



Julio 2018 - ISSN: 1989-4155

## LA UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES POR ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

**Ing. Jimena Catalina Viteri Ojeda<sup>1</sup>**

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

[jcviteri@espoch.edu.ec](mailto:jcviteri@espoch.edu.ec)

**Ing. Carmita Efigenia Andrade Álvarez<sup>2</sup>**

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

[candrade\\_a@espoch.edu.ec](mailto:candrade_a@espoch.edu.ec)

**Ing. Myriam Cecilia Sampedro Redrobán<sup>3</sup>**

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

[myriam.sampedro@espoch.edu.ec](mailto:myriam.sampedro@espoch.edu.ec)

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Jimena Catalina Viteri Ojeda, Carmita Efigenia Andrade Álvarez y Myriam Cecilia Sampedro Redrobán (2018): "La utilización de las redes sociales por estudiantes universitarios", Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo (julio 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/atlante/2018/07/redes-sociales-universitarios.html>

### RESUMEN

La creación de espacios en las redes sociales, por parte de los estudiantes universitarios, presenta su propia estructura de organización y objetivos de utilización. El presente estudio describe el aprovechamiento que se le da a esta estructura tecnológica aceptada y probada, determinado las tendencias y las condiciones de participación. Se utilizaron encuestas y entrevistas a los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, donde se evidencia que estos espacios son creados por iniciativa estudiantil y de uso exclusivo de los miembros de cada curso. El tiempo que dedican para actividades académicas es más bien escaso en relación al tiempo que le dedican al consumo diario de las redes sociales. La aplicación de estas herramientas en actividades académicas es principalmente para la difusión de contenidos, la aclaración de dudas entre miembros, la realización de trabajos en grupo y para difundir actividades de integración.

**Palabras clave:** Social media, educación, universidad, espacios virtuales, comunicación.

**Clasificación JEL:** M15; O33; Z13

[https://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digos\\_de\\_clasificaci%C3%B3n\\_JEL](https://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digos_de_clasificaci%C3%B3n_JEL)

<sup>1</sup>Magister en Informática Aplicada e Ingeniera en Sistemas, Docente de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

<sup>2</sup>Magister en Informática Educativa e Ingeniera en Sistemas, Docente de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

<sup>3</sup>Magister en Gestión Empresarial e Ingeniera en Sistemas, Docente de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

## ABSTRACT

The creation of spaces in social networks, by university students, presents its own structure of organization and objectives of use. The present study describes the use that is given to this technological structure accepted and supported, by determining the trends and conditions of participation. They were used inquiries and interviews to the students of the Business Administration Program of the Politécnica de Chimborazo University, where it is evident that these spaces are created by student's initiative and the exclusive use of the members of each course. The time that they dedicate to academic activities is short in relation to the time they dedicate to the social networks daily activities. The application of these tools in academic activities is mainly for diffuse of content, the clarification of doubts among members, and the performance of group work as well as to promulgate integration activities.

**Keys Words:** Social networks, education, university

**Clasificación JEL:** M15; O33; Z13

[https://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digos\\_de\\_clasificaci%C3%B3n\\_JEL](https://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digos_de_clasificaci%C3%B3n_JEL)

## 1. INTRODUCCIÓN

Una red es un conjunto de nodos interconectados distribuidos por todo el mundo que permiten intercambiar información a través de reglas de comunicación denominadas protocolos. El desarrollo de internet ha resultado determinante para generar una sociedad en red, considerando especialmente su capacidad de democratización e integración de los distintos medios, de desplegar conocimiento de diferente tipo y en especial la oportunidad de que los usuarios adquieran roles distintos no solo como receptores de ideas sino también como productores (Parra, 2010:110).

Se puede decir que la evolución del internet al dejar de ser un simple enlazante de documentos presentes en la web, se convierte en un entorno dinámico en el que los usuarios son quienes crean sus propios contenidos e interactúan entre sí, de forma simple, fácil e incluso amena, el apareamiento de la Web 2.0 provocó un cambio radical en la forma de comunicación a través de la red (Caballar, 2013:4).

El término Web 2.0 hace referencia a las aplicaciones web que ofrecen servicios interactivos como es el caso de compartir fotos y videos lo que facilita enormemente el mantener y crear relaciones organizadas mediante comunidades online. Los medios de comunicación social online permiten que una misma información llegue rápidamente a millones de personas a nivel mundial con la ventaja de que puede ser bidireccional uno a uno o incluso muchos a muchos. De la gran cantidad existente, las redes sociales online son las más relevantes ya que permiten un amplio abanico de posibilidades de interacción sin precedentes en la historia del internet (Caballar, 2013:6).

Las redes sociales son herramientas de interacción, relación y mediación a través de Internet y dispositivos móviles entre personas y organizaciones (Degenne, 2011:40). Además, las redes sociales introducen otras formas de información y cultura que priorizan nuevos valores y formas de comunicación (Campos, 2008:277). Permiten también la creación de comunidades virtuales las cuales se definen como un grupo de personas que intercambian información usando redes de computadoras.

Estas comunidades pueden emerger y existir a través de dichas redes, el enlace técnico electrónico de las personas no es suficiente para crearlas, la comunidad incluye más que el simple intercambio de información: se caracteriza generalmente por contratos sociales, reciprocidad y economía (Zea, 2007:39).

Además las aplicaciones sociales permiten el empleo de una gama de servicios en una gran variedad de dispositivos ya que están en constante evolución y expansión, además, facilita fuentes especializadas de información, es decir la comunicación se ha revertido: Es multitemática, integradora, horizontal, cotidiana (Brito, 2012:3).

Es evidente que las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) se han convertido en un fenómeno revolucionario, impactante relacionado no solo con lo técnico sino también con lo social, presente en todas las actividades laborales, formativas, académicas y de ocio (Roblizo, 2015:23) dichas tecnologías han cambiado nuestra percepción del mundo y la forma de relacionarnos con los demás.

La educación no ha escapado al uso de las TIC, ya que cada vez se descubre un universo ilimitado de posibilidades, que presenta una gran cantidad de recursos para el aprendizaje dando lugar al crecimiento del número de usuarios en diferentes ámbitos con la capacidad de socializar el conocimiento (Prieto, 2011: 1).

### 1.1 Tipos de Redes Sociales

El origen de las redes sociales no es reciente, es una estructura organizativa muy antigua que ha existido desde el comienzo de los tiempos, sin embargo su proceso de digitalización se produjo gracias a los avances tecnológicos de las últimas décadas, convirtiéndose en un fenómeno social mundial pasando a ocupar un papel preponderante dentro de los diferentes niveles sociales. Para una mejor comprensión de esta nueva realidad social es importante conocer los diferentes tipos de redes sociales digitales (Burgueño, 2018:1)

Las clasificaciones de las redes sociales presentan dos grandes grupos: (Campos, 2014: 6-7).

- **Redes directas (generalistas):** Son aquellas en las que existe una colaboración entre los grupos que comparten intereses comunes y que interactúan bidireccionalmente a través de perfiles (con determinados grados de privacidad) mediante los cuales gestionan su información personal y la relación con los otros usuarios. Son útiles para la difusión y comunicación de la ciencia, con un alto potencial de portabilidad y viralidad en tiempo real.
- **Redes indirectas (foros y comunidades virtuales):** Son más jerárquicas y menos bidireccionales, disponen de un perfil reconocible por el resto de la comunidad, tiene un moderador que controla y dirige la información o las discusiones en torno a temas concretos

Las redes sociales pueden clasificarse también de la siguiente manera: (Burgueño, 2018:1)

- **Análogas o Redes sociales Off-Line:** Estas redes presentan relaciones sociales que son independientes de su origen, sin la intervención de ningún tipo de hardware o software.
- **Digitales o Redes sociales On-Line:** Tienen su origen y se desarrollan a través de medios electrónicos.

Al considerar las diversas temáticas que se abarcan en las redes sociales, que están a disposición del usuario para que las elija conforme a su interés se puede considerar las siguientes: (Izamaror, 2018:1)

#### Por su público objetivo y temática:

- **Redes sociales Horizontales:** Dirigidas a cualquier tipo de público sin ninguna temática en particular. Su principal interés son los contactos, la interacción de sus miembros y la incorporación de diversas aplicaciones. El proceso es el mismo: se crea un perfil, se registran los datos y se empieza a compartir la información que se desee. Los ejemplos más representativos son:
  - Facebook
  - Google+,
  - WhatsApp
  - SnapChat
- **Redes sociales Verticales:** Se centran en la especialización, su característica primordial es informar sobre diversos intereses sobre un tema específico en lugar de generar una

gran cantidad de usuarios. Sin que esto sea una limitante para alcanzar o superar a las grandes compañías que lideran en internet, para ello utilizan herramientas con actividades y contenidos concretos. Estas redes sociales presentan la siguiente clasificación:

- **Por temática:** Se tratan temas que se ajustan al nivel profesional. Estas a su vez se clasifican por actividad, donde se hace hincapié a las funciones y posibilidades de interacción que ofrezca el servicio. Otra clasificación es por contenido compartido mediante ellas, cuyo objetivo principal es la interacción entre los usuarios. Como por ejemplo LinkedIn.
- **Profesionales:** Permiten generar relaciones profesionales entre los usuarios. Los ejemplos más representativos son LinkedIn y Viadeo.
- **Redes sociales Verticales de Ocio:** Congrega a colectivos que desarrollan actividades de ocio, deporte, usuarios de videojuegos, fans, etc. Entre estas tenemos a Flickr, Youtube y Facebook.
- **Redes sociales Verticales Mixtas:** Proporcionan un entorno específico en base a sus perfiles, permitiendo a los usuarios y empresas desarrollar actividades personales y profesionales, como son: Yuglo, Unience, PideCita.

#### Por el sujeto principal de la relación:

- **Redes sociales Humanas:** Fomenta las relaciones entre personas uniendo individuos según su perfil social y en función de sus gustos, aficiones, lugares de trabajo, viajes y actividades. Como ejemplos encontramos a: Dopplr, Tuenti, Youre.
- **Redes sociales de Contenidos:** Se producen las relaciones uniendo perfiles en base al contenido publicado, los objetos del usuario o incluso los archivos que se encuentran en su ordenador, algunos ejemplos son: Scribd, Flickr, Bebo, Dipity, StumbleUpon y FileRide.

#### Por su localización geográfica

- **Redes sociales Sedentarias:** La mutación de este tipo de redes se genera en función de las relaciones entre personas, los contenidos compartidos o los eventos creados. Ejemplos de este tipo de redes son: Blogger, Plaxo, Bitacoras.com.
- **Redes sociales Nómadas:** Estas redes aparecen al incluir en las redes sociales sedentarias la localización geográfica del sujeto, ya que varían en función de los sujetos que se hallen geográficamente cerca del lugar en el que se encuentra el usuario, los lugares que haya visitado o aquellos a los que tenga previsto acudir. Los ejemplos más destacados son: Foursquare, Latitude, Fire Eagle y Skout.

Las redes sociales están en constante evolución y acorde a esta perspectiva se presenta la siguiente clasificación: (Facchín, 2018: 2-10)

- **Redes sociales digitales más conocidas y extendidas en el mundo**

Tabla 1: Redes sociales digitales

Redes Sociales	Características
Facebook	Una de las marcas más grandes y más reconocidas en la web, Facebook es una gran manera de conectar con los clientes e incluso vender bienes y servicios a los más de 2.000 millones de usuarios activos que posee actualmente.
Twitter	Cuenta con 328 millones de usuarios activos, su crecimiento presenta un ritmo menor al esperado. Por esta razón continúa evolucionando e implementando cambios como el aumento a los 280 caracteres entre otras. Lo que contribuye a que se le considere una plataforma de comunicación muy directa que permite una gran visibilidad y viralidad.
Google plus	Es una alternativa a Facebook, así como otra manera de poder conectar con otro destino distinto al que se puede alcanzar en otras redes sociales. Se desconoce en la actualidad el número de usuarios activos que tiene.

Fuente: <https://josefacchin.com/lista-redes-sociales-mas-importantes-del-planeta/>

- **Redes Sociales de contenido visual o para compartir**

Tabla 2: Redes sociales contenido visual

Redes Sociales	Características
Flickr	Se trata de uno de los portales más veteranos de encuentro de fotógrafos en la red y el intercambio de fotos sociales.
Instagram	Es una de las más populares redes sociales hoy por hoy y a la vez una aplicación fotográfica.
Pinterest	Es una plataforma que cuenta con más de 175 millones de usuarios activos, es una red social de imágenes en la que se puede crear y compartir tableros que incluyen pins (imágenes).

Fuente: <https://josefacchin.com/lista-redes-sociales-mas-importantes-del-planeta/>

- **Redes sociales para el Turismo**

Tabla 3: Redes sociales para el Turismo

Redes Sociales	Características
Wayn	Es una red de viajes, que permite compartir ideas afines con más de 10 millones de usuarios.
CouchSurfing	Es una plataforma para conocer personas que abren sus hogares y sofás a los viajeros, es ideal para viajeros que estén interesados en viajes alternativos.
TravBuddy	Es otra red de viajeros para compartir opiniones, consejos y fotos.

Fuente: <https://josefacchin.com/lista-redes-sociales-mas-importantes-del-planeta/>

- **Lista de redes sociales para los móviles**

Tabla 4: Redes sociales para móviles

Redes Sociales	Características
Cellufun	Para entusiastas de los juegos en dispositivos móviles.
MocoSpace	Una red social para encontrar y compartir con amigos afines.
Itsmys	Red de juegos sociales móviles – conectarse con amigos, jugar y mucho más.

Fuente: <https://josefacchin.com/lista-redes-sociales-mas-importantes-del-planeta/>

- **Plataformas relacionadas con los Blogs**

**Tabla 5: Plataformas relacionadas con blogs**

<b>Redes Sociales</b>	<b>Características</b>
WordPress	Se puede encontrar amigos con ideas afines y seguir sus blogs, dejar comentarios y más.
Tumblr	Permite crear puestos de trabajo, compartir con otros usuarios de Tumblr y recibir mensajes. Se puede integrar con otras redes sociales como Twitter y Facebook.
Xanga	Una comunidad de blogs, con aproximadamente 40 millones de usuarios, de audio postales, videos, imágenes y palabras. Se puede encontrar amigos, seguir sus blogs y dejar comentarios.
Blogger	Permite la creación de un blog, encontrar amigos con ideas afines y seguir sus blogs y dejar comentarios.
Medium	Se trata de Sistema de gestión de contenidos para blogs sencillo. Su funcionamiento facilita la compartición de contenido entre toda la comunidad, así como la valoración por parte de los usuarios.

Fuente: <https://josefacchin.com/lista-redes-sociales-mas-importantes-del-planeta/>

- **Plataformas sociales de negocios**

**Tabla 6: Redes sociales de negocios**

<b>Redes Sociales</b>	<b>Características</b>
LinkedIn	Cuenta con cerca de 106 millones de usuarios activos, es la mayor red social para profesionales.
Ryze	Es una red social profesional, cuyo principal objetivo es ayudar a los emprendedores con ideas afines.
XING	Una plataforma social similar a LinkedIn, pero en su mayoría utilizados por las comunidades empresariales de China y Europa. Comunidades cerradas para que los miembros de las principales empresas globales puedan tener interacción en líneas privadas.

Fuente: <https://josefacchin.com/lista-redes-sociales-mas-importantes-del-planeta/>

- **Lista de redes sociales de vídeo**

**Tabla 7: Redes sociales de video**

Redes Sociales	Características
Funnyordie	Donde los usuarios pueden calificar y compartir videos con amigos afines y publicar sus propios videos, especialmente comedia.
YouTube	Es el sitio de intercambio de vídeo más conocido donde los usuarios pueden compartir y ver videos, crear centros para su propio contenido y mucho más. En la actualidad se trata del segundo buscador más utilizado en el mundo.

Fuente: <https://josefacchin.com/lista-redes-sociales-mas-importantes-del-planeta/>

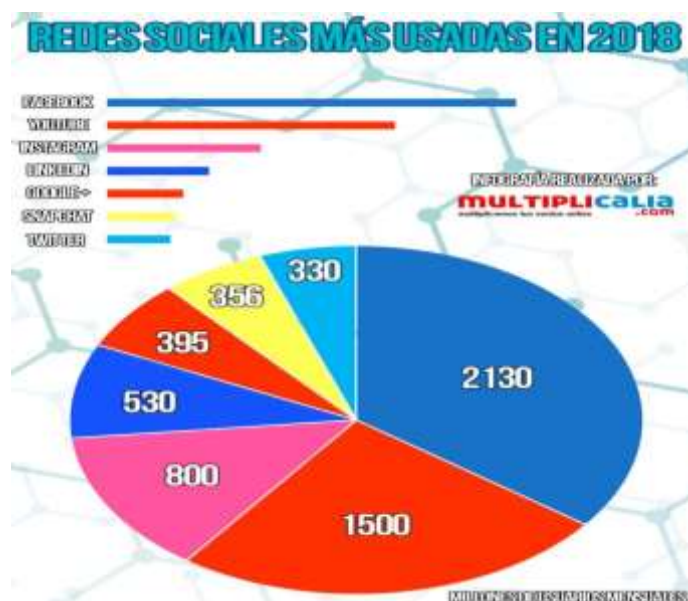
## 1.2. Redes Sociales más usadas en el 2018

En términos de redes sociales, Facebook mantiene el liderazgo absoluto con 11 millones de usuarios registrados, de los cuales, un promedio de 6,4 millones son activos mensualmente, seguido por Instagram, LinkedIn y Twitter. A la mayoría de estas redes se accede a través de dispositivos móviles.

Cabe resaltar que en Ecuador en los últimos cinco años se ha incrementado en 13,7 puntos el equipamiento de computadoras portátiles en los hogares, mientras que en las computadoras de escritorio se registra un incremento de 0,3 puntos y en 9 de cada 10 hogares poseen al menos un teléfono celular, lo que representa un incremento de 8,4 puntos más que lo registrado en estudios anteriores. (Ecuador en cifras, 2016).

Esta tendencia que se mantiene en el presente año como se evidencia en el estudio realizado por Statistic Brain y expandedramblings.com, se refieren a **MAU o usuarios activos al mes, según sus siglas en inglés**; algunos de los datos son proporcionados por las empresas, otros son estimaciones según sus ingresos y gastos. En este último año como en los anteriores el ranking se ha mantenido, es decir, en un año no se ha tenido mayores cambios en cuanto al uso de las redes sociales se refiere, como vemos en la siguiente imagen:

Imagen 1: Redes sociales más usadas en el 2018



Fuente: <https://www.multiplicalia.com/redes-sociales-mas-usadas-en-2018/>

Realizando una comparación con las redes sociales más utilizadas en el Ecuador y en el mundo, podemos observar que esta tendencia se mantiene (Del Alcázar, 2017: 1), son más de 13,2 millones de usuarios en el Ecuador que acceden regularmente a Internet desde dispositivos móviles como de escritorio.

**Imagen 2: Promedio de usuarios con acceso a internet**



Fuente: <http://blog.formaciongerencial.com/ranking-redes-sociales-sitios-web-aplicaciones-moviles-ecuador-2017/>

### 1.3 Ventajas de las redes sociales

- **Educación:** Las redes permiten el autoaprendizaje, el trabajo en equipo favoreciendo la comunicación entre los individuos, abriendo nuevas posibilidades en todas áreas, incluso en la educativa que contribuye en el proceso de retroalimentación; el acceso a otras fuentes de información que apoyan e incluso facilitan el aprendizaje constructivista y el aprendizaje colaborativo permitiendo incluso el contacto con expertos. En conjunto, todas estas aplicaciones y recursos hacen que el aprendizaje sea más interactivo, significativo y dinámico (Gómez, 2012:132).
- **Comunicación:** Los seres humanos somos sociales por naturaleza, con una gran necesidad de comunicarse y relacionarse entre sí, las redes sociales ofrecen la oportunidad única en la historia de poder compartir con amigos y familiares momentos especiales sin importar las distancias.
- **Oportunidades laborales:** Las empresas a nivel mundial buscan a posibles aspirantes competitivos en redes sociales como LinkedIn. Incluso se apoyan en otras redes como Facebook o Twitter para tener mayor conocimiento sobre sus candidatos. (Veloz, 2017: 11)
- **Entretenimiento:** Ofrecen información y distracción en tiempo real. Se puede elegir amistades o medios de comunicación para mantenernos conectados con lo que pasa en cualquier lugar del mundo. (Veloz, 2017: 12)



Navegar por Internet o el uso de redes sociales no es una pérdida de tiempo para los jóvenes, ya que están asimilando competencias tecnológicas y comunicativas muy necesarias para el mundo contemporáneo (De la Torre, 2009:4) pero se debe tener cuidado con la utilización de esta herramienta debido a que puede presentar riesgos por la variedad de información irrelevante que tiene la web.

#### **1.4 Riesgos en las redes sociales**

Las redes sociales son consideradas como una estructura de comunicación de fácil acceso ya que solo se necesita una conexión a internet y de inmediato se compartirán contenidos a un sin número de personas ya sea en forma pública o privada, estos contenidos permanecerán registrados, de ahí la importancia de cuidar las publicaciones que se cuelgan en la red.

Al hablar de riesgos en las redes sociales los jóvenes son un sector vulnerable por la rebeldía propia de la edad, la búsqueda de nuevas emociones y por la familiaridad que tienen con las nuevas tecnologías y si a esto se añade que las redes sociales se basan en la teoría de los seis grados de separación que dice que cualquiera está conectado con otras personas del mundo a través de seis contactos lo que hace que la lista de contactos crezca de forma exponencial maximizando los riesgos en la utilización de las redes sociales.

Entre los principales riesgos que se presentan por el uso de redes sociales encontramos los siguientes:

- 1) El acoso en línea denominado también ciberbullying o ciberacoso: Se refiere al maltrato psicológico continuo a través de las redes sociales o cualquier otro medio tecnológico que puede incluir burlas, insultos, difusión de imágenes comprometedoras y la suplantación de identidad de la víctima. (Echeburúa, 2012:61).

El ciberbullying también puede considerarse como acosar, amenazar o intimidar a alguien a través del chat en línea, grabar videos humillantes y colgarlo en la red, enviar múltiples mensajes hasta llegar a hostigar a la víctima, y, puede presentarse entre sujetos del mismo entorno.

- 2) Pérdida de intimidad: En las redes sociales existe el riesgo de crear perfiles falsos fomentando el engaño o fantasía, y las conductas narcisistas, además se hacen muchas confidencias o se cuelgan fotos, videos, lo que genera una confusión entre lo íntimo, lo privado y lo público haciendo mal uso de esos contenidos o información (Echeburúa, 2012:63).
- 3) Acceso a contenidos inapropiados: En las redes sociales se pueden difundir contenidos inapropiados como pornografía, mensajes racistas, xenofóbicos que son proporcionados tanto por personas conocidas como desconocidas y se los encuentra en diferentes formatos como fotografías, videos, audios.
- 4) Pishing: Es una modalidad de fraude en la que se redirecciona a la persona a una página falsa similar a la de una red social y el usuario inicia sesión con sus claves, luego esta cuenta puede usarse para acciones fraudulentas, para enviar un spam a todos los contactos o instalar un software malicioso.

Las principales redes sociales proporcionan herramientas para configurar la privacidad de las cuentas y así protegerse en cierto grado de cualquier ataque.

Algunas de las recomendaciones a considerarse al momento de utilizar las redes sociales son:

- 1) Plantearse qué datos personales publicar y cuáles son convenientes que no se conozcan, o en su lugar configurar las opciones de privacidad en la red social.
- 2) Cambiar cada cierto tiempo las claves de la red social
- 3) Se debe evitar proporcionar las direcciones de domicilios, trabajo o números de teléfono.
- 4) Utilizar un alias en lugar del nombre real
- 5) Tener mucho cuidado cuando se comparte información o contenidos con los amigos de los amigos

- 6) Estar consciente que todo lo que se ve en la red no es cierto.
- 7) No todas las publicaciones e información de terceros deberán ser compartidas sin su consentimiento.
- 8) No agregar a contactos que no se conozcan.
- 9) Conocer los derechos que concedemos al momento de crear una cuenta en la red social, leer siempre las condiciones de uso.
- 10) Denunciar páginas que pudieran ser ofensivas o denunciar a usuarios de la red que publiquen insultos que generen odio o racismo.

Esta investigación tiene como objetivo brindar una visión general del uso de las redes sociales que más utilizan los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas, así como el tiempo dedicado a ellas y las principales actividades que se realizan a través de una red social.

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo y un alcance descriptivo, en el cual se plantea un problema de estudio delimitado y concreto, es decir; que las preguntas de investigación versan sobre cuestiones específicas, utilizando métodos de recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.

El diseño y la aplicación de instrumentos se lo hizo a través de encuestas y entrevistas de tipo sociológico semiestructuradas.

El universo de la investigación son los 567 estudiantes matriculados en el período académico 2017-2018, en los 19 semestres y paralelos, la muestra considerada es probabilística y se la realizó a través de un muestreo aleatorio simple, considerando que cada elemento o individuo de la población tiene las mismas posibilidades de que se le incluya.

Para la investigación se tomó un total de encuestas de 258 lo que representa un nivel de confianza del 95,5%, con un margen de error del 4,5%.

A pesar de que la muestra manifiesta 230 estudiantes, la selección del tamaño muestral, será intencionada al grupo, dado que los paralelos correspondientes al universo no son iguales, por tanto, se decide trabajar con 12 de los 19 paralelos, lo que determina una muestra total de 258 estudiantes.

Se realizó el diseño tanto del cuestionario como de la entrevista, en base a los objetivos de la investigación. En una reunión conjunta se establecieron acuerdos que permitieron obtener las preguntas para su validación correspondiente.

Para la validación del contenido de las encuestas y las entrevistas, se diseñó un instrumento con las respectivas preguntas para su valoración bajo la escala Likert por parte de tres expertos, y en base al conjunto de recomendaciones se realizaron los ajustes pertinentes.

Para la obtención de datos que permitan conocer la organización estudiantil en el uso de las redes sociales para sus actividades académicas, se realizaron entrevistas personales a cada uno de los presidentes de curso por lo que se trabajó directamente con los 19 representantes estudiantiles.

Se aplicó una encuesta a los estudiantes de primero a séptimo semestre de la Carrera de Administración de Empresas para conocer la utilización individual de las redes sociales y sus diferentes usos.

Con los datos obtenidos, se generó una base de datos en Excel, para finalmente utilizar recursos de estadística descriptiva como son las tablas de resumen y las tablas de frecuencia.

## 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En esta investigación se consideraron Facebook, WhatsApp y Twitter como redes sociales de mayor uso entre la población analizada como se muestra a continuación:

**Tabla 8: Redes sociales más utilizadas**

Importancia	Facebook	Whatsapp	Twitter	Instagram
-------------	----------	----------	---------	-----------

0	7,75%	6,59%	33,33%	26,36%
1	50,00%	40,31%	6,59%	5,43%
2	24,42%	34,50%	4,65%	10,47%
3	4,26%	5,81%	10,08%	41,47%
4	4,26%	6,59%	28,68%	10,08%
5	9,30%	6,20%	16,67%	6,20%

\* 1 mayor nivel de utilización

\*\* 0 No responde

Lo cual tiene una estrecha relación con las estadísticas presentadas por Juan Carlos Mejía Llano Consultor y Speaker en Marketing Digital y Social Media en enero 2018, Facebook cuenta con cerca de 2167 millones de usuarios activos en un mes, WhatsApp tiene cerca de 1300 millones de usuarios activos en un mes, aunque no se considera propiamente una red social sino un canal de comunicación, a pesar de ser una aplicación que tiene todo para ser una red social, y Twitter cuenta con 320 millones de usuarios (Mejía, 2018:1), y con la tendencia establecida en el estudio publicado en Ecuador en Cifras en el año 2015, último estudio realizado en el país, por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) conforme a la siguiente imagen:

**Imagen 3: Las redes sociales con mayor número de usuarios**



Fuente: Ecuador en Cifras

Al realizar un análisis con respecto al tiempo dedicado a las redes sociales por parte de los encuestados se evidencia un alto porcentaje de utilización diaria, llegando a un nivel máximo de 12 horas diarias, el 89.84% de los estudiantes utilizan redes sociales como parte de sus actividades académicas, mientras que el 10.16% no las utiliza. (Tabla 9).

**Tabla 9: Tiempo dedicado al uso de las redes sociales**

Tiempo/Horas	Número de estudiantes	Porcentaje
1-4	144	56,25%
5-8	84	32,81%
9-12	26	10,16%

Las principales actividades realizadas a través de las redes sociales son:

**Tabla 10: Actividades que realiza en las redes sociales**

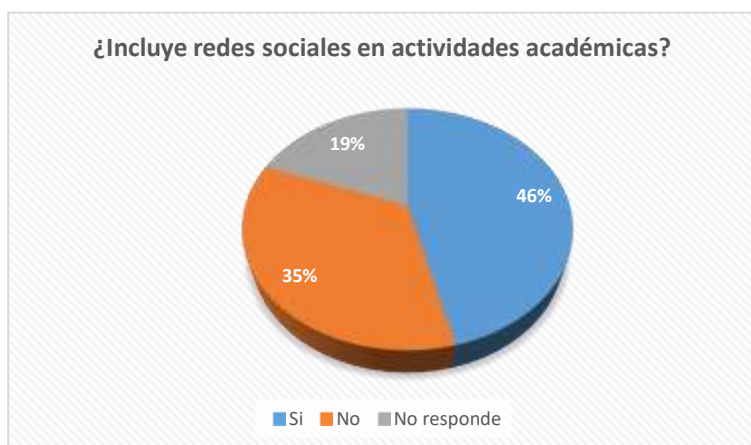
Ítem	Frecuencia	Porcentaje %
a. Investigación científica –	114	44,19

académica		
b. Conversaciones entre amigos y familiares	224	86,82
c. Compartir fotos	132	51,16
d. Intercambio de información	205	79,46
e. Escuchar música	82	31,78
f. Compartir videos	67	25,97
g. Juegos	29	11,24

Los porcentajes más altos se centran en la realización de actividades tales como: conversaciones entre amigos y familiares, intercambio de información e investigación científica y académica, en este último punto es importante resaltar que influye el hecho de que la población seleccionada forma parte del sector académico del tercer nivel.

Debido a que las redes sociales se han convertido en parte esencial de las comunicaciones a todo nivel social y profesional, es lógico que formen parte de las actividades académicas. Al ser consultados sobre la inclusión de las redes sociales como parte de las actividades académicas cotidianas, se obtuvieron los siguientes resultados:

**Imagen 4: Inclusión de redes sociales en actividades académicas**



Para proporcionar una visión panorámica de estas estructuras de comunicación estudiantiles, se muestran los resultados obtenidos en las entrevistas a los representantes de los 19 cursos que conforman la Carrera de Administración de Empresas, donde se determinó que el 100% de los cursos incluyen, la creación de por lo menos un espacio virtual con fines académicos en las redes sociales.

La creación de estos espacios de comunicación en la mayoría de los casos se lo hacen por propia iniciativa y no incluyen a los docentes, mantienen la exclusividad a nivel estudiantil, es decir dentro de los grupos solo se admiten a estudiantes de ese curso. En el caso de las redes sociales creadas por solicitud de los docentes se lo hace para una materia en específico y constituye un 21.05% de casos.

Los estudiantes están a la vanguardia de los cambios tecnológicos y de su aprovechamiento por lo que la incorporación de redes sociales en sus actividades estudiantiles son una forma más de organización que presenta sus propias estructuras y particularidades, al preguntar cuáles son las herramientas utilizadas con mayor frecuencia se determinó que es Facebook, seguido de WhatsApp y otras redes sociales que también tienen acogida como son Instagram y Twitter.

**Imagen 5: Redes sociales más utilizadas en actividades académicas**



Las facilidades que brindan estas nuevas tecnologías al poseer una interfaz amigable e intuitiva, a través de diferentes medios de comunicación digitales como los teléfonos celulares, computadores personales, tabletas, entre otras, representa una gran comodidad en su uso por la compatibilidad entre dispositivos tanto a nivel de hardware y software, esto unido al hecho de la curiosidad propia de la juventud influye en el nivel de frecuencia de su utilización como se muestra en la imagen siguiente:

**Imagen 6: Frecuencia de utilización de redes sociales en actividades académicas**



Al ser consultados sobre los objetivos para la creación de este tipo de espacios se encontraron los siguientes resultados:

**Tabla 11: Objetivos de creación las redes sociales estudiantiles**

Objetivos	Porcentaje
Acceder a material académico	11,74%
Realizar trabajos en grupos	14,08%
Compartir videos	9,39%
Emitir opiniones	9,86%
Comentar	9,39%
Socializar	12,68%
Notificar actividades	32,86%

El cumplimiento de los objetivos de creación de estos espacios virtuales se verifica a continuación, ya que se evidencia la realización de actividades definidas previamente:

**Tabla 12: Actividades académico en las redes sociales**

<b>Actividades</b>	<b>Porcentaje</b>
Acceder a material académico	63.67%
Realizar trabajos en grupos	50.39%
Compartir videos	32.03%
Emitir opiniones	42.19%
Comentar	87.50%
Socializar	87.50%
Notificar actividades	71.09%

Con respecto a los nombres con los que se bautizan los espacios de redes sociales es importante señalar que son independientes del nombre del curso en el 52.63% de los casos, frente al 47.31% que son actualizados cada semestre por la persona a cargo del sitio, que en la mayoría de los casos es el presidente.

El envío de notificaciones constituye una de las actividades más importante ya que la revisión de Facebook se lo hace previa notificación por WhatsApp en el 57.89% de los cursos, lo que implica el uso de diferentes herramientas para lograr un mismo fin, solo en el 42.11% de los casos se realiza una revisión de forma directa.

#### **4. CONCLUSIONES**

Si bien el uso de las redes sociales por parte de los estudiantes es alto, el tiempo que dedican a la revisión y participación en los espacios creados con fines académicos resulta muy bajo, lo que es realmente paradójico, ya que presenta un rango mínimo de 15 minutos y máximo de media hora, evidenciándose que la mayor parte del tiempo lo dedican a otras actividades.

Dentro de la amplia gama de redes sociales disponible en la web la más utilizada es Facebook, seguida cerca por WhatsApp y Twitter.

Es importante señalar que WhatsApp si bien no es reconocida como una red social a pesar de tener todas las condiciones para serlo, presenta un alto nivel de usabilidad en la población encuestada.

Las redes sociales constituyen una nueva forma de comunicación a todo nivel tanto personal como profesional, por lo tanto, su uso no podía quedar al margen del ámbito académico gracias a la potencialidad y facilidad que presenta especialmente para el intercambio de información.

Es alto el tiempo diario de permanencia de los estudiantes en las redes sociales, sin embargo, es mínimo el nivel de utilización para actividades académicas.

Las redes sociales incentivan la creación de una organización propia de comunicación bajo condiciones y objetivos particulares.

#### **5. REFERENCIAS**

Brito J , Laaser W, Toloza E. (2012): "El uso de redes sociales por parte de las universidades a nivel institucional. Un estudio comparativo". En Revista de Educación a Distancia, p. 1-38. Disponible en: [http://www.um.es/ead/red/32/laaser\\_et\\_al.pdf](http://www.um.es/ead/red/32/laaser_et_al.pdf). Consultado en 20/04/2018 a las 12:00.

Burgueño, P, (2011): Clasificación de redes sociales. Disponible en: <https://www.pablofb.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>. Consultado en 12/04/2018 a las 20:30.

Caballar José, A. (2013): "SOCIAL MEDIA. Marketing Personal y Profesional". Alfaomega, México D.F.

Campos, F. (2008): "Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales". En Revista Latina de Comunicación Social, N.63, 2008 p. 277-286. Disponible en: <http://www.redalyc.org/html/819/81912006023/>. Consultado en 04/05/2018 a las 11:00.

Cohen, D. (2014): "Tecnologías de la información". McGraw-Hill. México D.F.

Del Alcázar, J (2017): Ranking Redes Sociales, Sitios Web y Aplicaciones Móviles Ecuador. Disponible en: <http://blog.formaciongerencial.com/ranking-redes-sociales-sitios-web-aplicaciones-moviles-ecuador-2017/>. Consultado en 24/04/2018 a las 22:30.

Degenne A. (2011): "Retour à l'analyse des réseaux sociaux (entretien)". En *Hermès The Review*, N.59, 2011, p. 32-49. Disponible en: <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-1-page-39.htm>. Consultado en 15/02/2018 a las 15:00.

Echeburúa, E., Requesens, A. (2012): "Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes. Guía para educadores". Editorial Pirámide. Madrid.

Fachín, J. (2008): Las redes sociales más importantes del mundo "Lista actualizada al 2018". Disponible en: <https://josefachin.com/lista-redes-sociales-mas-importantes-del-planeta/>. Consultado en 03/06/2018 a las 19:30.

Instituto Nacional de Estadística y Censo [Ecuador en cifras] (2016): Ecuador Tecnologías de la Información y comunicaciones (TIC'S) 2016. Disponible en: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/>. Consultado en 10/04/2018 a las 20:00.

Izamorar (2017): Tipos y Clasificación de las Redes Sociales. Disponible en: <https://izamorar.com/tipos-y-clasificacion-de-las-redes-sociales/>. Consultado en 18/03/2018 a las 11:00

Mejía J, (2018 ): Estadísticas de redes sociales 2018: Usuarios de Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, Whatsapp y otros. Disponible en: <http://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>. Consultado a 12/05/2018 a las 16:20.

Multiplicalia.com (2018): Redes Sociales más usadas en 2018. Disponible en: <https://www.multiplicalia.com/redes-sociales-mas-usadas-en-2018/>. Consultado en 24/04/2018 a las 22:40.

Prieto V, Quiñonez I, Ramírez G, Fuentes Z, Labrada T, Pérez O, et al. (2011): "Impacto de las tecnologías de la información y las comunicaciones en la educación y nuevos paradigmas del enfoque educativo". En revista *Educación Médica Superior*, V25, N.1, ene-marzo 2011. Disponible en: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-21412011000100009](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21412011000100009). Consultado en 10/02/2018 a las 10:00.

Roblizo M, Cózar R. (2015): " Usos y competencias en TIC en los futuros maestros de educación infantil y primaria: Hacia una alfabetización tecnológica real para docentes". En Revista *Medios y Educación*, N.47, Julio 2015 p.23-29. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.12795/pixelbit.2015.i47.02>. Consultado en 20/01/2018 a las 17:00.

Veloz, P. (2017): "Las redes sociales y sus factores de riesgo". En revista PRO SCIENCES, N.5, noviembre 2017, p. 10-13. Disponible en:

<http://www.journalprosciences.com/index.php/ps/article/view/27/39>. Consultado en 09/03/2018 a las 14:00.

Zea C, Atuesta R. (2007): "Hacia una comunidad interactiva educativa" 1<sup>ed</sup>. Fondo Editorial Universidad Eafit, Colombia.

.