

Revista Electrónica de Investigación Educativa

Vol. 16, Núm. 1, 2014

Estudio sobre preferencias de software social en educación secundaria

A Study on Social Software Preferences in Secondary Education

Jaime Lozano Barbosa (*)

jlozano@unal.edu.co

Jovani Alberto Jiménez Builes (*)

jajimen1@unal.edu.co

(*) Facultad de Minas, Universidad Nacional de Colombia

Bloque 41 Oficina 211
Calle 59A No 63 - 20 - Núcleo El Volador
Medellín, Colombia

(Recibido: 3 de abril de 2013; aceptado para su publicación: 15 de octubre de 2013)

Resumen

Este artículo presenta resultados del estudio piloto realizado a estudiantes de noveno grado de educación secundaria de una institución pública sobre el empleo de herramientas informáticas de uso social –HIUS– (conocidas como software social). Se exploraron cuatro dimensiones: frecuencia de uso, grado de manejo, modo de uso, tipo de interacción. Las herramientas se agruparon en 12 tipos. Los encuestados manifestaron no saber que son/no usar muchas de las herramientas. Se encontró que hay una alta frecuencia en el uso y un reporte de altas competencias en manejo de redes sociales, uso compartido de videos y servicios de chat, mientras que usan y manejan muy poco herramientas como blogs y marcadores sociales. El modo de uso más común fue “charlar/divertirse”, seguido de “para informarse” y “para estudiar”. La utilización de las herramientas procede con cuentas propias, y en general agregan y retiran contenidos más o menos en la misma proporción.

Palabras clave: Aplicación informática, Actitud del estudiante, Adolescentes, Encuesta por muestreo.

Abstract

This article presents the results of a pilot study about the implementation of informatics tools of social use HIUS (known as social software) perform on students of fourth grade on high school on a public school. We explored four dimensions: frequency of use, handling level, usage and type of interaction. The tools are grouped into 12 types. The population said they did not know/use many of the tools. We found that there is a high frequency of use and high skills in handling social networks, video sharing and chat services, while there is very little use and handling of tools like blogs and social bookmarking. The most commonly used mode was "chat/enjoy" followed by "to learn" and "to study". The use of tools comes from own accounts and in general they add and remove content more or less in the same proportion.

Keywords: Computer applications, Student attitudes, Adolescents, Sample surveys.

I. Introducción

Las herramientas informáticas de uso social han tenido una rápida difusión e incorporación en las actividades cotidianas de los jóvenes, en (Sánchez y Álvaro, 2011) reportan grados de uso de las redes sociales superiores al 80% para jóvenes en edades de 12 a 17 años en los países de América Latina y España. Estas nuevas generaciones tienen una disposición natural al uso de las TIC y se puede verificar (De Wever, Hautekeete, Veevaete y Mechant, 2007; Fovet, 2009) que un estudiante que no sigue con facilidad una clase puede estar frente a un ordenador chateando, navegando, jugando o intercambiando contenidos por horas enteras.

Algunas investigaciones (Bringué y Sádaba, 2008) resaltan la importancia de conocer quiénes, dónde, cuándo, cuánto y cómo los jóvenes están haciendo uso de las TIC, pues consideran que ellos pueden estar asumiendo riesgos debidos al uso de las mismas. Además, señalan la importancia de explotar el potencial educativo que tienen las relaciones establecidas por los jóvenes en torno a los servicios ofrecidos por las distintas herramientas disponibles.

En cuanto a frecuencia de uso, el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2012) reporta para Colombia en 2011, que "del total de personas que usaron la Internet, 41.9% lo hicieron al menos una vez al día; 47.1% los hicieron al menos una vez a la semana, pero no cada día; y 9.2% lo hicieron una vez al mes, pero no cada semana" (p. 16). El mismo boletín señala que el 53.3% de los encuestados en Medellín afirman usar Internet al menos una vez al día y un 39.2% dice hacerlo al menos una vez a la semana, pero no cada día, el 6.6% lo usa al menos una vez al mes y el 0.9% lo usa menos de una vez al mes.

Las investigaciones sobre los tipos o modos de uso de las TIC por parte de los jóvenes en el país son incipientes, no obstante verificarse que algunos sectores tienen claridad sobre la importancia de la educación en TIC (Ministerio de Educación Nacional, 2008) acorde con las metas trazadas por la UNESCO (2008). Hasta el momento el gobierno

colombiano ha realizado un gran esfuerzo en cuanto a infraestructura, no obstante haber incluido presupuestos para capacitación de docentes (Peña Borrero, 2006; Ministerio de comunicaciones, 2008).

II. Metodología

El estudio tiene cinco propósitos principales:

- 1) Conocer qué tan a menudo utilizan las herramientas informáticas de uso social¹ (HIUS) jóvenes de básica secundaria.
- 2) Entender qué manejo tienen los jóvenes de educación básica secundaria de las HIUS.
- 3) Averiguar cuáles son los principales usos que dan los adolescentes en edades típicas de la educación básica secundaria a las HIUS, ¿para estudiar?, ¿para diversión?, ¿para socialización?, ¿cómo fuentes de información?, ¿como fuentes de trabajo?
- 4) Descubrir cómo interactúan con los servicios asociados con las HIUS los estudiantes de básica secundaria, ¿agregan y retiran contenidos o sólo los comparten?, además, ¿utilizan cuentas (usuario/clave) propias para acceder a los servicios?
- 5) Dentro de los tipos de HIUS propuestos, se pretende saber cuáles herramientas específicas prefieren los estudiantes de noveno grado.

Los participantes. El estudio se lleva a cabo en educación básica secundaria, con una muestra piloto de 180 alumnos de noveno grado de un colegio de educación pública, el colegio San Vicente de Paúl (Medellín, Colombia). Se distribuye a los estudiantes, y se envía a los padres, un documento explicativo sobre la experiencia y un desprendible en el que tanto el adulto como el joven expresan su conocimiento y consentimiento para el desarrollo del estudio. Sólo se permite la participación a aquellos que expresaron por escrito el consentimiento, 144 jóvenes (80% del total) entre los 11 y los 14 años (media 14 años, moda 14 años), 52% mujeres, 48% hombres.

La recopilación de datos se llevó a cabo mediante un cuestionario con cinco divisiones para medir las actitudes de los jóvenes hacia las HIUS, en el que se indaga sobre cinco propósitos principales: Frecuencia de uso, Grado de manejo, Modo de uso y Tipo de interacción, además de un espacio para consignar sus preferencias sobre el uso de herramientas específicas.

Para medir las actitudes de los estudiantes frente a la frecuencia de uso de las HIUS y el

¹Las aplicaciones subyacentes a los medios sociales –aquellos servicios disponibles en Internet con la cualidad de permitir que los usuarios de los mismos puedan agregar y compartir contenidos– y que tienen las características descritas por (O'Reilly, 2005).

grado de manejo que tienen de ellas se toma como base la propuesta de Kennedy *et al.* (2007) ajustada con las categorías propuestas en White (2007), elaborando para frecuencia de uso un cuestionario en escala Likert de siete puntos: “Muchas veces al día” (7), “Una vez diaria” (6), “Varias veces a la semana” (5), “Una vez a la semana” (4), “Varias veces al mes” (3), “Una vez al mes o menos” (2), “No la uso” (1). Para el grado de manejo se propone una escala Likert de cinco puntos que va desde: “La maneja perfectamente” (5), hasta “No la maneja” (1) “

El método de escalamiento de Likert (1932) es el más utilizado en psicología para medir actitudes (psicometría). Consiste en que los encuestados eligen una alternativa de respuesta de entre un conjunto previamente diseñado a fin de expresar su posición, que por lo general está en grados que representan el total acuerdo o el completo desacuerdo con lo enunciado.

Una vez fijado cada uno de los apartados que componen un cuestionario, se revisa su validez y fiabilidad. La validez se determina consultando expertos del área de la psicología y de las temáticas que trata la encuesta. Para la determinación de la fiabilidad del conjunto de respuestas se acostumbra usar la consistencia interna de las mismas. Si los ítems que conforman un cuestionario tienen una alta asociación, su consistencia interna y fiabilidad serán altas. Para la determinación de la consistencia interna se utiliza un método de uso común en psicometría, que consiste en calcular los coeficientes alfa de Cronbach:

$$\alpha = \frac{n}{(n-1)} \frac{\left(\sum_{i=1}^n S_i^2 \right)}{S_x^2} \quad \alpha_{est} = \frac{n\rho}{1+\rho(n-1)} \quad (1)$$

Donde α es el coeficiente de Cronbach con n la longitud del test (es decir, el número de ítems que lo componen), S_i^2 es la varianza del ítem i , y S_x^2 es la varianza que muestran las puntuaciones totales en el test y α_{est} es el alfa de Cronbach estandarizado con n la longitud del test y ρ el promedio de las correlaciones lineales entre cada uno de los ítems. Un criterio bastante extendido, que se usará aquí, para interpretar el coeficiente alfa es el que proponen en Dawn Iacobucci (2003). Si el coeficiente es igual o superior a 0.70, entonces puede afirmarse que el test tiene una fiabilidad suficiente.

Para conocer qué tipo de uso dan los alumnos de la muestra a las diferentes agrupaciones de HIUS, se construyó un cuestionario en el que es posible marcar si una agrupación (o el servicio que prestan las herramientas incluidas) se utiliza: “Para trabajar”, “Para estudiar”, “Para charlar/divertirme”, “Para informarme”, “No sé qué es/No la uso”.

Para indagar sobre el tipo de interacción mediada por HIUS con contenidos, a los encuestados se les preguntó si contribuyen con contenidos a cada grupo de herramientas o simplemente ven el material ofrecido.

Los test, tanto para el tipo de uso como para el de interacción, concuerdan en forma

con lo hecho por Kennedy *et al.* (2007). No obstante, se introducen como ítems 12 agrupaciones o tipologías de HIUS. Se crea también una categoría de respuesta denominada “No sé/no la uso” en donde se contabilizan las respuestas inexistentes, los reportes de no uso o desconocimiento tomados de los encuestados. Esto conlleva un problema con las matemáticas involucradas en el tratamiento de los datos, pero permite ver las tendencias en cuanto a las preferencias de los estudiantes.

En la encuesta se incluyó una pregunta abierta para que los encuestados consignaran los nombres de las HIUS con las que más trabajan de cada uno de los tipos presentados.

III. Resultados

3.1 Confiabilidad del instrumento

La validez del constructo se verificó consultando al interior del grupo de investigación y solicitando la evaluación de un profesional en psicología (Palacio Londoño, 2012). La validez del instrumento de recolección de datos del proyecto de investigación “Modelo de Aplicación de Herramientas Informáticas de Uso Social en la Educación Básica Secundaria” se realizó en primer lugar a través de la validez de contenido, se estableció con claridad el propósito de la investigación y corroboró que las preguntas del instrumento pertenecen al contenido del material bajo cuestión. Aquellas que no poseían una relación directa con lo antes mencionado fueron eliminadas. El instrumento contiene instrucciones claras, secuencia lógica, provee posibles alternativas de respuesta en cada pregunta e incluye una alternativa “neutra”. No mezcla diferentes tipos de pregunta de una misma categoría o sección; es decir, se determinó la representatividad y pertinencia de los ítems utilizados en el instrumento para evaluar el uso de las herramientas informáticas.

La escala propuesta para la frecuencia de uso muestra un alfa de Cronbach de 0.714942 y un alfa de Cronbach estandarizado de 0.720556. En el test adaptado para determinar el grado de manejo se obtuvo un alfa de 0.720994 y un alfa estandarizado de 0.725178. Los resultados muestran que existe una correlación positiva alta en la consistencia interna de las pruebas y de allí se concluye que son fiables. Los resultados se obtuvieron usando el software SAS (r) Proprietary Software Versión 8 (TSM0) licenciado a la Universidad Nacional de Colombia.

3.2 Frecuencia de uso

En la Tabla I se aprecia que el tipo “Redes sociales/microbloggin” es el más usado por los encuestados, pues el 65.27% de ellos reporta un uso “Muchas veces al día” y el 14.58% lo usa una vez al día, así, el empleo de al menos una vez diaria es del 79.86% (115 de los 144). Las frecuencias de uso de al menos una vez diaria de la compartición de video fue del 63.89%; el correo electrónico 50.69% y la comunicación síncrona-chat arrojó un empleo del 46.53% al menos una vez diaria.

Tabla I. Tabulación de respuestas sobre la frecuencia de uso según tipología de HIUS estudiadas

Tipo de HIUS→ ↓ Frecuencia de uso	Muchas veces al día	Una vez diaria	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una o dos veces al mes	Una vez al mes o menos	No la uso	Total
Redes sociales/microblogging	94	21	17	6	2	4	0	144
Compartición de video	76	16	23	8	3	12	6	144
Comunicación síncrona - Chat	42	25	35	10	12	15	5	144
Correo electrónico	41	32	39	14	6	12	0	144
Manejo de calendarios	17	6	26	8	11	24	52	144
Juegos o Escenarios sociales	16	13	20	9	5	25	56	144
Compartición de archivos	7	7	15	12	9	24	70	144
Autoría colaborativa Wikis	5	6	12	6	4	28	83	144
Compartición de imágenes/fotos	5	5	13	11	14	27	69	144
Sindicación de contenidos - RSS	4	4	6	5	9	22	94	144
Blogs	3	7	10	14	14	39	57	144
Marcadores o Etiquetado social	2	2	6	3	5	28	98	144

La Tabla I permite ver que los encuestados no usan en su gran mayoría 8 de las 12 tipologías propuestas, pues “Manejo de calendarios” no es utilizada por 52 de los encuestados (36.11%); Juegos o Escenarios sociales no la usan 56 estudiantes (38.89%); los Blogs no los usan 57 (39.58%); 69 estudiantes dijeron no usar Compartición de imágenes/fotos (47.92%); 70 manifiestan no utilizar la Compartición de archivos (48.61%); la Autoría colaborativa Wikis no es empleada por 70 de los encuestados (57.64%); la Sindicación de contenidos-RSS no la manipulan 94 de los 144 estudiantes (65.28%) y 98 manifiestan no usar Marcadores o etiquetado social (68.06%).

3.3 Grado de Manejo

En la Tabla II puede observarse que la frecuencia de uso va de la mano del grado de manejo, pues coincide en que a mayor frecuencia de uso los encuestados reportan mejores destrezas de manejo. Es así como 95 de 144, el 66.5% responde que usa perfectamente el servicio de redes sociales, 51.4% tiene buenas destrezas en la compartición de video y 34.72%, 31.94% y 15.97% reportan manejar perfectamente el correo electrónico, la comunicación síncrona-Chat y los juegos o Escenarios sociales respectivamente.

Tabla II. Tabulación de respuestas sobre el grado de manejo según tipología de HIUS estudiadas

Tipo de HIUS → ↓ Grado de manejo	5*	4*	3*	2*	1*	Total
Redes sociales/microblogging	95	42	4	3	0	144
Compartición de video	74	37	22	4	7	144
Correo electrónico	50	51	29	13	1	144
Comunicación síncrona - Chat	46	37	42	14	5	144
Juegos o Escenarios sociales	23	20	20	20	61	144
Manejo de calendarios	15	13	38	22	56	144
Compartición de imágenes/fotos	10	8	21	30	75	144
Blogs	9	10	24	33	68	144
Compartición de archivos	6	14	22	25	77	144
Autoría colaborativa Wikis	3	11	14	29	87	144
Marcadores o Etiquetado social	3	8	12	18	103	144
Sindicación de contenidos - RSS	2	8	13	17	104	144

* 5. La maneja perfectamente; 4. Maneja lo básico; 3. Le tiene algo de manejo; 2. Le tiene poco manejo; 1. No la maneja.

A efectos de comparación se usa la cantidad de respuestas positivas de la Tabla II (aquellas puntuadas con 3 o más) para las HIUS más usadas, así, las redes sociales/microblogging fueron positivas para 141 estudiantes (97.92%); compartición de video para 133 (92.36%); el correo electrónico para 130 (90.28%) y la comunicación síncrona-Chat para 125 (86.80%). También se puede ver que hay un alto número de estudiantes que no tiene destrezas en el manejo de 8 de las 12 tipologías del estudio, pues se verifica que 56 de los 144 encuestados (38.89%) no tienen destrezas en el uso de Calendarios; 61 (42.36%) no manejan Juegos o Escenarios sociales; 68 (47.2%) Blogs; 75 (52.08%) Compartición de imágenes/fotos; 77 (53.47%) Compartición de archivos; 87 (60.42%) Autoría colaborativa Wikis; 103 (71.53%) encuestados no maneja Marcadores o etiquetado social y 104 (72.22%) no lo hace con Sindicación de contenidos-RSS.

3.4 Modo de uso

La Tabla III muestra las preferencias de los jóvenes de la muestra en cuanto al modo de uso de las tipologías propuestas. Se observa que persiste una tendencia a reportar el no uso de ocho de las 12 tipologías. No obstante, se destaca el gran número de respuestas que indican un uso para “Charlar/divertirse”, “Para estudiar” y “Para informarme”. Así, las tipologías más usadas para charlar/divertirse son: Redes sociales/microblogging con un 77.78% de respuestas; Compartición de video 72.92%; Comunicación síncrona-Chat 59.72%; Juegos o Escenarios sociales 45.14%; Correo electrónico 33.33% y Compartición de imágenes/fotos con el 23.61%.

Tabla III. Tabulación de respuestas sobre modo de uso según tipología de HIUS estudiadas

Tipo de HIUS → ↓ Modo de uso→	Para estudiar	Para trabajar	Para informarme	Para charlar/ divertirse	No sé qué es/No la uso	Total general
Correo electrónico	49	17	20	48	10	144
Blogs	32	14	23	12	63	144
Compartición de archivos	26	12	22	6	78	144
comunicación síncrona-Chat	20	8	13	86	17	144
Manejo de calendarios	20	7	37	5	75	144
Autoría colaborativa Wikis	20	7	11	8	98	144
Compartición de video	15	2	13	105	9	144
Redes sociales/microblogging	13	5	9	112	5	144
Sindicación de contenidos-RSS	7	5	16	2	114	144
Compartición de imágenes/fotos	3	3	12	34	92	144
Marcadores sociales Etiquetado social	3	3	7	9	122	144
Juegos o Escenarios sociales	3	3	5	65	68	144

Destaca también que “Correo electrónico” obtenga un 34.03% de respuestas favorables al uso para estudiar seguida por Blogs 22.22%; Compartición de archivos 18.06%; Comunicación síncrona-Chat 13.89%; Manejo de calendarios 13.89%; Autoría colaborativa Wikis 13.89%; Compartición de video 10.42% y Redes sociales/microblogging 9.03%.

En cuanto al uso como fuente de información, se observa que Manejo de calendarios con un 25.69% de respuestas favorables es el más preferido seguido por: Blogs 15.97%; Compartición de archivos 15.28%; Correo electrónico 13.89%; Sindicación de contenidos-RSS 11.11%; Compartición de video 9.03% y Comunicación síncrona-Chat con un 9.03% de respuestas favorables. Llama la atención la respuesta obtenida para el manejo de calendarios para este propósito.

3.5 Tipo de interacción

En los datos de la Tabla IV Se aprecia que 88 estudiantes reportaron tener cuentas propias en Redes sociales/microblogging; 76 en herramientas de Comunicación síncrona-Chat; 71 poseen un buzón de Correo electrónico; 56 tienen cuenta en algún servicio de Compartición de video y 30 tienen un perfil creado en algún servicio de Juegos o Escenarios sociales.

Dentro de las tipologías más usadas, la que muestra más alta tendencia en cuanto a sólo retirar información es la tipología “Compartición de video”. Mientras que la que utilizan más colaborativamente (con más puntuación en la interacción “saca y agrega contenidos”) es la tipología “Correo electrónico”.

Tabla IV. Tabulación de respuestas sobre el tipo de interacción según tipología de HIUS estudiadas

↓ Tipo de HIUS Tipo de Interacción→	Tiene un espacio propio	Saca y agrega contenidos	Sólo saca contenidos	No las uso	Total general
Redes sociales/microblogging	88	29	11	16	144
Comunicación síncrona – Chat	76	22	10	36	144
Correo electrónico	71	33	19	21	144
Compartición de video	56	26	40	22	144
Juegos o Escenarios sociales	30	14	14	86	144
Blogs	18	11	24	91	144
Compartición de imágenes/fotos	16	11	15	102	144
Autoría colaborativa Wikis	15	10	17	102	144
Manejo de calendarios	10	13	31	90	144
Sindicación de contenidos – RSS	10	10	10	114	144
Compartición de archivos	9	9	19	107	144
Marcadores sociales Etiquetado social	6	9	8	121	144

3.6 Herramientas específicas

Las respuestas a texto abierto consignadas por los estudiantes participantes de la encuesta se tabulan para las diferentes tipologías. Se hace una revisión ortográfica y corrigen algunos errores de escritura para posteriormente contar el número de ocurrencias de cada nombre reportado.

Para la tipología “Redes sociales/microblogging” se aprecia en la Tabla V que Facebook es, por mucho, la HIUS más reportada, pues aparece sola y en cuatro de los seis grupos estando relacionada 95 de las 96 veces. En cuanto a microblogging, la preferida es Twitter con 20 menciones.

Tabla V. Cantidad de respuestas sobre herramientas específicas del tipo Redes Sociales/microblogging

HIUS	Número de respuestas
Facebook	73
Facebook-twitter	14
Facebook-twitter-Myspace-Hi5	4
Facebook- twitter-Hi5	3
ASK.FM- Tumblr	1
Facebook-Hi5	1
Total general	96

La Tabla VI muestra que para “Compartición de video” 88 respuestas posicionan como favorito a Youtube.

Tabla VI. Cantidad de respuestas sobre herramientas específicas del tipo compartición de Video

HIUS	Número de respuestas
Youtube	86
Youtube-Dailymotio	1
Megavideo	1
Total general	88

Del mismo modo, Hotmail es la HIUS preferida para el servicio de “Correo electrónico” seguida de Gmail (ver Tabla VII).

Tabla VII. Cantidad de respuestas sobre herramientas específicas del tipo correo electrónico

HIUS	Número de respuestas
Gmail-Hotmail	38
Hotmail	30
Hotmail-Yahoo	3
Gmail-Hotmail-Yahoo	3
Gmail-Yahoo	1
Total general	75

Para chatear (tipología “Comunicación síncrona-Chat”) los jóvenes participantes prefieren Messenger, 50 de las 70 respuestas, seguido de Skype con 19 (ver Tabla VIII).

Tabla VIII. Cantidad de respuestas sobre herramientas específicas del tipo Comunicación síncrona-Chat

HIUS	Número de respuestas
Messenger	47
Messenger, Google talk	3
OVO	1
Skype	8
Skype - Messenger	10
Skype, Xfire	1
Total	70

La HIUS para el “Manejo de calendarios” es, según la Tabla IX, Google Calendar.

Tabla IX. Cantidad de respuestas sobre herramientas específicas del tipo Manejo de calendarios

HIUS	Número de respuestas
AOL Calendar	1
Google calendar	29
Yahoo Calendar	3
Total general	33

Las restantes siete tipologías tuvieron una baja cantidad de respuestas: 29 respuestas para “Juegos o Escenarios sociales”, 17 respuestas para “Compartición de imágenes/fotos”, 16 para “Compartición de archivos”, 13 para “Autoría colaborativa Wikis” y tanto “Sindicación de contenidos-RSS” como “Marcadores o etiquetado social” no registraron respuestas coherentes.

IV. Discusión

Los resultados del actual estudio son consistentes con otros trabajos realizados: (Lenhart, Madden, Smith y Macgill, 2007) reportan un 60% de uso del tiempo de los adolescentes en redes sociales e informa que “casi la mitad de los adolescentes de redes sociales visitan estos sitios por lo menos una vez diaria”, de los 496 encuestados en su trabajo el 41% escribe un mensaje en una red social al menos una vez al día, lo que contrasta con el actual resultado de 115 de 144 encuestados (79.87%) visitan al menos una vez diaria las redes sociales. También apuntan que 52.73% de sus encuestados manifiestan preferencia por el uso diario de herramientas que facilitan la compartición de videos frente a un 63.89% del actual estudio.

Bringué y Sádaba (2008) señalan que un 27% de los jóvenes colombianos usan el chat, además que “los servicios más utilizados son el Messenger (70%), el correo electrónico (62%), el 43% juega online, sobre todo los chicos” (p. 91), pero “considerando todos los días de la semana, los menores colombianos son los que menos tiempo dedican a los videojuegos, obteniendo valores inferiores a la media en todas las opciones” (p. 143). Los resultados obtenidos muestran que 112 de 144 (77.78%) usan el chat al menos una vez a la semana, lo que es muy similar al uso reportado para Messenger en la fuente citada. El presente estudio apunta que semanalmente 40.28% de los encuestados utiliza juegos/escenarios sociales, valor cercano al reportado por Bringué y Sádaba (2008).

Grosso modo los resultados van en la misma vía que los reportados por el DANE (2012) en cuanto a la manera en que los jóvenes utilizan las HIUS, en donde prima el uso para comunicación seguido por la obtención de información y “educación y aprendizaje”. El presente estudio concluye que los jóvenes utilizan las HIUS principalmente para charlar/divertirse, lo que concuerda con Lenhart, Madden, Smith y Macgill (2007) y

Espinoza y Juvonen (2010), quienes afirman que “la comunicación con los compañeros es una función primaria de los sitios de software social entre los jóvenes adolescentes” (p. 708). Bringué y Sádaba (2008) señalan, para el caso colombiano, una mayor preferencia del Messenger y el correo electrónico (57 y 56 votaciones) y juegos en red con 40 votos y “descargar fotos, videos, etc.” 41 votos, lo que corrobora el resultado obtenido en el presente estudio, que evidencia un cierto grado de colaboración, pues de los 12 tipos de herramientas 4 presentan reportes ligeramente mayores en cuanto a sólo retirar contenidos, para los restantes 8 los encuestados reportan que acostumbran retirar y agregar contenidos por igual, además, existe una tendencia a manejar cuentas propias. Espinoza y Juvonen (2010) reportan que un 63% de los 268 adolescentes por ellos encuestados (entre 12 y 17 años) del área de Los Ángeles tiene un perfil propio en redes sociales, cifra cercana 61.11% (88 de 144) del presente estudio.

V. Conclusiones

- Los resultados permiten señalar que los jóvenes de básica secundaria utilizan al menos una vez diaria las HIUS de las tipologías “Redes sociales/microblogging”, “Compartición de video”, “Comunicación síncrona-Chat” y “Correo electrónico”, en ese orden. Las demás tipologías: “Marcadores sociales Etiquetado social”, “Sindicación de contenidos-RSS”, “Blogs”, “Compartición de imágenes/fotos”, “Autoría colaborativa Wikis”, “Compartición de archivos”, “Juegos o Escenarios sociales”, “Manejo de calendarios”, en ese orden, son de uso más esporádico, “una vez al mes o menos” predominando con ellas el No uso.
- Los jóvenes de la educación básica secundaria manejan mejor las HIUS que más usan; se identifican, sin embargo, pequeñas diferencias. La escala obtenida contabilizando los porcentajes de respuestas favorables es: “Redes sociales/microblogging” 97.92%; “Compartición de video” 92.36%; “Correo electrónico” 90.28%; “Comunicación síncrona-Chat” 86.81%; “Juegos o Escenarios sociales” 43.75%; “Manejo de calendarios” 45.83%; “Compartición de imágenes/fotos” 27.08%; “Blogs” 29.86%; “Compartición de archivos” 29.17%; “Autoría colaborativa Wikis” 19.44%; “Sindicación de contenidos-RSS” 15.97%; “Marcadores o etiquetado social” 15.97%.
- Los principales usos que dan los adolescentes en edades típicas de la educación básica secundaria a las HIUS son: el 50.36% las usa “para charlar/divertirse”; el 21.60% los hace “para estudiar”; 19.24% utiliza los servicios “para informarme” y 8.80 “Para trabajar”.
- Para las herramientas de más uso, los estudiantes de básica secundaria poseen cuentas propias, además, para la tipología “Redes sociales/microblogging” el 72.50% “Saca y agrega contenidos” y el 27.50% “Sólo saca contenidos”, las mismas interacciones se pueden evidenciar para: “Comunicación síncrona-Chat” con 68.75% y 31.25%; “Correo electrónico” 63.46% y 36.54%; “Compartición de video” 39.39% y 60.61%; “Juegos o Escenarios sociales” 50% y 50% respectivamente. Las demás tipologías, en general, muestran bajos reportes de

interacción.

- Los resultados presentados muestran, tanto para frecuencia de uso como para grado de manejo, que los jóvenes participantes usan principalmente las redes sociales (predominando Facebook y Twitter), la compartición de video (primordialmente Youtube), el correo electrónico (especialmente Hotmail y Gmail) y la comunicación síncrona en forma de chat (con Messenger y Skype a la cabeza). Hay un amplio sector que no utiliza o no sabe que son al menos 8 de las 12 tipologías propuestas lo que permite afirmar que no son usuarios tan asiduos de las nuevas tecnologías como muchos lo reportan.

Recomendaciones

Los resultados obtenidos con la muestra permiten nos sugerir la implementación de una encuesta de espectro más amplio, con un muestreo evidencie las preferencias en las formas, modos y tipos de uso, y las destrezas de manejo de las mismas para estudiantes de educación básica del Departamento de Antioquia o del país, para con sus resultados programar un refuerzo –desde lo educativo– en las competencias digitales iniciando con capacitaciones en el manejo de las HIUS reportadas como desconocidas.

Agradecimientos

Ofrecemos especial agradecimiento a los estudiantes del noveno grado de la Institución Educativa San Vicente de Paúl y a sus padres por participar y permitir la participación en el presente estudio; a las docentes Yolanda Lozano, Martha Pabón y María Doris Urrea por darnos sus generosas atención y colaboración, sin las cuales no se habría podido desarrollar el trabajo de campo.

Referencias

Bringué, X. y Sádaba, C. (2008). *La generación interactiva en iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas* (1a. ed.). Madrid: Ariel.

Dawn Iacobucci, A. D. (2003). Advancing Alpha: Measuring Reliability With Confidence. *Journal of Consumer Psychology*, 13(4), 478-487.

De Wever, B., Hauttekeete, L., Veevaete, P. y Mechant, P. (2007). *E-Learning 2.0: social software for educational use*. Ninth IEEE International Symposium on Multimedia Workshops (pp. 511-516). Washington, DC.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2012, julio 5). *Indicadores Básicos de Tecnologías de Información y Comunicación-TIC para Colombia. Año 2011. Boletín del DANE*.

Espinoza, G. y Juvonen, J. (2010). The pervasiveness, connectedness, and intrusiveness of social network site use among young adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(12), 705-709.

Fovet, F. (2009). *Impact of the use of Facebook amongst students of high school age with Social, Emotional and Behavioural Difficulties (SEBD)*. Frontiers in Education Conference, 2009. 39th IEEE, Session W2G (pp. 1-6). San Antonio, TX: IEEE Computer Society.

Kennedy, G., Bishop, A., Krause, K.-L., Maton, K., Bennett, S., Dalgarno, B. *et al.* (2007). The net generation are not big users of Web 2.0 technologies: Preliminary findings. En N. T. Centre for Educational Development (Ed.), *ICT: Providing choices for learners and learning. Proceedings ascilite Singapore 2007* (pp. 517-525). Singapur: Centre for Educational Development, Nanyang Technological University.

Lenhart, A., Madden, M., Smith, A. y Macgill, A. (2007, Dec 19). *Teens and Social Media*. (P. R. Center, Ed.) Recuperado de <http://pewinternet.org/Reports/2007/Teens-and-Social-Media.aspx>

Ministerio de comunicaciones. (2008). *Plan Nacional de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones 2008-2019*. Bogotá, Colombia: Autor.

Ministerio de educación Nacional. (2008). *Guía No. 30 Ser competente en tecnología: ¿una necesidad para el desarrollo!* Recuperado de http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-160915_archivo_pdf.pdf

O'Reilly, T. (2005). *O'Reilly Network*. Recuperado de <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

Palacio, L. M. (2012). *Validez y confiabilidad del Instrumento de recolección de Datos "Encuesta de percepción y uso de herramientas sociales". Proyecto de investigación "Modelo de Aplicación de Herramientas Informáticas de Uso Social en la Educación Básica Secundaria"*. Universidad Nacional de Colombia.

Peña, M. (Comp.). (2006). *Educación: Visión 2109*. Bogotá: Ministerio de Educación Nacional.

Sánchez, A. y Álvaro, A. (2011). *Generación 2.0. 2011. Hábitos de usos de las redes sociales en los adolescentes de España y América Latina*. Madrid: Universidad Camilo José Cela.

UNESCO. (2008). *Educación para todos en el 2015 ¿Alcanzaremos la meta?* París: Autor.

White, D. (2007). *SPIRE Project-Results and analysis of Web 2.0 services survey, undertaken by the JISC funded SPIRE project*. The University of Oxford, Department for Continuing Education, Technology-Assisted Lifelong Learning (TALL) Unit, Summertown.