

## Usos de Internet para el aprendizaje en estudiantes de universidades de Latinoamérica y España

Fiorela Fernández Otoya <sup>1</sup>, Rocío Rumiche Chávarry <sup>2</sup>

### INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

### RESUMEN

#### *Historia del artículo:*

#### *Palabras claves:*

Usos de Internet  
Intereses individuales  
Pensamiento  
Creatividad  
Mecanismos de intervención  
Académico  
Sistema universitario

El objetivo de este artículo es presentar los resultados de un estudio descriptivo sobre los usos de Internet para el aprendizaje asimismo, damos a conocer los datos significativos sobre los posibles usos académicos de Internet entre estudiantes de educación superior residentes en Chiclayo (Perú), Mendoza (Argentina), La Serena, Santiago y Puerto Montt (Chile), Ciudad Juárez, Guadalajara y otros poblados (México) y Málaga (España). Los resultados de la investigación manifiestan la existencia de dos niveles en el uso de la Internet en los estudios universitarios: Por un lado, para canalizar intereses individuales y de grupo relacionados con el ocio, y por otro lado, el uso de Internet relacionado con la resolución de tareas académicas. Además, se pretende buscar información que pueda ser seleccionada y analizada de forma consciente, en un proceso susceptible de desarrollar el pensamiento y la creatividad. Si bien el primer nivel de acceso se da de forma natural, el segundo pone de manifiesto la necesidad de desarrollo de mecanismos de intervención coherentes dentro del sistema universitario, orientados a crear necesidades de búsqueda de información.

<sup>1</sup>Doctora en investigación e innovación educativa por la Universidad de Málaga. Docente de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo Chiclayo, Perú. Email: [ffernandez@usat.edu.pe](mailto:ffernandez@usat.edu.pe) ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0971-335X>

<sup>2</sup>Doctora en investigación e innovación educativa por la Universidad de Málaga. Docente de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú. Email: [rrumiche@usat.edu.pe](mailto:rrumiche@usat.edu.pe) ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8457-7330>

## Uses of the Internet for learning in students of universities of Latin America and Spain

### ABSTRACT

#### **Keywords:**

Internet applications  
Individual interests  
Thought  
Creativity  
Intervention mechanisms  
Academic  
University system

The objective of this article is to present/display the results of a descriptive study on the uses of Internet on the part of the adolescents that tries to contribute some significant data on the possible academic uses of Internet between students (of 20 to 46 years to more), residents in Chiclayo (Perú), Mendoza (Argentina), La Serena (Chile), Juárez City y Guadalajara (Mexico) and Malaga (Spain). The results of the investigation show the existence of two levels of use of Internet in the university studies. On the one hand, to canalize individual interests and of group related to the leisure. On the other hand, to look for information that can be selected and be analyzed of conscious form, in a process susceptible to develop to the thought and the creativity. Although the first level of access occurs of natural form, the second is not taking place, nor will do it without the development of coherent mechanisms of intervention within the university system, oriented to create information needs search active.

### Introducción

En los últimos años, distintas investigaciones realizadas sobre el uso de los nuevos medios de comunicación por parte de los más jóvenes, evidencian una preocupación sobre la posible incidencia que el uso de estos medios está teniendo en los procesos de formación de los estudiantes universitarios. Este estudio aporta información sobre el porcentaje los tipos de uso de estos nuevos medios, de qué forma utilizan el

Internet, y cómo puede la universidad emplear las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones para ayudar a profesores y estudiantes en el proceso de enseñanza aprendizaje.

En general, el paradigma del determinismo tecnológico parece dominar todavía estas perspectivas e impide plantearse cuestiones que nos lleven a entender de qué forma los estudiantes universitarios están integrando las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, qué elementos moldean esta integración y qué implicaciones puede tener a la

hora de diseñar el objeto y la función de la universidad en la sociedad actual.

En el mes de junio de 2010 se aplicó el cuestionario online a 5186 estudiantes de las universidades: Santo Toribio de Mogrovejo de Chiclayo -Perú, Santo Tomás -Chile, CuValles, Sistema de Universidad Virtual, y Ciudad Juárez - México, Nacional de Cuyo, y Catamarca - Argentina, y Málaga -España.

Este trabajo pretende dar a conocer el uso de Internet, por parte de los estudiantes universitarios, en actividades académicas en universidades de Latinoamérica y España, en el marco de la investigación general denominada: Estudio comparativo sobre la utilización y opinión del alumnado universitario sobre las TIC, contrastando con las competencias requeridas como futuros profesionales.

### Metodología

Este trabajo es de tipo descriptivo comparativo, e intenta esbozar el perfil de las competencias de los estudiantes universitarios en el uso de las TIC en actividades académicas, a través de la

aplicación de un cuestionario online de opinión, a estudiantes residentes en Chiclayo (Perú), Mendoza (Argentina), La Serena, Santiago y Puerto Montt (Chile), Ciudad Juárez, Guadalajara y otros poblados (México) y Málaga (España), durante el año 2010.

## Resultados y discusión

Para conocer el nivel de uso de Internet en estudiantes universitarios se elaboró la primera pregunta, en la cual se abordan diferentes variables operativas que nos permiten conocer en profundidad esta dimensión de análisis. Las variables operativas que se trabajaron fueron: “navega o busca información”, “lee y envía correos”, “sube imágenes de su sitio Web”, “sube videos”, “gestiona su blog” y “construye Wiki”. Los estudiantes debían seleccionar una de las opciones de respuesta, presentadas con la siguiente escala valorativa: “nada, poco, regular, bastante y mucho”. A partir del procesamiento de los datos se presentan a continuación los resultados, todos ellos referidos a estudiantes de las universidades mencionadas. Para no sesgar los resultados, los cálculos de los porcentajes se mostrarán incluyendo los registros perdidos, no sólo los válidos.

### 4.1. Usos de Internet: navegar buscando información

Cuadro N° 1

Criterios		Frecuencia	Porcentaje total	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado total	Porcentaje acumulado válido
Válidos	Mucho	2515	48,50	55,49%	48,50%	55,49%
	Bastante	1539	29,68	33,96%	78,17%	89,45%
	Regular	428	8,25	9,44%	86,42%	98,90%
	Poco	44	0,85	0,97%	87,27%	99,87%
	Nada	6	0,12	0,13%	87,39%	100,00%
Perdidos		654	12,61			
Total		5186	100,00			



Fig 1: Usos de Internet: navegar buscando información

Como lo muestran el cuadro y el gráfico N° 01, los estudiantes encuestados utilizan Internet para navegar buscando información en un porcentaje muy alto. El 48,50% optó por “mucho” y el 29,68% por “bastante”, estas dos opciones suman el 78,17%.

Un dato muy representativo de lo que está pasando hoy con los estudiantes universitarios es que sólo el 0,12% no usan Internet para buscar información en las actividades académicas y esto se puede deber a la falta de accesibilidad y factor económico.

### 4.2. Usos de Internet: leer y enviar correo

Cuadro N° 2

Criterios	Frecuencia	Porcentaje total	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado total	Porcentaje acumulado válido
Válidos	Mucho	2249	43,37%	49,65%	49,65%
	Bastante	1360	26,22%	30,02%	69,59%
	Regular	717	13,83%	15,83%	83,42%
	Poco	186	3,59%	4,11%	87,00%
	Nada	18	0,35%	0,40%	87,35%
Perdidos		656	12,65%		
Total		5186	100,00%		



Fig 2: Usos de Internet: leer y enviar correo

En el cuadro y el gráfico n° 02 se observa que el 43.37% de estudiantes leen y envían correo con “mucha frecuencia” y el 26.22% lo hace con “bastante frecuencia”, y un 13,83% lo utilizan regularmente, esto señala que el correo electrónico, como herramienta asincrónica, es un medio usado por el 83.42% de los estudiantes universitarios encuestados para sus actividades académicas. Sólo el 0.35% de la muestra señalan que no usan Internet para leer o enviar correo electrónico, lo que presupone que prefieren optar por otros medios para comunicarse.

**4.3. Usos de Internet: subir imágenes a su sitio**

**Web**

Cuadro N° 03

Criterios	Frecuencia	Porcentaje total	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado total	Porcentaje acumulado válido	
Válidos	Mucho	548	10.57%	12.10%	10.57%	12.10%
	Bastante	538	10.37%	11.88%	20.94%	23.98%
	Regular	1045	20.15%	23.07%	41.09%	47.05%
	Poco	1298	25.03%	28.66%	66.12%	75.71%
Nada	1100	21.21%	24.29%	87.33%	100.00%	
Perdidos	657	12.67%				
Total	5186	100.00%				



Fig 3: Usos de Internet: subir imágenes a sitio Web

Los porcentajes de uso de Internet disminuyen fuertemente cuando se analizan los datos relacionados con la incorporación de imágenes a los sitios Web de los estudiantes. En el cuadro y el gráfico n° 03 se observa que un porcentaje similar de estudiantes, alrededor de un 10.5 %, suben imágenes a su sitio web con mucha o bastante frecuencia. Sin embargo, el 21.21 % de los estudiantes encuestados nunca han subido imágenes a su sitio web, y el 25.03% realizaron pocas veces esta acción.

Esto puede deberse a que no manejan este tipo de herramienta, a que no tienen su sitio web o a que no les interesa. Por otra parte, se sabe que las

imágenes, como un tipo de información, facilitan la transmisión de una idea.

**4.4. Usos de Internet: subir videos**

Cuadro N° 04

Criterios	Frecuencia	Porcentaje total	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado total	Porcentaje acumulado válido	
Válidos	Mucho	170	3.28%	3.75%	3.28%	3.75%
	Bastante	149	2.87%	3.29%	6.15%	7.05%
	Regular	526	10.14%	11.62%	16.29%	18.66%
	Poco	1205	23.24%	26.61%	39.53%	45.27%
Nada	2478	47.78%	54.73%	87.31%	100.00%	
Perdidos	658	12.69%				
Total	5186	100.00%				

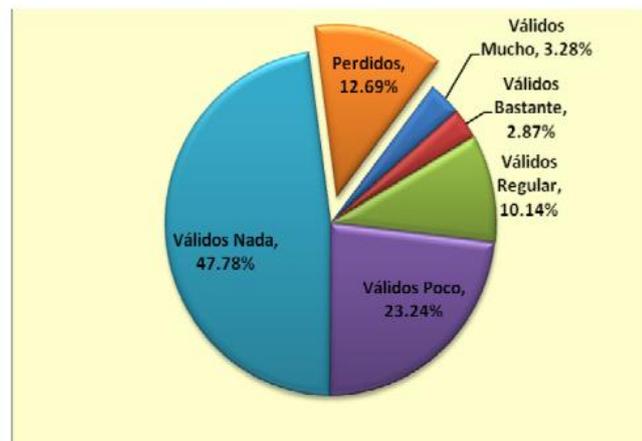


Fig 4: Usos de Internet: subir videos

Al analizar los datos relacionados con “subir videos”, se observa en el cuadro y el gráfico N° 4 que los porcentajes disminuyen significativamente si se comparan con las variables analizadas anteriormente. Los porcentajes mayores se ubican en las opciones “nada” y “poco” con un 47.78% y 23.24% respectivamente; sólo el 2,87% optaron por “bastante” y el 3,28% por “mucho”. Se observa la baja frecuencia en el uso de este medio; se puede suponer que los profesores no asignan actividades que involucren esta actividad en los estudiantes. Los videos son medios de suma importancia en el proceso de aprendizaje, ya que por su carácter audiovisual favorecen la apropiación reflexiva y consciente del contenido, en una unidad entre la instrucción, la educación y el desarrollo.

**4.5. Usos de Internet: gestionar su blog**

Cuadro N° 05

Criterios		Frecuencia	Porcentaje total	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado total	Porcentaje acumulado válido
Válidos	Mucho	166	3.20%	3.67%	3.20%	3.67%
	Bastante	183	3.53%	4.05%	6.73%	7.72%
	Regular	579	11.16%	12.80%	17.89%	20.52%
	Poco	951	18.34%	21.03%	36.23%	41.54%
	Nada	2644	50.98%	58.46%	87.22%	100.00%
Perdidos		663	12.78%			
Total		5186	100.00%			

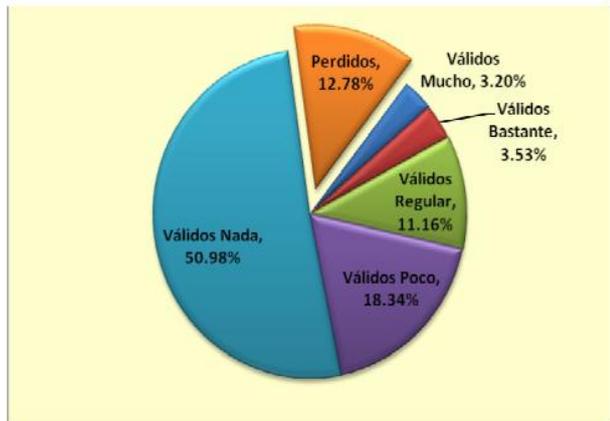


Fig 5: Usos de Internet: gestionar su blog

Según el cuadro y el gráfico N° 05 sólo el 6,73% de los estudiantes gestionan su blog con “mucho” o “bastante” frecuencia. 50.98% de ellos, “nunca” ha gestionado un blog y el 18.34% seleccionaron la opción “poco”. Estos resultados podrían deberse a que hay resistencia de los estudiantes para la creación de blog, o al desconocimiento de este ámbito o al escaso interés de actualizarse en este tema.

Llama la atención que en este siglo XXI, un estudiante universitario no administre un blog para actividades académicas; ya que tienen un potencial intrínseco para revolucionar la estructura organizacional de los entornos tradicionales de aprendizaje.

**4.6. Usos de Internet: contribuir en wikis**

Cuadro N° 06

Criterios		Frecuencia	Porcentaje total	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado total	Porcentaje acumulado válido
Válidos	Mucho	44	0.85%	0.97%	0.85%	0.97%
	Bastante	84	1.62%	1.86%	2.47%	2.83%
	Regular	267	5.15%	5.90%	7.62%	8.72%
	Poco	725	13.98%	16.01%	21.60%	24.73%
	Nada	3408	65.72%	75.27%	87.31%	100.00%
Perdidos		658	12.69%			
Total		5186	100.00%			

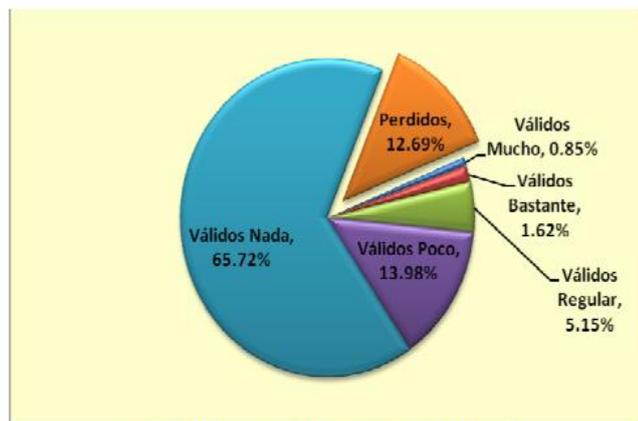


Fig 6: Usos de Internet: contribuir en wikis

Según el cuadro y el gráfico N° 06, sólo el 2.47% de los estudiantes encuestados colaboran en wikis, mucho o bastante. Se puede inferir que todavía existe un buen número de estudiantes que desconocen, no les interesa o no sienten necesidad de utilizar esta herramienta de edición instantánea para publicar usando un explorador de Internet. Esta situación explicaría el alto porcentaje, 65.72% de estudiantes que no colaboran en una wiki, lo cual es una limitación para desarrollar la capacidad de trabajo en equipo.

La idea más importante de un wiki es el hecho de que desde cualquier explorador de Internet se puede agregar o editar contenido y publicarlo automáticamente. Es justamente esto por lo que es una herramienta ideal para la colaboración en la generación de contenido educativo.

**Conclusiones**

Los integrantes de la comunidad educativa (docentes, estudiantes y padres de familia) pueden compartir información a través de los blogs a grandes distancias y en el caso particular de los docentes y estudiantes, los edublogs, les permiten a ambos utilizarlos dentro del proceso de enseñanza - aprendizaje. A pesar de las bondades expresadas, los estudiantes universitarios no aprecian los blogs como un medio entretenido para compartir información, lo que supone que dejan de generarse valiosos aprendizajes en los estudiantes.

Por ser Internet el medio donde se apoya el blog como recurso utilizado para generar aprendizajes,

las actividades propuestas en los mismos se encuentran a disposición de los estudiantes y de toda aquella persona que acceda al blog, lo que hace que sea un medio de comunicación global accesible en cualquier momento y lugar donde se cuente con Internet.

Hay desconocimiento general de la relevancia del video como estrategia para el aprendizaje, pues no suben imágenes ni videos a su sitio Web, lo que significa desconocimiento, falta de interés, falta de tiempo, etc. en realizar esta actividad.

Sabemos que las imágenes como tipo de información facilitan la transmisión de una idea.

El hecho de que los estudiantes mantengan un nivel de uso muy básico de esta herramienta informativa pone de manifiesto la existencia de dos niveles de acceso a Internet: por un lado, para canalizar intereses individuales y de grupo relacionados con el ocio, y por otro lado, el uso de Internet relacionado con la resolución de tareas

académicas para buscar información que pueda ser seleccionada y analizada de forma consciente, en un proceso susceptible de desarrollar el pensamiento y la creatividad. Si bien el primer nivel de acceso se da de forma natural, el segundo no se está produciendo, ni lo hará sin el desarrollo de mecanismos de intervención coherentes dentro de la universidad. Se recomienda generar los mecanismos necesarios para estimular desde la universidad la búsqueda de información, que permita a los jóvenes convertirla en conocimiento, y éste en sabiduría.

## Bibliografía

Castells, M. (2001): *The Internet Galaxy. Reflections on Internet, Business and Society*. Oxford: Oxford University Press.

Durkin, K. (1997): *Developmental Social Psychology: From Infancy to Old Age*. Malden (MA.): Blackwell.

Fuentes, M. (2001). "Naufragar en Internet. Estrategias de búsqueda de información en redes telemáticas". Barcelona: UOC. Extraído de: [http://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/0109037\\_fuentes.html](http://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/0109037_fuentes.html)

Livingstone, S. (2001): *Children and their Changing Media Environment: A European Comparative Study*. London: Lawrence Earlbaum Associates.

O'Brien, E. (2001): *From Sales Pitches to Civics Lessons: Something for Everyone Online*. Washington: Center for Media Education.

Pappert, (1995). *La máquina de los niños*. Barcelona: Paidós.

Sefton-Green, Buckingham, Tobin (1998): "The Difference is Digital? Digital Technology and Student Media Production". *Convergence*, vol. 5, number 4, pp 10-19.

Tapscott, D. (1998): *Growing Up Digital. The Rise of the Net Generation*. New York: Mc Graw Hill.