



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Perfiles tecnológicos de los estudiantes universitarios de Periodismo y Comunicación en el contexto de convergencia de las TDCG: estudio de caso en la FACSO-UNICEN
Exequiel Alonso y Sergio Magallanes
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.º 1, diciembre 2016
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata
La Plata | Buenos Aires | Argentina

Perfiles tecnológicos de los estudiantes universitarios de Periodismo y Comunicación en el contexto de convergencia de las TDCG: estudio de caso en la FACSO-UNICEN

Exequiel Alonso

exealonso@gmail.com

Sergio Magallanes

magallanes.sergio.a@gmail.com

Facultad de Ciencias Sociales
Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires
Argentina

Introducción

Desde siempre las tecnologías vinculadas a la comunicación se han posicionado como un elemento gravitante en las relaciones socio-culturales. Desde las prístinas pinturas rupestres de representadas en sitios como **Lascaux y Altamira**, hasta la Internet de nuestros tiempos, las tecnologías han generado una sinergia muy particular, este "fenómeno tecnológico comunicacional" vinculado a la historia de la humanidad se constituyen como la gran incógnita que las teorías de la comunicación intentaron/intentan interpretar tanto desde sus diferentes orígenes disciplinario, como la Sociología, Psicología, Antropología, etc.; de sus sistemas explicativos, cognitivo, sistémico, etc.; de sus niveles de organización, entendidos éstos como interpersonal, grupal, institucional, masiva, entre otros; como así también desde de sus premisas epistemológicas, empíricas, críticas, etc.;

por último y no menos importante de la concepción implícita de la práctica comunicacional (retórica, semiótica, fenomenológica, etc. (Craig, 1999). Continuando la línea de pensamiento de Craig (1999) en su artículo *Communication Theory as a Field*, entendemos que independientemente de los orígenes, sistemas explicativos, niveles de organización, premisas epistemológicas y de la práctica comunicacional *per se*, las teorías de la Comunicación ofrecen distintos caminos para conceptualizar y discutir las prácticas y problemas comunicativos. El "fenómeno comunicacional" entendido como la macro incógnita que moviliza el avance de la ciencia de la comunicación, ha acompañado al "ser humano" a lo largo de su proceso evolutivo (Scolari, 2015). Este binomio entendido **no** como hechos separados sino, por lo contrario, como hechos en constante simbiosis y en un estado de "intercambio energético" en pos de una "co-evolución", con hiatos en donde se configuran y reconfiguran las relaciones entre ellos, constituyen un espacio "ecológico" tridimensional, en donde las coordenadas "X" e "Y" son las geoespaciales y la coordenada "Z" representa a la coordenada temporal. Este "escenario ecológico" reviste en sí mismo una clara complejidad, que se acrecienta a medida que superponemos estos ejes de coordenadas, realizando zoom in/out en una o algunas de las coordenadas con el fin de hacer "foco" en la incógnita comunicacional a interpretar.

Ante esta complejidad comunicacional si bien basamos nuestro análisis desde la corriente teórica generalista como lo es la "Ecología de Medios", nuestra metodología de análisis requiere que ajustemos las coordenadas "X", "Y" y "Z"; para de esta forma acotar el escenario ecológico a ambientes específicos, configurar el enfoque de las coordenadas tridimensionales, nos permite no solo trabajar con un segmento "temporoespacial" específico sino también desagregar las "especies tecnológicas" a analizar.

Nuestro caso de análisis se encuentra en el escenario habitado por el "Ser Digital" (Negroponte, 1995) que promueve la transformación de "átomos a Bytes", en donde por consiguiente las especies tecnologías digitales se reproducen en forma masiva, pero cohabitan con especies analógicas, con el objetivo de hacer foco sobre las especies digitales, no usaremos el concepto de TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) sino el de TDCG (Tecnologías Digitales de Comunicación Global) (Magallanes, 2012), entendemos que las TIC representan una categoría de análisis global, incluyendo tanto a tecnologías digitales como analógicas, esto por otro lado vincula la comunicación a coordenadas espaciales, locales, zonales y globales, lo cual no especifica en forma clara su zona de incumbencia. Por otro lado el concepto de TDCG tamiza las especies tecnológicas analógicas y digitales, dejando a estas

últimas en el escenario de análisis, con su clara incumbencia comunicacional a nivel global.

Obviamente el concepto no representa un tamiz fino, sino por lo contrario, el filtro es grueso. Las especies tecnológicas digitales han sido en estos últimos 10 años "manipuladas genéticamente", su prole tecnológica han constituidos múltiples subespecies e incluso híbridos (Scolari, 2015).

En este "contexto ecológico de medios" particular, las especies tecnológicas ponen en funcionamiento el fenómeno de convergencia, entendido como un cambio cultural, en donde los usuarios de las subespecies (Tablet, SmartPhone, Messenger, Facebook, Twitter, etc.) e híbridos tecnológicos digitales (Smart Tv, SmartWatch, Youtube, Netflix, etc) son impulsados a generar y buscar nueva información, lo cual implica un cambio profundo tanto en el modo de producción como en el modo de consumo de los medios (Jenkins, 2006). En definitiva la convergencia en nuestro escenario de análisis propone fundamentalmente una "convergencia en el flujo de información digital" que fluye por las múltiples plataformas mediáticas, alterando todas las relaciones en el ecosistema de medios, es decir, el intercambio energético entre las diferentes especies que lo conforman como: industrias, mercados, medios tecnológicos y fundamentalmente las especie compuesta por los prosumidores, en cuyo cerebro se produce la convergencia como un fenómeno colectivo, convirtiéndose en la matriz donde se concibe lo que Pierre Levy (1997) ha dado a llamar "inteligencia colectiva".

La convergencia como fenómeno comunicacional representa muchas incógnitas asociadas a lo que Lisa Gitelman (2003) ha denominado como "protocolos", asociados al conjunto de prácticas sociales y culturales que se han desarrollado en relación a las especies, subespecies e híbridos tecnológicos, lo cual compromete el análisis de un ambiente "ecológico de medios" a mucho más que una descripción de los medios como especies, el nivel de análisis debe intentar dar cuenta del "intercambio energético" en un ecosistema en donde la biodiversidad tecnológica promueve una convergencia cada vez más compleja.

Esta complejidad tecnológica y por consiguiente cultural, sin duda afecta a la sociedad en su conjunto y en forma particular a los procesos de enseñanza-aprendizaje. Este trabajo se propone analizar el "ecosistema ecológico de medios" en donde el eje de coordenada "X" y "Y" se encuentra en la Facultad de Ciencias Sociales (UNCPBA) en la ciudad de Olavarría, mientras que el eje "Z" está anclado al año 2016, en este segmento temporo-espacial se intentará interpretar la "convergencia" partiendo del perfil tecnológico de los estudiantes y su vinculación con la infraestructura tecnológica digital con la que cuenta la unidad académica en

la Carrera de Periodismo y el nuevo plan de estudios de la Carrera de Comunicación Social.

Ecosistema tecnológico en FACSO-UNCPBA

En la Facultad de Ciencias Sociales el ecosistema tecnológico incluye diferentes medios que persiguen el objetivo de estrechar la comunicación con los estudiantes:

- Correo electrónico: es el mailing institucional, mensualmente se envían noticias, comunicados, adhesiones y contenido de interés para cuatro listas previamente definidas: alumnos, docentes, graduados y no docentes.
- Redes sociales: en abril de 2015 se creó la página institucional en Facebook y en agosto de ese mismo año se hizo lo mismo con el perfil en Twitter. En ambos casos se publican contenidos propios, exclusivamente relacionados con la Facultad. En cuanto a la interacción con otros usuarios, el nivel de respuestas en publicaciones es muy bajo.
- Cartelera virtual: se inauguró en junio de 2016, es una PC All in One con tecnología touchscreen. Tiene instalado un software que permite acceder a un menú precargado y al navegador de internet.
- Sitio web institucional: fue rediseñado en mayo de 2016, además de la información institucional, cuenta con diferentes menús orientados a los diversos claustros de la Facultad, tiene incorporado una página donde se suben noticias diariamente.
- Plataforma de gestión de alumnos (SIU GUARANÍ): es un desarrollo vigente para todas las Universidades públicas del país, permite la gestión de los estudiantes respecto a sus recorridos académicos. En esta plataforma se pueden hacer matriculaciones, inscripción a exámenes, pedidos de certificados, respuestas a encuestas estudiantiles, consultar el historial académico, plan de estudio y estado de las cursadas, entre otras opciones.
- Aplicación para dispositivos móviles (UNICEN Mobile- UMOB): es un desarrollo de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNCPBA. Se adaptó la versión estándar, disponible en Android, para la FACSO en mayo de 2016. Permite configurar un perfil de usuario y definir desde allí qué tipo de información recibir. Los contenidos enviados llegan a través de notificaciones y son noticias de la Facultad, convocatorias, informaciones sobre las cursadas y datos de importancia para los estudiantes.

Como hemos visto, un ecosistema tecnológico plantea la interrelación de todas las especies que lo integran. Cabe preguntarnos entonces cómo se relacionan las diferentes especies tecnológicas en la Facultad de Ciencias Sociales. En la Figura N° 1 podemos ver la manera en que un medio recupera los contenidos de otros medios o redirigen el tráfico de visitantes.

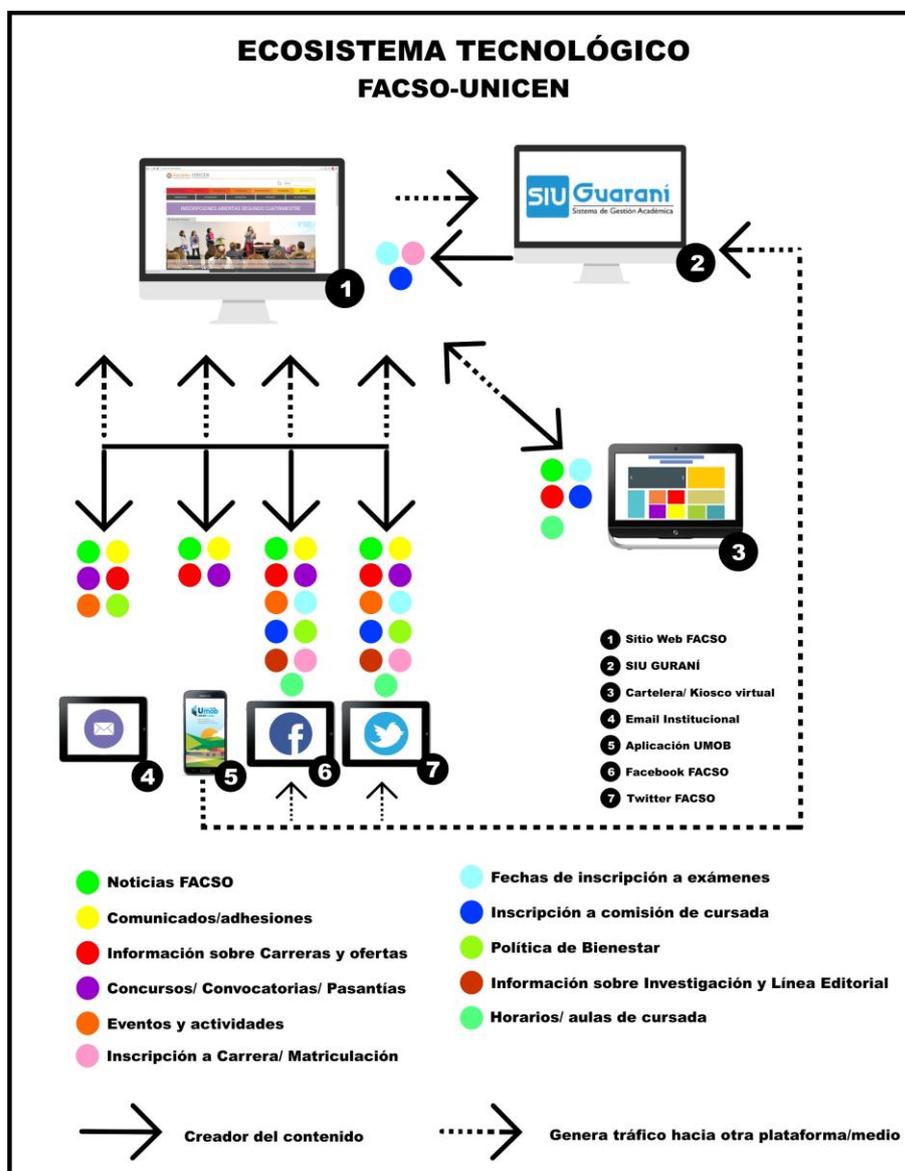


Figura N° 1. Ecosistema tecnológico en FACSO-UNICEN

El gráfico nos permite analizar que la producción de contenido se realiza para el sitio web de la facultad, desde allí, se replica la información para el resto de los soportes. En todos los casos el contenido no sufre modificaciones, sólo se adapta la presentación de los mismos a las posibilidades de cada plataforma (en Twitter, por ejemplo, se ubica el enlace con un texto no superior a los 140 caracteres) y se lo enlaza para que el usuario termine visitando la página web.

De acuerdo al relevamiento que hemos realizado, la otra plataforma que podría considerarse como fuente primaria de la información, estrechamente vinculada a la actividad académica de los estudiantes, es el sistema de gestión de alumnos SIU GUARANÍ, desde el cual se brindan datos que son replicados como noticia en la página web: inscripciones a carreras, exámenes y cursadas. En este caso la información se genera desde el SIU GUARANÍ, porque antes de mostrar el contenido en la web el sistema de gestión académica debe estar habilitado para poder realizar las acciones en cuestión.

La estrategia de la FACSO consiste en redireccionar la mayor parte del tráfico al sitio web, dejando al resto de las plataformas como lugares de paso que notifican al usuario de un contenido disponible y lo dirigen a otro lugar.

Para que esta interrelación sea posible, las especies que conforman el ecosistema tecnológico de la FACSO reúnen las características propias de las Tecnologías Digitales de Comunicación Global (TDCG) tales como la ubicuidad: un no-lugar que rompe las barreras del espacio y el tiempo gracias a la conexión permanente a la red de internet, por esta razón desde diferentes dispositivos (computadoras, smartphones, notebooks, etc.) se puede recibir, almacenar, reproducir y producir contenidos de importancia para toda una comunidad de estudiantes y la interactividad, como una de las características principales de estas especies tecnológicas. Debemos pensar en una definición abarcativa de este concepto, que incluya las relaciones entre los sujetos entre sí, las relaciones que los sujetos tienen con los medios, y a su vez, las interrelaciones entre los mismos medios, especies en términos de la Ecología de medios.

"El concepto de interactividad posee dos raíces. En el contexto de la comunicación interpersonal hace referencia la influencia recíproca entre sujetos y a la pérdida de autoridad en favor de una relación más igualitaria (por ejemplo la interactividad entre sujetos dentro de un grupo). En el discurso ambiental, por su parte, el concepto de interactividad se refiere a la teoría de los sistemas y a la interrelación de diferentes elementos para la constitución de un espacio (por ejemplo la interactividad entre los materiales de un edificio y el entorno). Ambas raíces aflorarían en los nuevos medios". (Marshall, 2004 en Scolari, 2008, p.97)

Para aproximarnos a las maneras en la que el usuario se relaciona con los medios en el ecosistema tecnológico, creemos necesario recuperar el concepto de interfaz de Carlos Scolari (2004), entendiendo a la misma como el espacio de comunicación entre el sistema y el usuario. Dado que el usuario y el sistema utilizan dos lenguajes diferentes, la interfaz debe, mediante la metáfora, traducir el lenguaje del sistema para generar un código común con el usuario, que le permita interactuar con el mismo.

La interfaz es, además, transparente en tanto se invisibiliza para el usuario cuando la utiliza, quien se concentra en el problema que debe resolver (buscar la fecha de un examen, por ejemplo) y pierde sensibilidad para comprender el mecanismo complejo que posibilita el diálogo (en simultáneo con la interpretación y la interacción) con el sistema, su código y al resto de las especies de sujetos que han diseñado y programado esa interfaz (Scolari, 2004).

Pese a esta opacidad, los usuarios no hacen siempre lo que los diseñadores de la interfaz contemplaron como hipótesis y habilitaron como posibilidad de utilización (Ibid.).

Es decir, el usuario resignifica y transforma en la interacción el mismo propósito para el que fue creada la interfaz, al utilizarla y exigirle nuevas características frente a nuevas necesidades (que serán proporcionadas en forma de una actualización de programación, contaminando a la interfaz original y haciéndola evolucionar) o por la no utilización de la misma: una interfaz ignorada está obligada a transformarse para no extinguirse (y extinguir con ella a la especie tecnológica que la cobija).

Las interfaces, tal como las especies en el ecosistema tecnológico, dialogan entre sí, forman un sistema donde sus gestos, elementos, interacciones, gráficos, etc. forman un gran hipertexto que ejecuta operaciones de traducción, movimiento y metamorfosis (Scolari, 2004). Eso garantiza de alguna manera su supervivencia, las interfaces recuperan las mejores maneras de conversar con los sujetos y las incorporan. Por este motivo, algunos íconos son universales. La interfaz-cliché¹ es la regla: nada debe ser demasiado extraño para el sujeto que está dispuesto a ser el interlocutor de una interfaz, porque tal como sostiene Scolari (2004), si la comunicación fracasa la interfaz se extingue o, parafraseando a McLuhan, sus restos "formarán parte del contenido de un nuevo medio"².

En la Facultad de Ciencias Sociales, las especies tecnológicas que hemos analizado establecen un diálogo con diferentes sujetos que forman parte de ese espacio de comunicación que definimos. Nos preguntamos acerca de quiénes y con qué valoración sobre la experiencia los seres humanos establecen conversaciones con o por medio de las interfaces al momento de recibir y producir contenidos.

Para responder la primera pregunta, identificamos para este análisis al menos cinco sujetos diferentes que se interrelacionan, directa o indirectamente, sincrónica o asincrónicamente, entre sí y con las interfaces: los diseñadores de hardware, los

¹ Adorno y Horkheimer en "Dialéctica del iluminismo" (1969) sostienen que los clichés son "fórmulas exitosas que se repiten", engranajes indispensables en la producción en serie en la gráfica, el cine y la televisión que garantizan la buena aceptación de los productos en la industria.

² Una interfaz "innovadora" debe rebelarse contra la repetición exitosa del cliché, brindando al usuario maneras de resolver un problema sin adoptar un idioma confuso o inentendible para el mismo.

diseñadores de software, los programadores de código de la FACSO, los administradores de contenidos y los estudiantes.

En el caso del correo electrónico y las redes sociales, los estudiantes confluyen en un espacio en el cual pueden relacionarse entre sí a través de respuestas, nuevas publicaciones o interacciones propias de cada plataforma (botón "me gusta", "compartir", etc). En el resto de los casos (sitio web, cartelera virtual, SIU Guaraní y UMOB), el diálogo del usuario es con la interfaz y con todas las especies que han diseñado ese "lenguaje común" que permite la conversación.

Esto evidencia la opacidad de la interfaz, que está intervenida por diferentes sujetos, con distintas intenciones y discursos, antes de llegar a la interpretación que hace el usuario, que nunca es definitiva, sino que es exploratoria, dinámica y finalmente transformadora.

A diferencia de la Figura N° 1, donde presentaremos la interrelación entre los medios de la FACSO, en la siguiente Figura N° 2 pretendemos graficar la interrelación entre las diferentes especies tecnológicas de la FACSO con las diferentes especies de en el Ecosistema tecnológico antes mencionado.

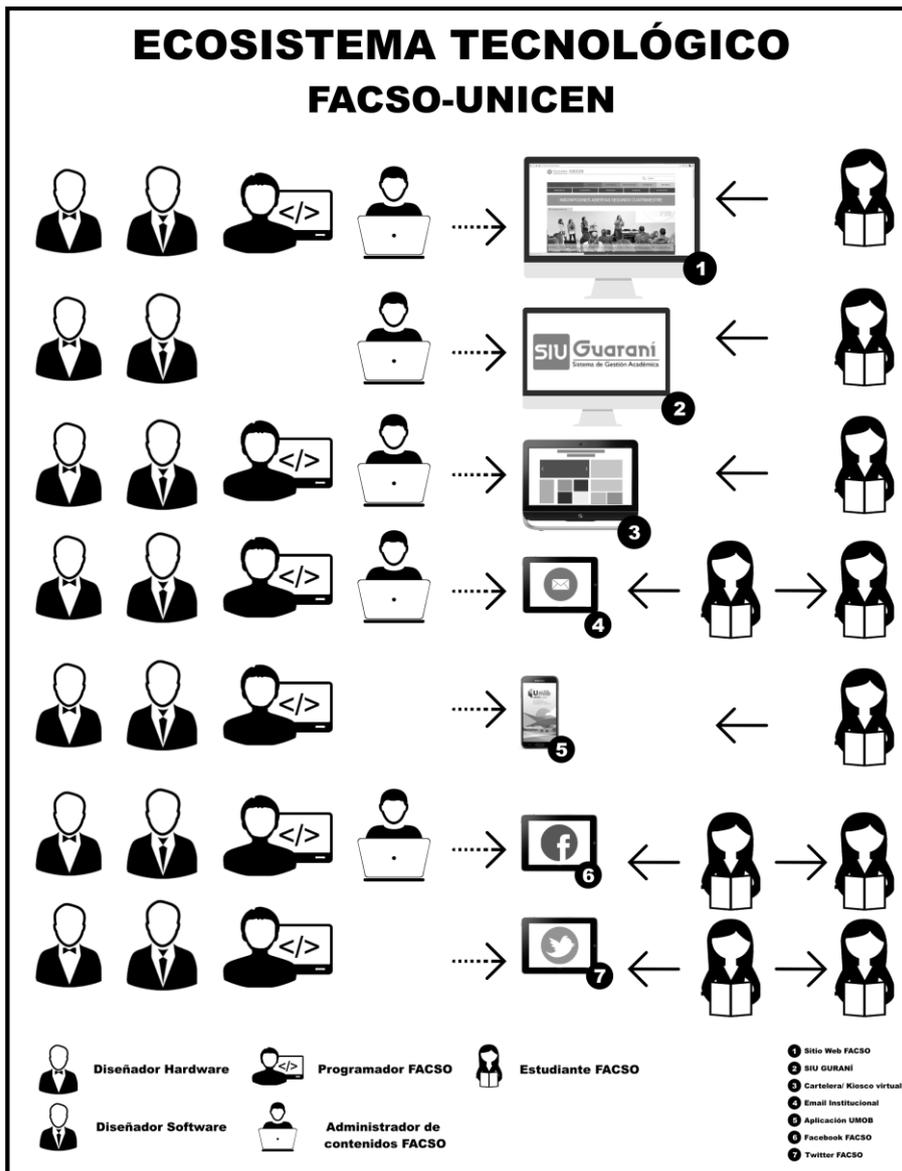


Figura Nº 2. Ecosistema tecnológico en FACSO-UNICEN

En este contexto de interrelaciones en el ecosistema tecnológico de la FACSO, nos interesará ahora puntualizar, entre las diferentes especies de usuarios, el perfil de usos y consumos de TDCG de los estudiantes, futuros profesionales de Comunicación y Periodismo. Por esta razón, analizaremos la convergencia, entendida como el flujo de información entre las diferentes especies tecnológicas que componen el mencionado ecosistema. Presentamos los datos preliminares de una encuesta a 60 estudiantes de Periodismo y Lic. en Comunicación Social (que representa el 25% de la matrícula de ambas carreras), realizada por la Línea de Investigación MT&CD (Mediaciones Tecnológicas y Comunicación Digital) de dicha facultad.

El 71,6% de los encuestados tienen entre 18 y 21 años de edad, el 15% entre 22 y 25 años y un 13,4% son mayores de 25 años. El 66,7% está cursando la

Licenciatura en Comunicación social y el 50% Periodismo (vale aclarar que se pueden hacer ambas carreras de manera simultánea).

En consonancia con los datos que presentan las principales consultoras internacionales, como Comscore, los jóvenes interactúan con más de un dispositivo y eligen qué contenidos consumir y producir de acuerdo a la plataforma en la que se encuentran. En la FACSO, los estudiantes se acercan al concepto de "Omnívoros digitales" (Magallanes, 2014) dado que el 36,6% tienen dos dispositivos, el 38,3% tres, el 10% cuatro y el 13,3% poseen 5 dispositivos. Los mismos, en porcentaje de tenencia, son los siguientes que muestra la Figura N° 3:

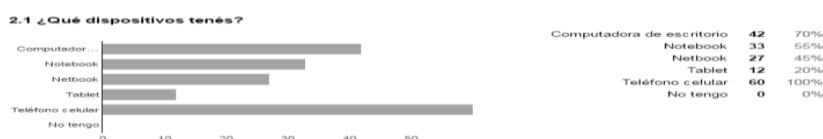


Figura N° 3. Tenencia de dispositivos tecnológicos

Los estudiantes encuestados coinciden en la tenencia de teléfonos móviles (100%) y una gran parte de ellos cuenta con una computadora de escritorio (70%) y más de la mitad (55%) tiene además una notebook. Una vez analizados estos datos, nos interesa revisar el concepto de "multiplataforma" por el cual sostenemos que los jóvenes consumen el mismo contenido, por ejemplo una red social, en diferentes dispositivos.

En nuestra población encuestada, vemos que este fenómeno solo se presenta en dimensiones considerables en las redes sociales Facebook y Twitter. En el primer caso, el 70% de los encuestados hacen uso de este sitio en teléfonos inteligentes y computadoras de escritorio. En Twitter también se da el consumo multiplataforma, pero en un porcentaje menor, el 50% de los estudiantes usan esta red social en teléfonos inteligentes y computadoras de escritorio. Por último, en Whatsapp, sólo el 20% la utiliza en computadoras de escritorio y el 100% en dispositivos móviles. Las redes sociales más utilizadas por los futuros profesionales del periodismo y la comunicación, son: Facebook y Whatsapp con el 96,6%, seguidas por Twitter (86,6%), Instagram (73,3%) y Google Plus (63,3%) respectivamente. Estos datos nos permiten identificar a los estudiantes como "residentes digitales" (White y Le cornu, 2013) dado que permanecen en medioambientes digitales, construyen sus alter egos virtuales e interactúan permanentemente con las TDGC.

La permanencia que mencionamos en ecosistemas digitales, está dada por la conectividad que poseen los dispositivos que los estudiantes manipulan. Según los datos relevados, el 96,7% cuenta con conexión Wi-fi en el hogar y un 43,3% se conecta, además, en la Facultad. Respecto a los paquetes de datos con acceso a

internet en sus teléfonos celulares, el 66,7% tiene una red 3G y un 33,3% cuenta con servicios 4G.

Los encuestados utilizan sus teléfonos celulares y la conexión a internet para recibir y producir contenidos en cualquier momento, lugar y en tiempo real, configurando un "vitorinox digital" (Magallanes, 2014) que les permite hacer llamadas (100% de los casos), enviar mensajes (93%), sacar fotos (91%), usar redes sociales (90%), informarse (65%), entre otras tareas que sistematiza la Figura N° 4:

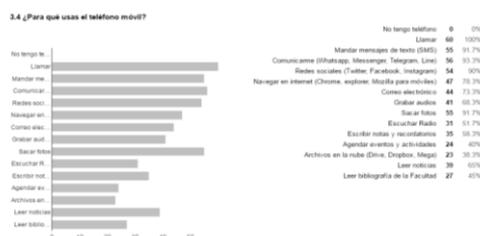


Figura N° 4. Usos del teléfono móvil.

Una vez trazado el perfil tecnológico de los estudiantes, podemos avanzar con un análisis que nos permita partir de la valoración sobre los medios de comunicación (especies tecnológicas del ecosistema) que los futuros profesionales realizan. En la Tabla N° 1, presentamos el porcentaje de utilización de cada medio en particular.

Tabla N° 1

Utilización y valoración de medios de la FACSO en base a encuesta realizada por MTCD

Medio	Sí, lo utilizo/visito/sigo	No, no lo utilizo/visito/sigo	Datos valorativos de mayor importancia recabados en la Encuesta.
Sitio web	48,3%	51,7%	Los contenidos más consultados son: fechas de exámenes (56,7%) y calendario académico (48,3%)
SIU GUARANÍ	65%	35% ³	El 70% de los encuestados está de acuerdo o muy de acuerdo con que brinda información acorde a sus inquietudes.

³ Algunos estudiantes de primer año aún se encuentran inhabilitados para acceder al sistema de gestión de alumnos debido a que no rindieron su primer examen final.

Correo electrónico	41,7%	58,3% ⁴	Un 30% de los encuestados no leen los correos electrónicos que envía la Facultad
Cartelera virtual	15%	85%	El 63,7% de los encuestados está de acuerdo o muy de acuerdo con que la cartelera le resultó útil.
UMOB	16,7%	83,3%	El 90% de los encuestados está de acuerdo o muy de acuerdo con que UMOB presenta una interfaz sencilla de utilizar.
Facebook institucional	75%	25%	El 73,3% de los encuestados está de acuerdo o muy de acuerdo con que brinda información acorde a sus inquietudes.
Twitter institucional	65%	35%	El 75% de los encuestados está de acuerdo o muy de acuerdo con que brinda información en tiempo real.

La Tabla N° 1 pone en evidencia que algunos de los medios de la Facultad, por novedosos o por desconocidos, no logran imponerse como una tecnología dominante en el ecosistema tecnológico. Sin embargo, los datos valorativos sobre la pertinencia y calidad de los contenidos ofrecidos, son alentadores, lo que nos permite pensar en nuevas estrategias que puedan ajustar las especies tecnológicas de la FACSO al perfil de uso y consumos de los jóvenes estudiantes.

Conclusión

Las transformaciones en la Ecología de medios (Scolari, 2015) son vertiginosas y logran escabullirse de reflexiones que requieren justamente tiempo para pensar estrategias y acciones planificadas que se ajusten a los contextos particulares. Las Tecnologías Digitales de Comunicación Global, en tanto especies de un ecosistema, no escapan a las transformaciones que los sujetos realizan al momento de interpretar, interactuar y resignificar la propuesta que cada interfaz propone para evolucionar y no extinguir.

Esta transformación, por acción u omisión de los usuarios sobre las interfaces nos parecen centrales al momento de re-pensar escenarios y definir estrategias educacionales en el marco de una institución. Los futuros profesionales permeabilizan (Magallanes, 2014) las TDCG, las incorporan a su entorno y las

⁴ Discriminado en un 30% que lo recibe pero no lo lee y un 28,3% que no reciben los correos en sus casillas.

utilizan para desenvolverse en diferentes ámbitos de sus vidas, el profesional no es la excepción.

Por este motivo, cualquier innovación en las maneras de producir y comunicar contenidos es bienvenida. Es el caso, de acuerdo a lo analizado de la Facultad de Ciencias Sociales, que se sumergió en la pecera digital con redes sociales, aplicaciones para dispositivos móviles, actualizaciones al sitio web y una cartelera virtual.

Sin embargo, no debemos perder de vista que el ecosistema tecnológico incluye a los múltiples sujetos que interactúan con su entorno en tanto especies y un nuevo medio modifica al ambiente en su conjunto: las interacciones con otras plataformas, los contenidos replicados, la extinción de un dispositivo y la aparición de otros.

Los estudiantes de Comunicación y Periodismo de la Facultad, hoy son parte de ambientes digitales donde las prácticas y herramientas del quehacer profesional se han modificado. Las tendencias siempre van de la mano con las posibilidades, y el contexto de evolución de las TDCG hoy es la realidad virtual, la realidad aumentada y la maximización de la experiencia del usuario. Por esta razón sería factible imaginar un periodismo con nuevas características: prescriptivo, individualizado, transmedia, hipermediado, colaborativo, en tiempo real y con acceso a la big data. En este escenario de innovación vertiginosa, desde las instituciones educativas debemos acompañar procesos de aprendizaje que ayuden a entender y recuperar los contextos sociales, políticos, históricos y económicos que viven las comunidades. En este sentido, la reflexión sobre los medios, los entornos, las especies tecnológicas y las interacciones en la Ecología de medios debe ser una constante en pos de conquistar inteligencias colectivas (Levy, 1997), que recuperen pequeños avances para dar paso a nuevas preguntas. Así lo exige nuestra función social como comunicadores y periodistas en el compromiso de trabajar por una Comunicación que surja del diálogo con el otro, que visibilice miradas y exponga intereses, que fortalezca desde la práctica y contribuya a brindar herramientas que nos permitan tomar mejores decisiones.

Bibliografía

Berners-Lee, T. (1996). *On simplicity, Standards, and intercreativity*. The W3C Team World Wide Web Consortium. Journal 3.

Castells, Manuel. (2004). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. siglo XXI.

- Cobo Romani, C.; Pardo Kuklinski, H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF.
- Craig, R. T. (1999). Communication theory as a field. *Communication theory*, 9(2), 119-161.
- Gitelman, L., & Pingree, G. B. (2003). *New Media, 1740-1915*. Mit Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*. Barcelona: Paidós.
- Le Cornu, A. y White, D. (2013). *Visitantes y Residentes: Una nueva tipología para el usuario digital*. 1º Ed. [ebook] p.4. Disponible en:
<http://ciiepatagones.com.ar/sitio/wp-content/uploads/2013/02/Visitantes-y-Residentes-una-nueva-tipolog%C3%ADa-para-el-usuario-digital--D.White.-A.Le-Cornu.pdf>
- Lévy, P. (1997). *L'Intelligence collective*. (Felino Martínez Álvarez) Paris: La Découverte/Poche.
- Magallanes, S. (2012). *El Nuevo Escenario Tecnológico: Cloud Computing y el Aprendizaje Colaborativo*. Cuarto Congreso Iberoamericano de Calidad en Educación a Distancia. Educa 2012.
- Magallanes, S. (2014). *La nueva dimensión de la escuela*. 3º Congreso virtual sobre tecnología, educación y sociedad (CTES). Centro de Estudios e investigaciones para el Desarrollo Docente (CENID). México. ISSN: 2007-7475
- Negroponete, N. & Abdala, M. (1995). *El Mundo digital*. Barcelona: Ediciones B.
- Prensky, M. & Heppell, S. (2011). *Enseñar a nativos digitales*. [Boadilla del Monte]: SM.
- Scolari, C. (2004). *Hacer clic*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Scolari, C. (2008) *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Editorial Gedisa, 2008.
- Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios*. Barcelona: Gedisa.