

# **REDES SOCIALES: LA NUEVA FORMA DE COMUNICACIÓN DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS**

**Lilian San Martín**

Escuela de Informática, Universidad Andrés Bello, Santiago, Chile, lsanmartin@unab.cl

**Sergio Mujica**

Escuela de Informática, Universidad Andrés Bello, Santiago, Chile, smujica@unab.cl

## **RESUMEN**

Demostramos que los estudiantes de pregrado de nuestra institución, usan extensivamente las plataformas de Internet para formar redes sociales. Para ello usamos una encuesta, cuyos resultados avalan nuestra hipótesis. El análisis posterior sugiere que la edad y el género no son factores que incidan en el uso plataformas Internet para formar redes sociales. Nuestra recomendación es usar estas herramientas y fomentar la formación de redes sociales con el objetivo de mejorar la comunicación entre la universidad y los estudiantes, mejorar su capacidad de trabajo colaborativo e incrementar su motivación al estudio.

**Palabras claves:** Red social, Educación, Internet, Facebook, Twitter

## **ABSTRACT**

We prove that undergraduate students at our university, use Internet tools, such as Facebook, extensively for building social networks. For that purpose we used a survey, whose results back our hypothesis. Further analysis suggest that age and gender are not significant factors in the use of Internet tools for building social networks. Our recommendations include using these Internet tools and foster creation of social networks, with the goal of improving communication between the university and the students, as well as increasing their capabilities for collaborative work and providing them greater motivation for study.

**Keywords:** Social network, Education, Internet, Facebook, Twitter

## **1. INTRODUCCIÓN**

Las personas y organizaciones forman comunidades llamadas redes sociales. Estas son asociaciones basadas en diferentes clases de afinidad, con el fin de intercambiar información, tomar decisiones, ejercer influencia, y otras variadas formas de colaboración. Por ejemplo, redes profesionales, grupos de estudiantes, clubes deportivos, libros, música u otras aficiones, entre muchas posibilidades. Las redes sociales han sido materia de estudio en ciencias sociales y sociología por más de un siglo (Freeman, L.C. 2004).

La irrupción de las tecnologías digitales y la gran penetración de Internet, ha contribuido a la formación de importantes redes sociales en Internet. Las plataformas tecnológicas más importantes son, por su volumen y cantidad de participantes, Facebook, Twitter, Myspace, LinkedIn. Cada una de estas tecnologías de red social, apunta a diferentes públicos y formas de uso. Estas plataformas tecnológicas facilitan la aparición de las redes sociales online, creándose verdaderas comunidades virtuales que permiten a diversos individuos y grupos relacionarse e interactuar socialmente dentro de un sistema común.

La magnitud de las redes sociales digitales en Internet ha alcanzado enormes números. Facebook registra actualmente más de 400 millones de usuarios registrados, y 1.171.373.339 visitas mensuales. La Tabla 1 muestra estadísticas de uso correspondientes a las cinco mayores plataformas.

Hay consenso que las redes sociales que se forman naturalmente en la Internet, pueden contribuir al desarrollo de la sociedad en muchos aspectos, incluyendo entre otros, gobierno, consumo, grupos de apoyo, entretención, y educación. El volumen de uso de los sitios que albergan redes sociales refuerza esta presunción.

Es importante observar la declinación de Myspace en favor de Facebook, y el rapidísimo crecimiento de Twitter.

Tabla 1: Listado de los 5 mayores sitios de redes sociales rankeados por visitas mensuales (cnet.com, Enero 2009).

Ranking	Sitio	Visitas únicas	Visitas mensuales	Ranking anterior
1	Facebook	68.557.534	1.171.373.339	2
2	Myspace	58.555.800	810.153.536	1
3	Twitter	5.979.052	54.218.731	22
4	Fluster	7.645.432	53.389.974	16
5	Linkedin	11.274.160	42.744.438	9

Nuestra hipótesis es que los estudiantes universitarios usan extensivamente las redes sociales, particularmente para fines relacionados con el estudio, pero no lo sabemos a ciencia cierta, y tampoco sabemos cuales son las posibles formas de aplicar tecnologías de redes sociales en Internet, para incrementar la capacidad de comunicación entre los estudiantes y la universidad, y para incrementar la motivación y capacidad de trabajo de los estudiantes.

El objetivo de este trabajo es determinar cuanto usan los estudiantes de la Universidad Andrés Bello estas plataformas de redes sociales en Internet, y sobre esa base recomendar algunas líneas estratégicas para aplicar esta tecnología en mejorar la comunicación con estudiantes, e incrementar su motivación y capacidad de trabajo.

Los siguientes factores propios de las redes sociales en Internet deberían contribuir en igual medida a los objetivos arriba mencionados:

1. Comunicación en tiempo real.
2. Independencia de la ubicación.
3. Disponibilidad de la información
4. Notificación del estado de otros participantes.
5. Notificación de eventos propios del ambiente que rodea a la comunidad.

## 2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

La investigadora argentina María Lydia Saguier señala (Saguier 2001):

“las profundas modificaciones que Internet está introduciendo en la dinámica de las rutinas cotidianas de millones de hogares, la educación permanente, la posibilidad de entretenimiento y el desarrollo de una intensa vida social desde el propio hogar mediante la utilización de Internet, están configurando un

escenario nuevo, cuyos alcances en la configuración psicológica de las personas y las características que asume el entramado de los vínculos familiares, recién pueden comenzar a ser hipotetizados”.

Lo que nos dice Saguier, se deriva de que la fusión entre la vida material y la vida virtual que llevamos en el mudo digital de la Internet, se ha incrementado hasta alcanzar un nivel en que ambas identidades, en muchos casos, son indistinguibles, siendo la vida en la red un reflejo de la vida material.

Según un estudio de Gallup<sup>1</sup>, un 82% de los usuarios de Internet, entre 35 y 54 años busca noticias en Internet, frente al 65% de los más jóvenes. Internet es una fuente de diversión para el 75% de los que tienen entre 18 y 24 años y para el 45% de los mayores. La diferencia más importante es que es una fuente de socialización para el 45% en el rango de 18-24 años mientras sólo el 18% de de los mayores lo usa con este fin. La mayor presión del trabajo sobre el grupo de mayor edad explica un uso más utilitario.

La socialización de los jóvenes en Internet pasa efectivamente por las relaciones amistosas y amorosas a través de los chats y plataformas como Facebook. En el caso de muchos jóvenes, Internet ha desplazado a los diarios y a las revistas en cuanto a la forma de obtener la información (Herrera-Batista 2009).

El desarrollo tecnológico se mueve ciertamente hacia los sistemas móviles y personales. Los jóvenes universitarios, llamados por nativos digitales (Prensky 2001), seguirán adoptando estos nuevos recursos para sus actividades diarias, en la ya mencionada fusión de actividades virtuales y materiales. Estas tecnologías están incorporadas desde su infancia como parte de su crecimiento y educación.

Según los autores mencionados, las tecnologías de información han impactado totalmente a los jóvenes y ha cambiado la manera como ellos se relacionan y sociabilizan, esto está presente en todo el mundo, el gran incremento de Internet año a año a aumentando el número de conexiones en todo el mundo y en Chile ha permitido que cada día más encontremos nuevas comunidades virtuales y nuevas formas de comunicarnos.

### 3. MÉTODO DE TRABAJO

Aplicamos una encuesta cuyo objetivo general fue describir la percepción de la comunidad de la Universidad Andrés Bello, Sede Concepción, respecto del uso de las redes sociales utilizadas a través de plataformas tecnológicas disponibles en la Internet. De aquí derivamos los siguientes objetivos específicos:

- a) Determinar si los jóvenes estudiantes de la Universidad Andrés Bello reconocen un uso frecuente de las redes sociales.
- b) Determinar si los estudiantes reconocen en el uso de las redes sociales un aporte para la mantención de sus relaciones de amistad.
- c) Identificar cuál es la plataforma más usada por los estudiantes.
- d) Determinar el uso que le dan los estudiantes a estas plataformas.

El instrumento aplicado a los estudiantes fue constituido por 2 categorías:

- Caracterización de la población (3 ítems).
- Preguntas (4 ítems).

Considerando el universo de 550 alumnos de la Universidad<sup>2</sup>, y bajo el supuesto de que el universo se distribuye en forma normal, teniendo como objetivo obtener resultados con un 95% de confianza, se requiere una muestra de 227 individuos.

---

1 <http://www.gallup.com/consulting/Gallup-Consulting.aspx>

2 Se aplicó a estudiantes de la sede de Concepción de la UNAB.

Para la construcción de la escala, se optó, para 2 de los 4 ítems, por la escala actitudinal de Likert, por ser ésta una forma de evaluar el orden o grado de intensidad de la respuesta. Además, esta escala tiene un nivel de medición ordinal y posee una disposición organizada de ítems, cada uno de ellos actúa como un estímulo frente la variable a medir, y el alumno al responder se situará en un continuo en términos de la intensidad de su respuesta, es por esto que los ítems de escala son definidos como preguntas de intensidad.

Para las preguntas con escala Likert la regla de medición para interpretar las respuestas es la siguiente: A mayor puntaje más positiva y favorable la actitud hacia la variable a medir y a menor puntaje, la actitud será más negativa y desfavorable. Para efectos de puntaje la escala utilizada se exhibe en la Tabla 2. Las tasas de respuestas y errores de estimación se presentan en la tabla 3.

Para los 2 ítems restantes, se consideró alternativas con la última opción abierta, para que el encuestado pudiese manifestar su opinión, en caso de no encontrarse su respuesta entre las ofrecidas en el instrumento.

Tabla 2: Escala de puntaje.

Ítem en sentido positivo	ítem en sentido negativo
Totalmente de Acuerdo (TDA) : 4	Totalmente en desacuerdo (TED) : 0
Medianamente de Acuerdo (MDA) : 3	Medianamente en desacuerdo (MED) : 1
Neutral :2	

Tabla 3: Tasa de Respuesta y error de estimación

Entrevistados	Número de individuos a encuestar	Número de individuos encuestados	Tasas de respuesta (%)	Error de estimación (%)
Alumnos	227	227	100	5.0

#### 4. Resultados

De un total de 227 encuestados (100%), 51,9% (N = 118) son mujeres y 48% (N=109) son hombres; 72,7% (N = 165) está en un rango de edad entre 18 y 20 años, 23,8% (N = 54) entre 21 y 30 años y un 3,5% (N = 8) 31 o más;

A continuación se presentan los resultados consolidados del instrumento aplicado por pregunta.

En la figura 1 se muestra las respuestas asociadas a las alternativas propuestas frente a la afirmación: “Yo uso frecuentemente alguna plataforma tecnológica (Facebook, Myspace, Google wave, etc.) para comunicarme”.

**Pregunta 1**  
**Yo uso frecuentemente alguna plataforma tecnológica (facebook, myspace, google wave, etc.) para comunicarme.**

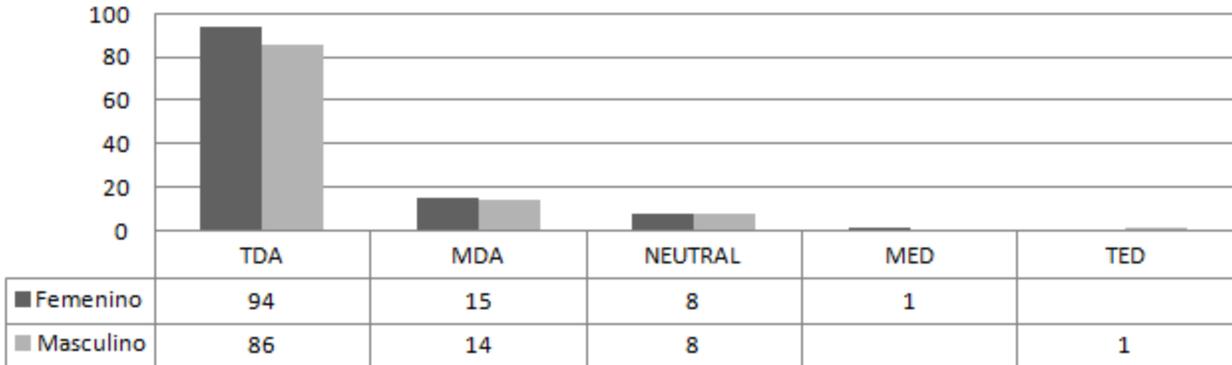


Figura 1: Clasificación Sexo Masculino – Femenino según respuestas asociadas a la pregunta N° 1

En la figura 2 se muestra el total de respuestas las alternativas propuestas frente a la afirmación “Considero que las redes sociales son un real aporte para mantener las relaciones de amistad en estos días”,

**Pregunta 2**  
**Considero que las redes sociales son un real aporte para mantener las relaciones de amistad en estos días**

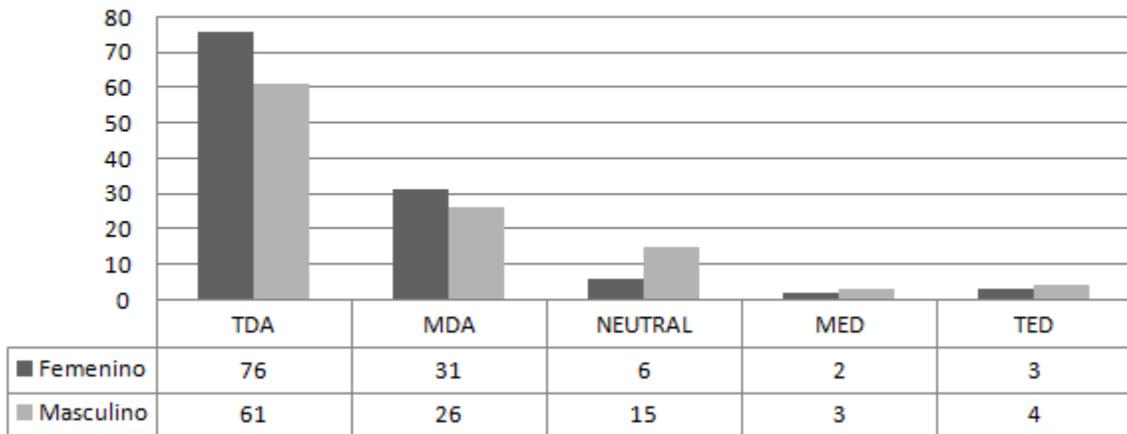


Figura 2: Clasificación Sexo Masculino – Femenino según respuestas asociadas a la pregunta N° 2.

En la figura 3 se muestra el total de respuestas asociadas a las alternativas propuestas frente a la pregunta “La Plataforma que mas Uso es: a) Facebook, b) Google Wave, c) Myspace, d) Otro”

**Pregunta 3**  
**La plataforma que mas uso es:**  
**a) Facebook, b) Myspace, c) Google Wave, d) Otro**

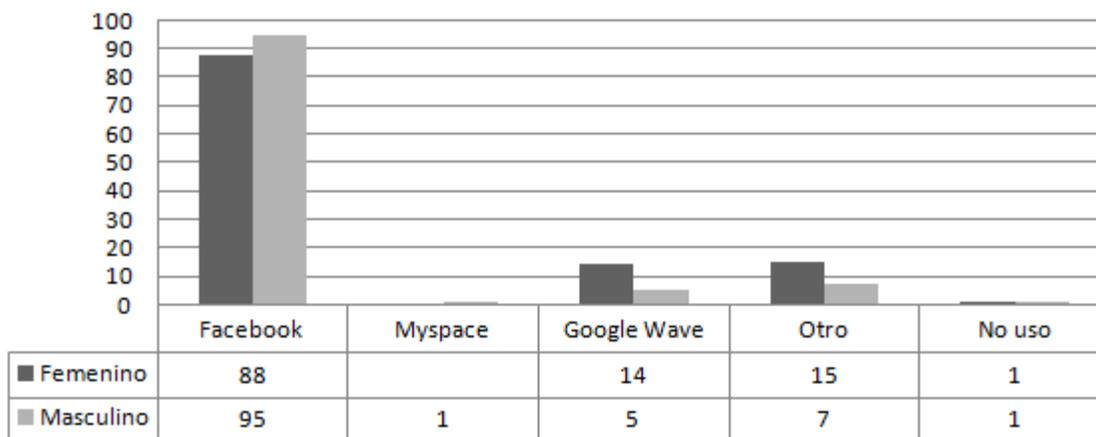


Figura 3: Clasificación Sexo Masculino – Femenino según respuestas asociadas a la pregunta N° 3.

En la figura 4 se muestra el total de respuestas asociadas a las alternativas propuestas frente a la pregunta “Yo uso las plataformas tecnológicas de redes sociales para: a) Entretenimiento b) Educación c) Contacto con amigos d) Trabajo e) otro”,

**Pregunta 4**  
**Yo uso las plataformas tecnológicas de redes sociales para:**  
**a) Entretenimiento, b) Educación, c) Contacto con amigos ,**  
**d) Trabajo, e) Otro**

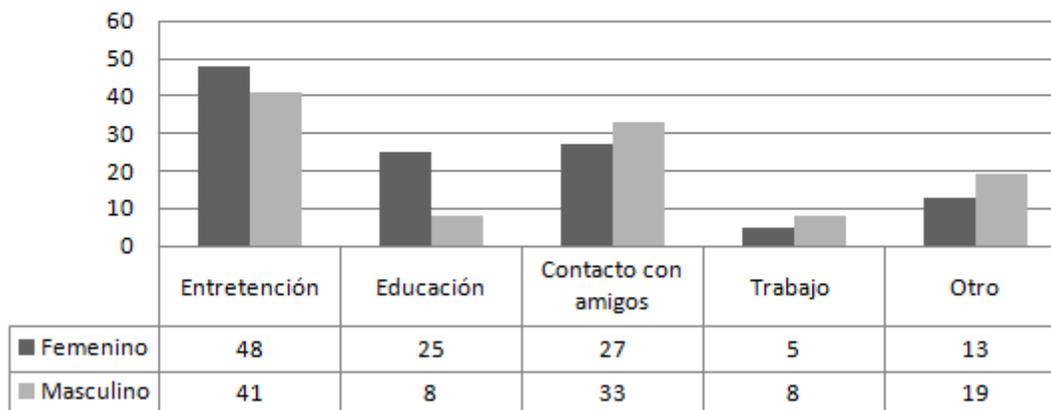


Figura 4: Clasificación Sexo Masculino – Femenino según respuestas asociadas a la pregunta N° 4.

**5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Considerando que:

1. Las redes sociales son el conjunto de comunidades, personas y organizaciones que producen, reciben e intercambian bienes o servicios sociales.

2. Lydia Saguier (Saguier 2001) señala que las personas entre 18 y 24 años utilizan principalmente las plataformas tecnológicas para entretención, diversión y mantener relaciones en línea.
3. Las redes sociales son una nueva forma de entretenerse y de informarse.
4. Un nuevo y atractivo canal de comunicación ha surgido para cambiar la forma de comunicación en el hablar, conversar y formas de actuar.
5. Los antecedentes recogidos por la encuesta realizada coinciden con estas afirmaciones.

Entonces podemos decir que no existe una diferencia de género respecto al uso de las plataformas para redes sociales, así como tampoco con la variable edad.

A partir de los datos extraídos de las encuestas realizadas a 227 jóvenes de la Universidad Andrés Bello podemos deducir que el 80,6 % de los entrevistados dice que Facebook es la plataforma tecnológica para redes sociales que más utilizan, esto corresponde a 183 alumnos los cuales se dividen en 88 mujeres y 95 hombres según el tamaño muestral y la preferencia seleccionada.

Un 39,2 % (N=89), de los jóvenes encuestados indican que las plataformas tecnológicas para redes sociales las utilizan para diversión o entretención, esto lleva a que se utilizan para llenar el tiempo de ocio, la recompensa emocional utilizando redes sociales es alta, participan en juegos y aplicaciones de la plataforma como compartir fotos, videos de actividades sociales en las que han participado.

El 26,4 % (N=60), de los jóvenes encuestados indica que utiliza las plataformas de redes sociales para estar en contacto con amigos, ya que muchas veces están alejados de su ciudad natal y deciden trasladarse a otras ciudades para tener la posibilidad de estudiar, además la rutina diaria de clases y estudio da pie a que en su tiempo libre en la universidad establezcan contactos con sus amigos a través de Facebook ya que no les queda tiempo para encontrarse con ellos.

El 14,75 % (N=33), de los jóvenes encuestados utiliza las plataformas tecnológicas para educación este porcentaje de jóvenes es de los que no están insertos en las redes sociales no utilizan este tipo de plataformas tecnológicas y que su comunicación a través de Internet es simplemente asociada a correo electrónico, mensajería instantánea, plataformas virtuales de enseñanza.

El 39,2% (N=32), de los jóvenes encuestados utiliza las plataformas tecnológicas para redes sociales en otros, ya que su utilización se enfoca en enviar mensajes, subir fotografías y videos.

Un 60,35 % de los jóvenes encuestados indican que las plataformas tecnológicas para redes sociales son vitales para mantener lazos de amistad, comunicarse con gente con la que comparten mismos intereses o aprender de la diversidad de personas de distintas culturas.

Considerando las observaciones anteriores, nuestras recomendaciones son:

1. Adoptar el uso de plataformas para redes sociales en el proceso educativo de la universidad, porque ello nos acerca al ámbito de acción de los jóvenes. Ahí es donde ellos se sienten más cómodos y donde es más fácil llegar a ellos con los mensajes educativos que se desea transmitir.
2. Fomentar el uso de estas plataformas y la formación de redes sociales, que agrupen a los estudiantes bajo diferentes perspectivas, incluyendo materias, generaciones y otras actividades formativas.
3. Crear actividades concretas que sirvan de anclaje a las redes sociales que formen los estudiantes.
4. Usar Twitter o Google Buzz como backbone de actividad en las redes sociales, de tal forma que los estudiantes se informen en un solo lugar de todo lo que pasa.

## 6. REFERENCIAS

Freeman, L.C. (2004). *The Development of Social Network Analysis: A Study in the Sociology of Science*, Empirical Press.

- Saguier, M.L. (2001). “Relaciones Familiares en la Era de Internet: ¿hacia dónde?”, XXIII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología, Antigua, Guatemala, 28 Octubre- 2 de noviembre, 2001
- Herrera-Batista, M.A. (2009). “Disponibilidad, uso y apropiación de las tecnologías por estudiantes universitarios en México: perspectivas para una incorporación innovadora”, Revista Iberoamericana de Educación, No. 48.
- Prensky, M. (2001). “Digital Natives, Digital Immigrants”, On the Horizon, MCB University Press, Vol. 9 No. 5.

### ***Autorización y Renuncia***

*Los autores autorizan a LACCEI para publicar el escrito en los procedimientos de la conferencia. LACCEI o los editors no son responsables ni por el contenido ni por las implicaciones de lo que esta expresado en el escrito*

### ***Authorization and Disclaimer***

*Authors authorize LACCEI to publish the paper in the conference proceedings. Neither LACCEI nor the editors are responsible either for the content or for the implications of what is expressed in the paper.*