

**Caracterización usos y gratificaciones aplicados a las prácticas de apropiación de las tecnologías de la información y la comunicación en estudiantes, docentes y administrativos de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Nacional de Colombia**

Diana Paola Marulanda Mosquera<sup>1</sup>

**Resumen**

El uso de las Tecnologías de la Información y la comunicación generan actitudes que configuran identidades, expectativas y trayectorias de vida que muchas veces no se alinean con las de la formación tradicional y que espera encontrar en el aprendizaje nuevos modelos de vida para la educación, la ocupación y la realización personal. El presente estudio realizó una medición de usos dados en los estudiantes, profesores y administrativos de una muestra de 680 usuarios, de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura - FIA, de la Universidad Nacional de Colombia, Sede Manizales, la cual evidenció la existencia de diferencias significativas rangos de edad y ocupación. Las diferencias halladas son explicadas a la luz de la Teoría de Usos y Gratificaciones con el propósito de caracterizar a dicha población. Además, se identificaron los tipos de usos gratificaciones y actitudes de TIC.

**Palabras clave:** uso, gratificaciones, actitudes, caracterización, tecnologías de la información

**Abstract**

The use of Information and Communication Technologies generates attitudes that configure

---

<sup>1</sup> Estudiante de la Especialización en Gerencia de la Comunicación Digital. Universidad de Manizales.

identities, expectations and life trajectories that often do not align with those of traditional training and that hope to find in learning new models of life for education, occupation and personal fulfillment. The present study carried out a measurement of possible uses given in the students, professors and administrators of a sample of 680 users, from the Faculty of Engineering and Architecture, of the National University of Colombia, Manizales campus, which evidenced the existence of significant differences age ranges and occupation. The differences found are explained in light of the Theory of Uses and Rewards in order to characterize said population. In addition, the types of uses, gratifications and attitudes of ICT were identified.

**Keywords:** use, gratifications, attitudes, characterization, information technology

## **Introducción**

En los últimos años, gracias a la irrupción de las TIC, el acceso a Internet creció en forma sostenida en Colombia en la última década: en la actualidad, el 70% de la población accede a Internet y el 119% lo hace a través de su smartphone (en Colombia existen más celulares que población) y el 70% usa internet (Hootsuite, 2020). Esto se puede apreciar en los datos que muestran la dinámica del consumo de medios digitales en Colombia. Los y las colombianos entre 16 a 64 años, destinan un promedio de 9 horas 10 minutos en internet, 3 horas 45 minutos usando redes sociales (Hootsuite, 2020).

La Universidad Nacional de Colombia - UN, es una institución educativa, de orden público y autónomo sin ánimo de lucro que debe velar por la educación, la creación y la

transferencia de conocimiento en la ciencia, la tecnología, el arte y la cultura. Conformada por 9 sedes en el territorio Nacional, dentro de estas Sedes se encuentra una de estas ubicada en la ciudad de Manizales. La FIA, cuenta con 3477 estudiantes de pregrado y posgrado, 4 doctorados, 11 maestrías, 6 especializaciones. La FIA se consolida como la séptima Facultad en tamaño de la UN.

Las instalaciones de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura, de la Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales, están distribuidas en tres campus (Palogrande, La Nubia y El Cable), con 5 Áreas Curriculares (Arquitectura y Urbanismo, Ingeniería Civil, Eléctrica, Electrónica, Automatización y Telecomunicaciones, Ingeniería Industrial, Organizaciones y Logística, Ingeniería Química y Procesos).

Se espera que la comunidad académica de la FIA apropie los procesos de transformación digital a través de las labores de docencia, investigación y extensión, lo cual implica el rediseño y experimentación de la forma como realizan los procesos de uso de la tecnología y de ese modo aprovechar mejor el impacto que hemos venido generando en la comunidad académica, en relación con los procesos académico- administrativos, tal y como lo contempla el Plan de desarrollo Global 2019 - 2021 de la FIA con proyección al 2034 (UNAL, 2018). En ese sentido, este estudio tiene como objetivo caracterizar el uso de TIC de las y los estudiantes, profesores y administrativos para examinar las dinámicas del acceso a internet, las prácticas actividades y actitudes de la comunidad académica respecto al internet.

La idea de este estudio es describir las prácticas de apropiación de los grupos caracterizados que pertenecen a la comunidad educativa de la FIA, de las nuevas tecnologías de información y comunicación en las dinámicas de la vida cotidiana, a partir de la aplicación del paradigma de la Teoría de Usos y Gratificaciones.

La situación de uso de tecnologías se constituye en un factor importante al momento de establecer las políticas con las que una institución educativa puede aprovechar estos recursos para lograr sus objetivos educacionales. En relación con esto, una caracterización detallada en el uso de la Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) permitirá determinar ámbitos en los cuales puede ser necesario algún tipo de apoyo para un desarrollo de los miembros de una comunidad académica y porque “además, ofrecen la posibilidad de comprender dinámicas, transformaciones, procesos de equilibrio y desestabilización en la configuración de una estructura colectiva” (Gallo, N et al., 2014).

Para eso, la teoría de los usos gratificaciones que ha sido ampliamente implementada en los estudios sobre las formas de acceso y apropiación que tienen los diferentes públicos o usuarios a las tecnologías en distintos ámbitos y medios, constituye un paradigma teórico apropiado para entender las dinámicas de uso de la comunidad educativa de la FIA. La teoría de los usos y gratificaciones busca responder a la pregunta sobre los motivos por los cuales las personas se exponen a los distintos medios de comunicación, y entiende que estas tienen un rol activo en la selección de aquellos medios que mejor sirven para satisfacer distintas necesidades (Katz, Blumler y Gurevitch, 1973).

En su momento, y con un escenario en el cual los usos se hacían con respecto a los medios de comunicación tradicionales, Katz, Blumler y Gurevitch (1973) agruparon en cinco categorías las necesidades que movilizaban a los individuos a exponerse a los medios de comunicación: necesidades cognitivas (adquirir información conocimiento y comprensión), afectiva (experiencia emocional placentera o acética), de integración social (reforzar la credibilidad la confianza y el status), afectivas (fortalecer las conexiones con la familia, los amigos) y de esparcimiento. Así, se puede determinar que la teoría de usos gratificaciones estudia las características de la actividad que las audiencias desarrollan en la búsqueda y consumo de contenido en los medios (Tarullo, 2020).

Con la llegada de las redes sociales, estas categorías precisaron ser analizadas y revisadas en profundidad teniendo en cuenta las características propias de cada una de estas aplicaciones digitales. Whiting y Williams (2013) identificaron nuevas gratificaciones que motivan a las personas a usar las redes sociales tales como la expresión de opinión, el conocimiento de otros/as y la comodidad.

En este sentido, la variedad de los procesos socio-comunicacionales actuales invita a revisar estos usos en relación y diálogo con distintos contextos y a partir de diversas variables – tales como la edad y el género– que, junto con los factores sociales, culturas y educativos, inciden en complejizar y diversificar las gratificaciones que los y las usuarios/as encuentran cuando utilizan las redes sociales. En paralelo, las plataformas van sumando herramientas constantemente, habilitando nuevas prácticas y novedosos usos en un escenario versátil de continuo diálogo usuario/a-tecnología (Castells, 2012).

Siguiendo el modelo de usos y gratificaciones de las redes sociales, existen cuatro rasgos que los usuarios buscan en ellas: diversión, relaciones sociales, identidad personal y vigilancia,

aspectos que se han podido notar en las redes sociales más populares como Facebook y Twitter (Martínez, 2010).

### Metodología Implementada

Para el estudio de caso, se establecieron categorías de observación que constituyeron las variables de medición del estudio. Estas se determinaron desde los marcos teóricos y conceptuales con los que se estudian los usos y gratificaciones aplicados a las prácticas de apropiación de las tecnologías de la información y la comunicación, y que se presentan en la siguiente tabla 1:

**Tabla 1**

*Categorías de Usos y Gratificaciones*

Objeto	Categorías	Variables
Usos y gratificaciones	Usos	Modos de acceso
		Recursos tecnológicos
		Tiempo
		Frecuencia y la Identidad personal
		Necesidades cognitivas
	Gratificaciones	Diversión
		Afectivas
		Comodidad
		Acceso
		Actitudes hacia las formas de acceso a los contenidos
		Proactiva (activa y pasiva)
		Racional

---

	Legal
Comunidades digitales universitarias	Necesidades cognitivas

---

Fuente: Elaboración propia.

Estas variables de medición se concibieron como variables nominales y ordinales, esto permitió establecer estadísticas desde donde se dedujeron los parámetros generales de la comunidad educativa de la FIA. Estas variables preguntaban por diferentes aspectos; la primera se solicitó a los participantes que señalaran si tienen o no acceso a internet desde el hogar, para uso personal, a dispositivos tecnológicos (computador de escritorio, computador portátil, smartphone y tablet). Las respuestas fueron codificadas como (Sí) o (No), al igual que, la cantidad de horas que utilizaban TIC en un día normal, antes y después de la pandemia usando una escala de horas así: 1 a 3 horas, 4 a 6 horas, 7 a 9 horas, 10 a 12 horas y no lo hago/ no lo utilizo.

En la segunda sección, los participantes señalaron la frecuencia y dispositivos electrónicos utilizados con que realizaban doce actividades con TIC en las cuales se identificaron variables como: identidad personal, necesidades cognitivas, diversión, necesidades afectivas y comodidad. Por último, en la tercera parte, se solicita a los participantes que señalaran sus respuestas ante nueve preguntas relacionadas con sus actitudes particulares ante acceso a la información, la cual se categorizó como proactiva, racional, legal y necesidades cognitivas en la comunidad universitaria. Estas fueron codificadas Sí o No y NS/NC (No sabe/No contesta). Además, se obtuvo la información sociodemográfica de las diferentes bases de datos de la Universidad Nacional de Colombia.

Para cumplir con el objetivo propuesto, se diseñó un instrumento tipo cuestionario en formulario web para la recolección de datos cuantitativos, enviado a una base de datos confiable<sup>2</sup>. Las y los participantes fueron estudiantes, docentes y empleados de planta y contratistas de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura, de la Universidad Nacional de Colombia – Sede Manizales.

Para el segundo semestre de 2020, la FIA contaba con una población aproximada de 3700 miembros que se distribuían en tres poblaciones internas segmentadas así: 3521 estudiantes, 169 docentes de planta y de contratación a término fijo, y 30 de planta y contratistas. La muestra se determinó por poblaciones así: n=582 estudiantes 582 (n=582), docentes 68 (n=68) y 30 empleados y contratistas (n=30). En total se recibieron 680 respuestas (n=680), el nivel de confianza del muestreo es de 95%, con un porcentaje de error del 5%. El muestreo se realiza de forma aleatoria simple, recogiendo los datos mediante un formulario web distribuido a la base de datos mencionada durante el período del 22 al 29 de octubre de 2020, semana décima y undécima del periodo académico actual.

---

<sup>2</sup> Este instrumento se aplicó cumpliendo con establecido la Resolución 440 de 2019 de la Rectoría de la Universidad Nacional de Colombia *"Por la cual se adopta la Política de Tratamiento de Datos Personales de la Universidad Nacional de Colombia y se definen los responsables para su implementación"* [http://www.legal.unal.edu.co/rlunal/home/doc.jsp?d\\_i=93798](http://www.legal.unal.edu.co/rlunal/home/doc.jsp?d_i=93798), al igual con la ley 1581 de 2012 y sus normas concordantes.



## **Resultados**

El 40% de las y los estudiantes participantes de la muestra tiene entre 18 y 20 años, con una media 21, mediana 20 y moda de 18 años. El 68% como hombres y el 32% son mujeres.

Para el segundo grupo a caracterizar, el 35% de las y los profesores de la FIA participantes de la muestra, tiene entre 44 a 49 años, una media 47, mediana 47 y moda de 46 años. El 69% como hombres y el 31% son mujeres, este porcentaje es muy similar a la muestra de estudiantes.

Por último, las y los administrativos de la FIA, el 41% de los administrativos de la FIA participantes de la muestra, tiene entre 34 a 38 años, una media 41 años, mediana de 38 y moda de 36 años. En definitiva, los tres grupos poblacionales comprenden una distribución uniforme de las respuestas con respecto a la población en general.

## **Acceso y tiempo de uso de TIC**

Porcentajes significativamente mayores reportaron tener conexión a internet en las poblaciones identificadas, el 88% los estudiantes, 100% profesores y 93% administrativos, igualmente, acceso personal a computador de escritorio o portátil 92% los estudiantes, 100% profesores y 83% administrativos, para los smartphone con acceso a internet 86% los estudiantes, 99% profesores y 97% administrativos. El análisis demuestra que el acceso varía según niveles socioeconómicos y la edad. Así mismo, se preguntó por accesibilidad a una tablet y los resultados para los tres grupos a caracterizar demuestran que no cuentan con dicho dispositivo: 89% los estudiantes, 68% profesores y 93% administrativos.

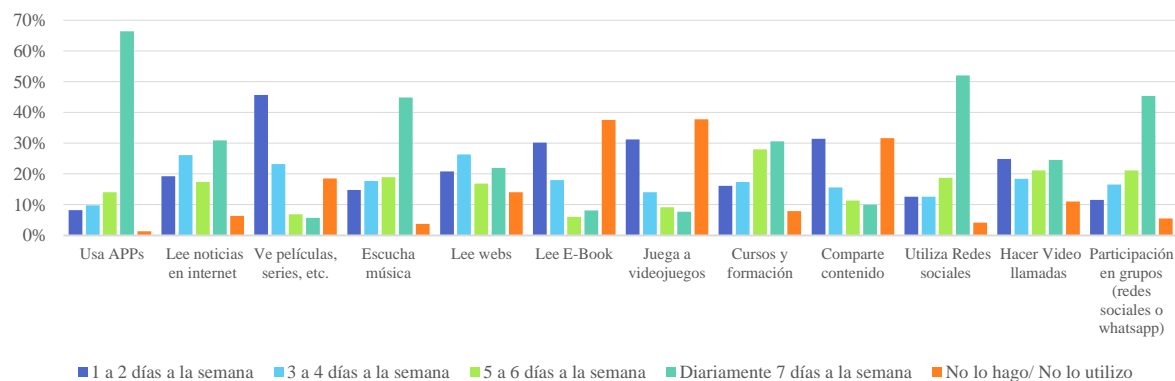
Por otro lado, los grupos caracterizados destinaban un promedio entre 4 a 6 horas 46% los estudiantes, 43% profesores en el uso del internet antes de pandemia, mientras los administrativos entre 7 a 9 horas, esto coincide con las actividades legales ante el contar con una vinculación indefinida o una orden de prestación de servicios. Desde el comienzo de la pandemia los tres grupos caracterizados concuerdan el incremento en el uso de internet. Más de la mayoría reportaron entre 10 a 12 horas (67% los estudiantes, 72% profesores y 87% administrativos). “Las condiciones de confinamiento forzoso, distanciamiento social y paralización de actividades, en prácticamente todas las naciones, han afectado severamente la vida cotidiana y las acciones de mujeres y hombres en todo el planeta” (Ordorika, 2020, p. 1).

### **Frecuencia, dispositivos según actividades y comodidad**

En la Figura 1 se compara a los estudiantes de la FIA en frecuencia con las doce actividades indagadas. Las respuestas con mayor porcentaje fue usar APPs en un 66%, usar redes sociales 52%, escuchar música 45%, participación en grupos (redes sociales o WhatsApp) 45%, leer noticias en internet 31% al igual que cursos de formación en los siete días de la semana. Por otro lado, porcentajes significativamente mayores en ver películas y series 46% con una frecuencia de una o dos veces a la semana. Los resultados en actividades como leer E-Book y jugar videojuegos evidenciaron en un menor porcentaje, ambas arrojaron un resultado de 38%.

### **Figura 1**

### Estudiantes (en %) Según Actividades y Frecuencia

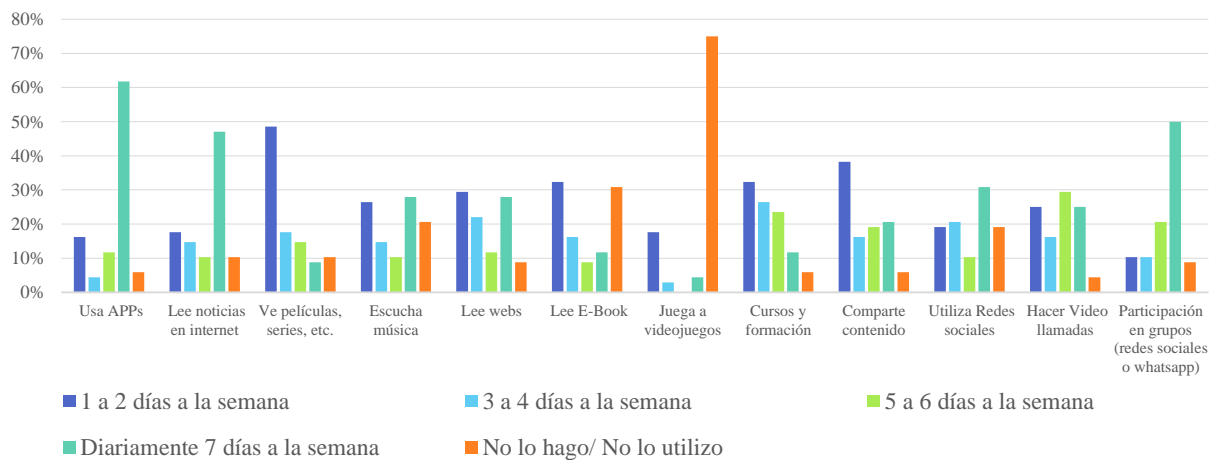


Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la Figura 2, se contrastó las 12 actividades con la frecuencia en las respuestas recibidas por las y los profesores de la FIA, las respuestas con mayor porcentaje fueron usar apps diariamente 62%, lee noticias en internet diariamente 31%, ve películas o series una vez a la semana 49%, el 75% no juega videojuegos, el 38% comparte contenido una o dos veces por semana y el 50% participa en participación en grupos (redes sociales o WhatsApp). Por otro lado, se puede evidenciar que otras actividades como escuchar música, leer web o E-book, cursos y formación, utilizar redes sociales y hacer video llamadas son actividades que se realizan con una frecuencia de una a cuatro veces por semana.

**Figura 2**

### Profesores (en %) Según Actividades y Frecuencia



Fuente: Elaboración propia.

Para los administrativos, en las 12 actividades indagadas con más porcentaje de respuestas fueron el uso de apps diariamente en 30%, ver películas o series entre 1 a 2 días a la semana en un 30%, escuchar música entre 5 a 6 días en un 30%. La figura 3 revela que, leer webs, leer e-book y juega videojuegos respondieron en gran porcentaje no lo hacen o no lo utilizan. Por otro lado, respondieron realizar cursos y formación 1 a 2 días en un 50%; compartir contenido en 1 a 2 días en un 40%, utiliza redes sociales diariamente en un 43%, hace video llamadas en 5 a 6 días a la semana en un 47% y participación en grupos (redes sociales o WhatsApp) diariamente en un 43%.

### Figura 3

#### Administrativos (en %) Según actividades y Frecuencia

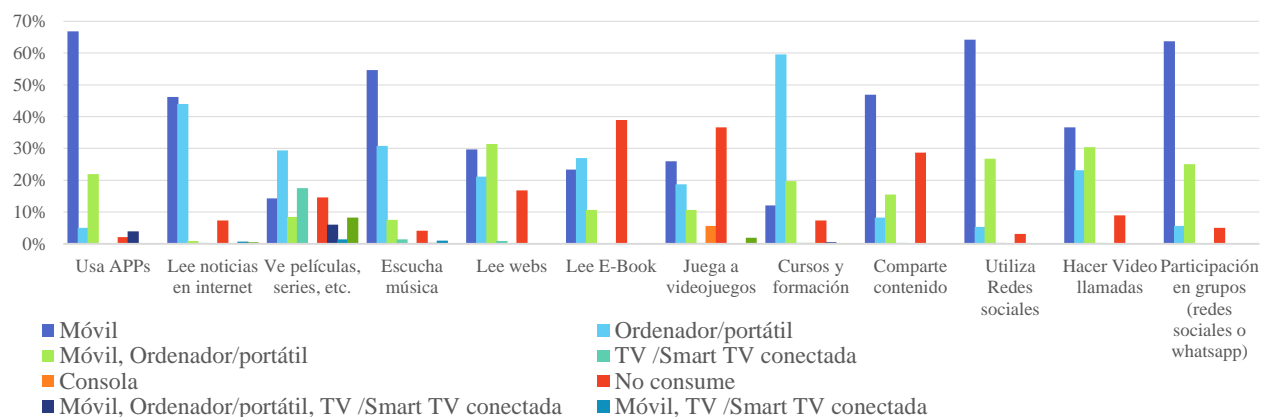


Fuente: Elaboración propia

En la figura 4, los estudiantes al ser *nativos digitales*, (Prensky, 2001 citado por Labbé, 2019), se diferencian por usar más dispositivos en diversas actividades: usa apps 67% en smartphone, lee noticias en internet 43%, escucha música 43%, cursos de formación 60%, comparte contenido 47%, en smartphone y ordenador/portátil. Por otro lado, se refleja en uso de smartphone para compartir contenido 47%, utilizar redes sociales 64%, hacer video llamadas 37% y participación en grupos (redes sociales o WhatsApp) 64%. Y las actividades que menos realizan son, leer E-book 39% y jugar video juegos 37%.

#### Figura 4

*Estudiantes (en %) Uso de dispositivos*

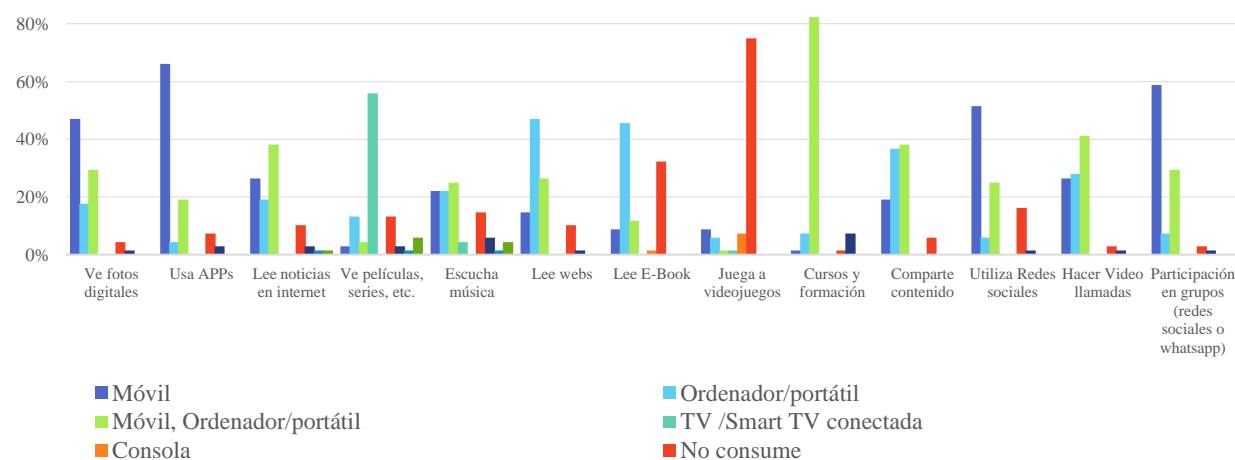


Fuente: Elaboración propia.

Los profesores prefieren usar mayormente su smartphone y ordenador o portátil, para realizar las 12 actividades por las que se indagó en la encuesta, como lo revela la figura 5, con respecto a las actividades que no consume hay varios resultados relevantes: leer E-book 32%, jugar video juego 75% y por último el uso de su TV/ Smart TV conectada para ver películas y series 56%.

## Figura 5

*Profesores (en %) Uso de dispositivos*

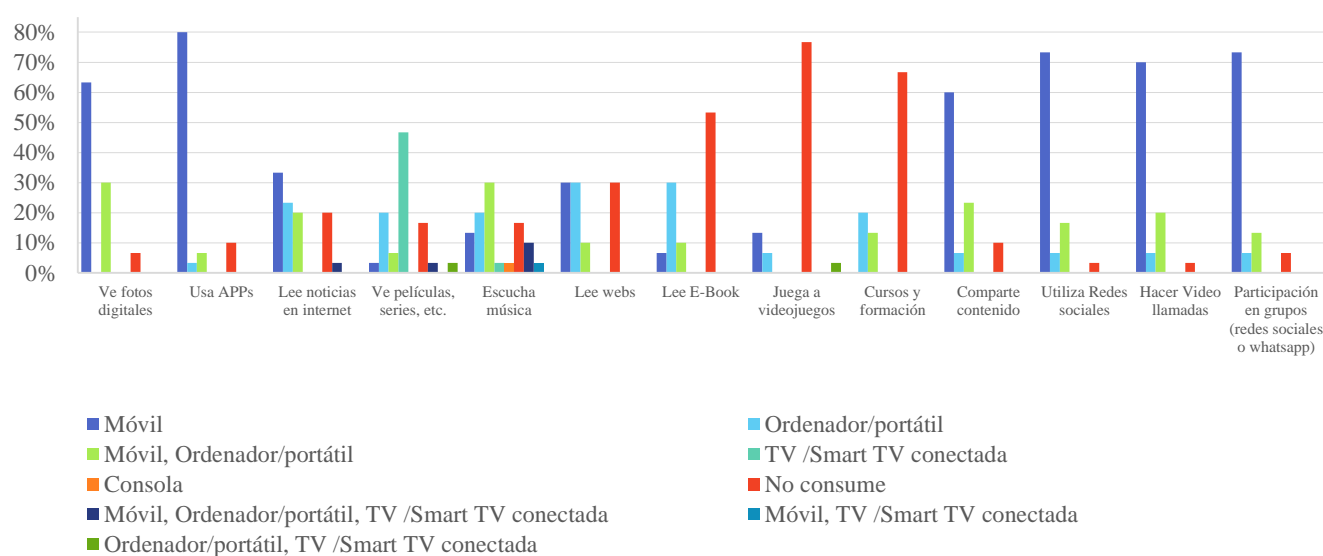


Fuente: Elaboración propia.

En comparación con los dos grupos anteriormente mencionados, los administrativos, figura 6, hay una significativa tendencia al uso de sus smartphone del smartphone en las 12 actividades, se infiere que es por facilidad, adaptabilidad y porque disponen de una conexión móvil, así mismo, no consumen videojuegos, lecturas en E-Book y cursos de formación.

**Figura 6**

*Administrativos (en %) Uso de dispositivos*



Fuente: Elaboración propia.

### **Actitudes hacia las formas de acceso a los contenidos**

En este apartado se analizan las actitudes de los diferentes grupos poblacionales con respecto a la forma de acceso, búsqueda y recursos para el consumo de contenidos digitales, las posiciones de las y los estudiantes, profesores y administrativos en cuanto a las formas de acceso y búsqueda de contenidos, las posturas relativas a los contenidos legales y a los no autorizados,

así como la valoración de diferentes cuestiones referidas a los riesgos de Internet y el contenido dirigido a la comunidad universitaria desde la FIA.

Los nueve ítems de actitudes analizados, por modos de acceso a los contenidos, son practicados por todos los encuestados. Cabe destacar que el 89% de los encuestados realiza sus búsquedas generales a través del propio navegador o búsqueda de Google. Con porcentajes por encima del 50% aparecen cinco actitudes: un 51% de la población caracterizada respondió negativamente al tener actitudes proactivas pasivas al momento de solicitar ayuda a algún familiar o preguntar a alguien. No obstante, los administrativos respondieron positivamente en un 70% al solicitar ayuda en sus búsquedas. Así mismo, un promedio del 60% de los grupos encuestados cuando les interesa un tema lo buscan, aunque les cueste muchos intentos, reflejando actitudes proactivas positivas.

Los tres grupos poblacionales coincidieron en sus respuestas con un promedio de un 82%, al responder que no buscan contenido en internet por miedo a los virus o a causar problemas en su computador. En cambio, a la pregunta de uso de add-blockers para navegar, se encontraron diferencias en cada grupo: los estudiantes en un 51% respondieron afirmativamente tener este sistema para sus navegadores; los profesores en un 46% tener add-blockers, y el 45% no usa este tipo de bloqueadores. Y en los administrativos, más de la mayoría respondieron no tener bloqueador de publicidad con un 53%.

A partir de la información recogida en la parte cuantitativa del presente estudio, se han valorado las actitudes con respecto a diversas cuestiones relativas a los contenidos legales y no autorizados. Los estudiantes un 43%, respondieron que sí les importa saber sobre la legalidad de contenido que consultan. Por el contrario, respondieron en un 60% los profesores y los



administrativos en un 50 %, que no es importante conocer la autenticidad del contenido que buscan.

Por último, se observó los comportamientos de la participación en comunidades digitales universitarias representadas en solicitudes por sitios webs, participación en convocatorias, consultas generadas por dependencias, docentes y estudiantes de la Universidad, los tres grupos respondieron afirmativamente en un 75%.

### **Conclusiones**

Este estudio permitió profundizar en la caracterización de los diferentes públicos con los que cuenta la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Sede Manizales de la Universidad Nacional de Colombia. En cuanto a recursos tecnológicos, se evidenció un acceso casi universal de los estudiantes, profesores y administrativos a computadoras, Internet y smartphone, acceso que fue significativamente mayor que el de la población general Colombiana, la cual tiene una penetración de internet del 69%, al igual que la actividad en redes sociales (Hootsuite, 2020). Mientras que los estudiantes evidenciaron un mayor uso comparativo de TIC para desarrollar actividades relacionadas con: búsqueda de información, revisión de contenidos basados en texto y multimedia, comunicación en línea y redes sociales, los otros dos grupos encuestados mostraron un mayor uso comparativo para hacer uso de APPs, realizar video llamadas y compartir contenido.

Los resultados permiten evidenciar que los usos dados al smartphone son múltiples dadas las características propias del medio y la integración tecnológica presente en los dispositivos. La exposición de los individuos al medio móvil evidencia múltiples usos, así como múltiples

gratificaciones buscadas por los mismos. Algunos de los usos dados al smartphone pueden ser considerados como actividades conducentes a fines hedónicos en el caso de los estudiantes, mientras que otras tienen características que las acercan más a la búsqueda de un beneficio o utilidad específica, al jugar por el uso que hacían de docentes y administrativos. Un resultado interesante revela que existe una tendencia a aumentar el uso informativo de las TIC mientras más alto es el nivel socioeconómico que tienen los grupos caracterizados.

En términos generales, el estudio revela que las características demográficas como la edad y la ocupación influyen directamente en la frecuencia de uso identificada para cada actividad y para cada nivel de competencias digitales. Tienden a presentarse mayores frecuencias de uso en los rangos bajos de edad, mientras que en edades mayores, hay un menor uso determinado por la obligatoriedad en algunas actividades que deben realizar miembros de los grupos poblacionales de los administrativos y algunos docentes.

Esto se explica porque los públicos jóvenes presentan una mayor familiaridad con los dispositivos y mejor conocimiento de uso de sus competencias tecnológicas. Adicionalmente, la búsqueda de independencia a través de uso de TIC se ve fortalecida por la inmersión digital a temprana edad de los actuales estudiantes universitarios, quienes en su mayoría fueron expuestos al uso masivo de las TIC en su etapa escolar (Donoso, 2010; Toro, 2010).

El comportamiento de uso de los estudiantes puede asociarse más con gratificaciones hedónicas que utilitaristas, orientadas a la búsqueda de entretenimiento y la socialización a través de los dispositivos. Los resultados de este estudio confirman la alta frecuencia de actividades relacionadas con la búsqueda de información y el uso de redes sociales en este grupo poblacional.

Los rangos de edad mayores, profesores y administrativos, por su parte, favorecen el uso del dispositivo como un remplazo de tecnologías anteriores, como las líneas telefónicas fijas, limitándose al uso de las demás alternativas o aplicaciones de los smartphone. Por su parte, la ocupación presenta una influencia marcada hacia actividades utilitaristas. El envío de correos, la ejecución de video llamadas o la búsqueda de información relacionada con el trabajo, es mayoritaria para administrativos y docentes.

Los smartphone favorecen el desempeño de actividades laborales con las características de portabilidad y ubicuidad que brindan estos, demostrando que sus actividades están supeditadas al cumplimiento de sus responsabilidades laborales. Lo anterior se refleja en la respuesta dada al momento de preguntar sobre la frecuencia en la cual ven películas o series, que reflejan los días de descanso tanto para los profesores y administrativos. Se evidencia que, de acuerdo su ocupación, la frecuencia de uso de actividades de entretenimiento se disminuye mientras la edad aumenta. Esto se da sobretodo en los fines de semana, tiempo en el cual los grupos de administrativos y docentes concentran altos porcentajes de visualización de series y en general de un uso destinado al entretenimiento. Mientras que los estudiantes, distribuían el tiempo destinado al consumo de este tipo de contenidos en todos los días de la semana.

Este estudio también mostró que el uso informativo tiende a aumentar a medida que se incrementa la edad. Este resultado es razonable considerando la condición de los profesores y administrativos participantes y la relevancia que tiene el manejo de información en su formación profesional. En contraposición, el uso de los estudiantes se destina a una gama más amplia y dispersa de fines con diferentes gratificaciones.

Por otra parte, se puede inferir que los profesores, se han adaptado a las necesidades y problemáticas permeadas por la globalización y la virtualización del aprendizaje y en

concordancia “al proyecto a las Normas UNESCO (2008, 2011) sobre competencias en TIC para docentes según y apunta, en general, a mejorar la práctica de los docentes en todas las áreas de su labor profesional” (Fernández et al., 2016, p. 99), combinando las competencias en TIC con innovaciones.

Es probable que, muchos de las y los profesores encuestados hayan participado en cursos de formación que les permite tener una mejor apropiación de sus competencias digitales y ser reflejando en las actividades diarias que realizan al igual que su ocupación. Según Alonso & et al., (2014) hay una mayor predisposición y actitud positiva hacia las TIC, así como un convencimiento real de su utilidad para mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje, tal y como reflejan numerosos estudios.

Es indudable afirmar, que esta actitud se incrementa por las circunstancias propias de la emergencia sanitaria global que obligó al despliegue del trabajo en casa, que es la ventana de tiempo en la que se realizó el estudio, lo que implica reconocer que estos dos grupos poblacionales, administrativos y profesores, debieron adaptarse forzosamente a la nueva normalidad que implicaba el trabajo desde casa.

En particular, para los administrativos, si bien, es el uso que dan es utilitarista, sus actitudes son más pasivas y racionales. Están dispuestos a utilizar y realizar sus actividades diarias de comunicación e información ya que se requiere para su trabajo, pero no muestran un patrón de uso que caracterice las otras experiencias online posibles motivadas por el entretenimiento o la necesidad de socializar. Así, se puede concluir que, las y los administrativos tienden a ver el uso del internet como una obligación para su trabajo profesional.

A pesar de lo anterior, se evidencia que actividades como el uso de APPs o la comunicación mediante mensajes o video llamadas establece la posibilidad de presentar diferentes fines, se encontrarían en una etapa en la cual comienzan a profundizar sus relaciones de amistad o de pareja a través del uso de redes sociales, lo que potencia el contacto, comunicación y desarrollo de relaciones sociales, las que pueden variar desde superficiales a profundas e íntimas, según las características del individuo dependiendo su edad y formación profesional.

Para concluir, este estudio de caso sirve como un insumo para las actividades de la Universidad Nacional de Colombia (UNAL) *hacia una cultura de transformación digital* (UNAL, 2018) las cuales tiene como propósito articular las funciones misionales y la gestión académica de una Universidad pública. Pensado en la integración de los procesos de docencia, investigación, extensión y administrativos de apoyo, apalancados en la transformación digital para la generación de nuevos procesos formativos, a fin de lograr vías de comunicación contemporánea con aprendizaje digital, y una Universidad abierta, innovadora y en red conectada con el mundo. Con estas transformaciones de deben generar soluciones prácticas a problemas, mejorar procesos, servicios, la disponibilidad y acceso al conocimiento, su conservación y protección.

La marcada diferenciación de los patrones de uso, de las actitudes hacia la manipulación o la implementación de estrategias digitales y de las gratificaciones obtenidas en los tres grupos poblaciones estudiados, señalan que si bien pueden existir un balance en la competencia tecnológica necesaria para usar y aprovechar este entorno digital, la motivación y la gratificación obtenida los diferencia claramente.

En ese sentido, no es lo mismo pasar tres o más horas usando las tecnologías, si la finalidad última que determina la gratificación obtenida señala que ese uso es del tipo obligatorio destinado a las funciones laborales, o subjetivo encaminado a la satisfacción de necesidades personales o hedonistas. Esta brecha en las gratificaciones puede explicar las actitudes hacia el uso de tecnologías que pueden ser un factor que incida en cuestiones organizacionales como la atención a públicos o clientes, o a una predisposición o actitud negativa hacia el estudio mediante tecnologías, pues esto reduce el uso a lo académico en la población de estudiantes, cuando su patrón de uso trasciende esta finalidad.

En el caso de los profesores, se puede apreciar que la competencia tecnológica que deben desplegar medida en formas de uso y acceso, si bien es obligatoria por su condición laboral, no está orientada desde una actitud pasiva, pues ha generado un aprovechamiento mayor ya que potencia tanto sus necesidades laborales como sus usos personales.

De modo que entender la diferencia entre los diferentes ritmos de uso y gratificaciones obtenidas para estas tres poblaciones, permitirá establecer formas de interacciones digitales entre los miembros de la comunidad educativa de modo que se puedan aprovechar mejor para el logro de los objetivos educativos. La creación de una *cultura de transformación cultural* como la que busca la FIA puede valerse de esta caracterización para generar protocolos de uso y de relacionamiento mediados por TICs en los que se tenga en cuenta las gratificaciones obtenidas en cada población a fin de que las interacciones que se tienen entre los grupos poblacionales pueda ser más eficientes. Esto significa procesos académicos más asertivos y procesos administrativos más eficientes; así como inversiones y adecuaciones tecnológicas más razonables.

Por último, este trabajo podría enriquecerse de varias maneras. Una, a partir de integrar más datos demográficos de las y los estudiantes, profesores y administrativos de modo que se

puedan diseñar predictores de uso, que podrían ser extrapolables a otros escenarios de la vida universitaria. También comparar con estudios similares en otros contextos contribuiría a mejorar el presente estudio, dado que puede señalar diferentes posibles direcciones en que los miembros de una misma comunidad educativa despliegan competencias tecnológicas y logran gratificaciones por eso.

Asimismo, a partir de la comparación con otros estudios, indagar si se producen transformaciones en los usos que hacen y las gratificaciones que obtienen los y las poblaciones caracterizadas en las redes sociales, de modo que permitiría profundizar, enriquecer y aplicar a toda la Sede Manizales de la Universidad Nacional de Colombia.

## Referencias

Alonso, F.G., González, M.C., Vidal, J.E., & García, O.A. (2014). Niños 2.0, una experiencia formativa en actitudes y valores para el profesorado ante la Web 2.0 y TIC.

Metodologías de aprendizaje colaborativo a través de las tecnologías. Salamanca:

Universidad de Salamanca. 12(4), 25-38. <https://doi.org/10.14201/eks.8524>.

Castells, M. (2012). Redes de Indignación y esperanza. Barcelona: Alianza Editorial.

Donoso, G. (2010). Enlaces en el sistema escolar chileno: Evolución de sus cifras. En A. Bilbao y A. Salinas (Eds.), El libro abierto de la informática educativa: lecciones y desafíos de la Red Enlaces. 138-149. Santiago de Chile: Centro de Educación y Tecnología - LOM Editores.

Fernández F., Fernández M. (2016). Los docentes de la Generación Z y sus competencias digitales. Revista Científica de Educomunicación. 46 (24), 97-105.

<http://dx.doi.org/10.3916/C46-2016-10>.

Gallo- Restrepo, N., Meneses-Copete, Y., & Minotta Valencia, C. (2014).

Caracterización poblacional vista desde la perspectiva del desarrollo humano y el enfoque diferencial. Revista Investigación y Desarrollo, 22(2), 360-401.

<http://dx.doi.org/10.14482/indes.22.2.5595>.

Hootsuite. (2020). Digital Colombia. <https://hootsuite.com/es/>.



Katz, E., Blumler, J. G. y Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509. doi: 10.1086/268109.

Labbé, C., López-Neira, L., Saiz, J. L., Vinet, E. V., & Boero, P. (2019). Uso de TIC en estudiantes universitarios chilenos: enfoque desde la adultez emergente. *Pensamiento Educativo*, 56(2). doi: 10.7764/PEL.56.2.2019.2.

Martínez, F. (2010). La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales. Madrid: Libro Nuevos Medios, Nueva Comunicación.

Ordorika, I. (2020). Pandemia y educación superior. *Revista de la Educación Superior*, 49(194), 1-8. <https://doi.org/10.36857/resu.2020.194.1120>.

Whiting, A. y Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362–369. doi: 10.1108/QMR-06-2013-0041.

Tarullo, Raquel. (2020). ¿Por qué los y las jóvenes están en las redes sociales? Un análisis de sus motivaciones a partir de la teoría de usos y gratificaciones. *Prisma Social*. 29. 222-239. <https://revistaprismasocial.es/article/view/3558/4193>.

Universidad Nacional de Colombia – UNAL. (2018) Plan Global de Desarrollo 2021.

[http://plei2034.unal.edu.co/fileadmin/Documentos/Plan\\_Global\\_de\\_Desarrollo\\_2019-2021.pdf](http://plei2034.unal.edu.co/fileadmin/Documentos/Plan_Global_de_Desarrollo_2019-2021.pdf).