se dan diariamente, y el tiempo dedicado a la navegación es de una a tres horas diarias, donde la mayoría busca información y utiliza el correo electrónico y el Messenger. Es claro que la gran mayoría usa el correo electrónico y, en promedio, tiene dos cuentas de correo, lo que genera el mayor cruce de comunicaciones con amigos y compañeros de estudio. Llama la atención que no se confía en Internet para el uso de transacciones bancarias y compras por medio de la red; la mayoría de los estudiantes se considera usuario promedio y piensa que el PC es importante en su vida.

En lo referente a *consumo*, existe la necesidad de tener un computador, sin importar el por qué o para qué se conectan al Messenger al llegar a la casa, y viven en permanente búsqueda de información. Los estudiantes consideran vital el PC para hacer los trabajos de la Universidad, les parece "caótica" la vida sin Internet. Es claro que las relaciones con pares y familiares están atravesadas por la tecnología. No se debe desconocer que el sistema social y educativo les exige la incorporación del uso de nuevas tecnologías, independiente de gustos y necesidades; los roles de estudiante y joven los obligan a depender de la tecnología.

En cuanto a la *comunicación*, se hace evidente que se transformó el contacto directo (cara a cara) con los pares; la interacción social y de pares se da a través del Messenger y los foros, pues éstos les permiten acortar distancias y costos en la comunicación, además de admitirles la creación de identidades particulares y anónimas. Por medio de este estudio se detectó que no comprenden las TIC como herramienta para comunicar proyectos encaminados a mejorar el entendimiento de los problemas propios de la comunidad, ejerciendo investigación, análisis y síntesis de los fenómenos comunicativos.

Se determina que las TIC son una buena herramienta para el acceso a la *información*, pues los estudiantes hacen evidente la necesidad de estar enterados del acontecer nacional e internacional; ponen de manifiesto que se simplifica la labor de búsqueda de datos requeridos para la formación académica.

Es cuestionable que comparen la *red* con los libros y los métodos tradicionales de estudio. Para los estudiantes, Google es la página que "lo tiene todo y dice la verdad", pero también ponen en duda la veracidad y calidad de la información de algunos portales. Queda claro que la red es un mecanismo que permite acceder a los datos actualizados de entretenimiento, ocio, etc.; los jóvenes se actualizan, a través de la red, en tecnología y diversión (juegos); Internet propone guías de comportamiento social para seguir y es un mecanismo que les permite darse a conocer y conocer a los demás (figurar).

Los jóvenes y **la sociedad** de la información

La sociedad de la información y de la comunicación ha traído consigo múltiples cambios en cada uno de los procesos que ejerce el ser humano en su desarrollo social. La información ha tomado gran importancia y se convirtió en fuente de productividad y poder, pues, al lado del conocimiento, está presente en cualquier lugar, lo que permite la flexibilidad de ejercer labores desde diversos sitios para, de esta manera, ir permeando las formas de producción-consumo y las relaciones sociales entre los seres humanos.

La importancia de la información no es una moda, sino la consecuencia de la preponderancia cada vez mayor de la gestión de la información para abordar de forma precisa multitud de temas técnicos, económicos y sociales. En el caso de las tecnologías, éstas aparecen como algo totalmente necesario para permitir la racionalidad y eficacia en las sociedades informacionales; lo importante son ahora las propias tecnologías de la información, que, mediante la digitalización, permiten un uso extensivo, permanente y sencillo del conocimiento acumulado (Lucas Marín, 2000). Se puede decir que el mundo está llegando a alcanzar el concepto de *aldea global* expuesto por McLuhan en los años sesenta.

Lo antes planteado y lo mostrado en la *fase de estudio* lleva a que las instituciones de educación superior empiecen a replantear su labor de formación y faciliten a los estudiantes, dentro de los programas, niveles de aprendizaje en las nuevas tecnologías, al poner a su alcance las herramientas necesarias para el uso y consumo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y generar competencias que permitan manejar grandes cantidades de información a través de Internet y los medios audiovisuales modernos.

El proceso educativo —visto desde sus diferentes ambientes, en este nuevo tipo de sociedades complejas, donde el conocimiento adquiere una importancia decisiva, no sólo en el aspecto económico, sino también social— no ha sido ajeno al proceso y se ha visto obligado a replantear las tareas educativas. El papel *docente-estudiante* en el aula de clase se ha transformado en la característica esencial de la modernidad (Lucas Marín, 2000).

Las nuevas tecnologías han llevado a que la relación *docente-estudiante* asuma retos en el uso de material de apoyo en el aula, así como en las hoy conocidas aulas virtuales, donde la tecnología es el eje central de la interacción entre los sujetos. La web y los diversos *softwares* que se encuentran en el mercado permiten hacer uso de sus herramientas, para generar la participación de personas ubicadas en diferentes lugares geográficos, concibiendo nuevos espacios y tiempos para llegar al conocimiento.

La sociedad de la información y la comunicación empieza a exigir la creación de ambientes virtuales en las distintas modalidades educativas. En este aspecto, la Universidad Jorge Tadeo Lozano (UJTL) no es ajena al proceso, y, por medio de sus programas de Comunicación Social y Tecnología en Producción Radial, intenta dar los primeros pasos, no en aulas virtuales, sino en medios de comunicación que fortalezcan la incorporación de los comunicadores en el campo de la tecnología; se hace referencia en este punto a la emisora virtual 'Óyeme UJTL'[3] y la publicación virtual *El Taller*[4].

Reflexiones **finales**

Recopilado todo el material y realizado el análisis respectivo de los diferentes elementos de la investigación, al grupo de trabajo le quedan unas reflexiones finales que apuntan a una segunda fase de trabajo. Esas reflexiones ahora las queremos compartir con ustedes.

.....

3. Emisora inaugurada el 29 de octubre de 2008, disponible en http://oyemeujtl.utadeo.edu.co, tras la investigación "Radiola: propuesta de una emisora universitaria en Internet que desarrolla un espacio de opinión y participación para sus estudiantes", realizada por Andrés Barrios Rubio como trabajo de grado para obtener el título de especialista en Edición Digital y Multimedia.
4. Publicación virtual inaugurada en 2005, tras la investigación realizada por Sheyla Lisseth Yurivilca Aguilar, como trabajo de grado para obtener el título de especialista en Periodismo Digital.

Visto todo lo expuesto queda claro que es necesario fortalecer la formación de los jóvenes en el campo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), pues no las pueden seguir viendo de manera superficial.

El uso de las TIC en el campo educativo ha implicado, en un escenario como el colombiano, ir involucrando la tecnología desde varios ángulos, para brindar a los estudiantes posibilidades de alcance, flexibilidad, de algún modo adaptable a un tipo de enseñanza personalizada, en la que se promueve la autonomía del estudiante y el trabajo en equipo, desarrollando la creatividad para adaptar los materiales requeridos a los diferentes medios y recursos que ofrece la tecnología.

Lo que no se puede ocultar en un escenario como el colombiano es que los medios y los profesionales de la comunicación no se han adaptado totalmente a las exigencias de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y por esto siguen generando productos con características jerarquizadas, que son pensados para una audiencia masiva. Los medios ya empiezan a reducir su rango de acción, para generar así especificidad en sus contenidos y captar la atención de un público específico, pero no se han reconfigurado y adaptado a las exigencias de un público mundial.

Por lo ya reseñado, se encuentra la necesidad de continuar el proceso de investigación abordando ahora a los docentes que hacen parte de los programas de Comunicación Social y Tecnología en Producción Radial de la UJTL, para, de este modo, establecer cuál es el uso y consumo que hacen ellos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y cómo se ve esto reflejado en el desarrollo de las cátedras a lo largo de un semestre académico, a la luz de la relación docente-estudiante.

Estamos seguros de que los resultados ya obtenidos, más los que se esperan encontrar en esta nueva etapa de la investigación, ayudarán a fortalecer el desarrollo de la emisora virtual "Óyeme UJTL" y la publicación virtual *El Taller*, donde los estudiantes de Comunicación tienen una alternativa de práctica profesional guiada desde la academia, y un proceso de formación en el campo radial y escrito, a partir de las asignaturas que encuentran en su pénsum profesional o tecnológico. Insistimos en que los comunicadores modernos deben entender las TIC como una herramienta para comunicar proyectos encaminados a mejorar el entendimiento de los problemas propios de la comunidad, ejerciendo investigación, análisis y síntesis de los fenómenos comunicativos.

Ruta para una nueva **investigación**

Como se pudo apreciar en el desarrollo de este escrito, en la primera fase de la investigación de usos y consumos se quiso dar cuenta, desde la perspectiva del estudiante, de cómo el desarrollo tecnológico comienza a generar nuevas condiciones de movilidad del poder en el aula, al creer que los jóvenes estudiantes universitarios son más competentes que los adultos (profesores y padres) en el uso de la tecnología informática. Sin embargo, los resultados encontrados dejaron ver que eso no era así, y que, por el contrario, había unas nuevas líneas que demarcaban esa relación docente-estudiante. En términos generales, los usos se centran en un promedio definible como uso cotidiano y básico.

De todo lo anterior surge el siguiente interrogante: ¿cómo abordar los procesos de aprendizaje en el aula mediados por la tecnología informática, a la luz de la interacción docente-estudiante en el desarrollo de las asignaturas de la malla curricular, en un periodo académico?

Al formular esta pregunta, surgen otras que se relacionan entre sí y que direccionan el proyecto: ¿cómo se manifiesta la brecha generacional con relación a las competencias tecnológicas de los sujetos y los usos y consumos de la tecnología informática? ¿Cómo se manifiestan la segregación tecnológica/digital en los usos y consumos de la tecnología informática? ¿Cómo se generan nuevas formas de relación intergeneracional e intrageneracional por efecto de las formas de uso y consumo de las nuevas tecnologías? ¿Cómo se pueden fortalecer los procesos de aprendizaje de los estudiantes con el uso y consumo de las TIC?

En la segunda fase del proyecto de investigación que realiza el programa de Comunicación Social de la UJTL, por medio su grupo 'Comunicación-Cultura-Mediación', en la sublínea 'Tecnocultura y Comunicación', se busca complementar y contrastar las respuestas ya encontradas en la primera fase del proyecto de investigación, con los estudiantes de los programas de Comunicación Social y Tecnología en Producción Radial de la UJTL, para generar estrategias que permitan fortalecer el proceso de aprendizaje mediado por la tecnología informática en el aula de clase, a la luz de la relación docente-estudiante, para enriquecer, de este modo, la formación de éstos y su participación en el 'Proyecto Emisora Virtual', y explotar, para su beneficio, el uso y consumo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC).

Referencias

García Canclini, N. (1995), *Consumidores y ciudadanos*, México, Grijalbo.

— (2004), *Diferentes, desiguales, desconectados: mapas de la interculturalidad*, Barcelona, Gedisa.

González, J. (2001), "Cibercultura en el diseño de políticas culturales", en: *Cátedra de Políticas Culturales del Ministerio de Cultura*, Bogotá, Ministerio de Cultura.

López García, G. (2005), *Modelos de comunicación en Internet*, Valencia, Tirant lo Blanch.

Lucas Marín, A. (2000), *La nueva sociedad de la información*, Madrid, Trotta.

Mancini, P. (2004), "Vivir en la pantalla. Desordenamientos en una sociedad-audiencia que aprende" [resumen de la conferencia de Guillermo Orozco Gómez "Desordenamiento mediático educativo en una sociedad-audiencia que aprende"], en: *Foro de Comunicación y Cultura*, 11.° Festival Latinoamericano de Video de Rosario, disponible en: http://weblog.educ.ar/educacion-tics/archives/002567.php.

Martín-Barbero, J. (1987), *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, México, Gustavo Gili.

— (2002), *Oficio de cartógrafo: travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, México, FCE.

Orozco, G. (1991), "Recepción televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio", en *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*, núm. 2, México, Universidad Iberoamericana.

Paoli, A. (1983), *Comunicación e información: perspectivas teóricas*, México, Trillas.

Pineda, M. (2000), *El papel de Internet como nuevo medio de comunicación social en la era digital* [en línea], disponible en http://hiper-textos.mty.itesm.mx/mainframe_3htm.

Prieto, D. (1996), *Palabras e imágenes para la comunicación impresa: curso a distancia en comunicación impresa*, Quito, UCLAP.

Rodrigo Alsina, M. (2001), *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*, Valencia, Universitat de Valencia, Universitat Jaime I, Universitat Pompeu Fabra, Universitat Autonoma de Barcelona.

Sandoval Martín, M. T. (2000), "Algunas cuestiones sobre el uso de Internet para los próximos años", en: *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 31, disponible en http//:www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/z31jl/88sandoval.htm.

Tapscott, D. (1998), *Creciendo en un entorno digital: la generación Net*, Bogotá, McGraw-Hill.