

Usos y gratificaciones de las redes sociales en adolescentes de educación secundaria y media: de lo entretenido a lo educativo



Cómo citar:

Espinel-Rubio Gladys Adriana; Hernández -Suárez César Augusto; Prada-Núñez Raúl. (2021) Usos y gratificaciones de las redes sociales en adolescentes de educación secundaria y media: de lo entretenido a lo educativo. *Encuentros*, vol. 19-01 de enero-junio, 137-156. Universidad Autónoma del Caribe.
Doi: 10.15665/encuen.v19i01.2552

Gladys Adriana Espinel Rubio, Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Colombia.
gladysespinel@ufps.edu.co; <https://orcid.org/0000-0002-8796-9257>
César Augusto Hernández Suárez, Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Colombia.
cesaraugusto@ufps.edu.co; <https://orcid.org/0000-0002-7974-5560>
Raúl Prada Núñez, Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Colombia.
raulprada@ufps.edu.co; <https://orcid.org/0000-0001-6145-1786>

Recibido: 19 de octubre de 2019 / Aceptado: 30 de noviembre de 2020

Resumen

Este estudio¹ indagó sobre los usos de las redes sociales en estudiantes de educación secundaria y media. Es una investigación cuantitativa y se llevó a cabo mediante la aplicación de una encuesta en línea a educandos de instituciones en Cúcuta - Colombia, y midió variables de temporalidad, espacialidad y exploración, para determinar las gratificaciones que obtienen los adolescentes al navegar por estas. Entre los resultados más relevantes resaltan que, las redes más utilizadas son WhatsApp, YouTube y Facebook. También, que solo el 4,7 por ciento de los adolescentes utilizan estas redes para exponer sus sentimientos. En conclusión, las redes sociales son asumidas actualmente por los estudiantes, como herramientas que potencian no solo sus relaciones interpersonales y las actividades lúdicas o de entretenimiento, sino el intercambio de material educativo y la conformación de grupos de trabajo académico, así como el aprendizaje y la comunicación.

Palabras clave: Red social; educación; adolescentes; aprendizaje; usos; gratificaciones.

¹ Este artículo es un producto de una investigación titulada "Usos y apropiaciones de la red social Facebook en estudiantes de educación básica y media de la Cúcuta, Colombia", avalado por el Grupo de Investigación en Comunicación y Medios (GICOM) con el apoyo del Grupo de Investigación en Pedagogía y Prácticas Pedagógicas (GIPEPP) y la Vicerrectoría Asistente de Investigación y Extensión de la Universidad Francisco de Paula Santander (UFPS)

Uses and gratifications of social networks in adolescents of secondary and middle education: from the entertaining to the educational

Abstract

This study investigated the uses of social networks in secondary and middle school students. It is a quantitative research and was carried out through the application of an online survey to students from institutions in Cúcuta - Colombia, and measured variables of temporality, spatiality and exploration, to determine the rewards that adolescents obtain when navigating these. Among the most relevant results, the most widely used networks are WhatsApp, YouTube and Facebook. Also, that only 4.7 percent of adolescents use these networks to expose their feelings. In conclusion, social networks are currently assumed by students, as tools that enhance not only their interpersonal relationships and recreational or entertainment activities, but also the exchange of educational material and the formation of academic work groups, as well as learning and the communication.

Keywords: Social networks; educations; teenagers; learning; uses, gratifications.

Usos e gratificações das redes sociais em adolescentes do ensino médio: do lúdico ao educacional

Resumo

Este estudo investigou os usos de redes sociais em alunos do ensino médio. É uma pesquisa quantitativa e foi realizada através da aplicação de uma pesquisa online a alunos de instituições de Cúcuta - Colômbia, e medidas variáveis de temporalidade, espacialidade e exploração, para determinar as recompensas que os adolescentes obtêm ao navegar nelas. Entre os resultados mais relevantes, as redes mais utilizadas são WhatsApp, YouTube e Facebook. Além disso, que apenas 4,7 por cento dos adolescentes usam essas redes para expor seus sentimentos. Em conclusão, as redes sociais são hoje assumidas pelos alunos, como ferramentas que potenciam não só as relações interpessoais e as atividades lúdicas ou lúdicas, mas também a troca de material didático e a formação de grupos de trabalhos acadêmicos, bem como a aprendizagem e a comunicação.

Palavras-chave: Rede social; educação; adolescentes; aprendizagem; formulários; regalias.

1. Introducción

Uno de los problemas actuales de la educación está relacionado con la desconexión entre la enseñanza y el aprendizaje, y la brecha que se da entre docentes y estudiantes en la comprensión de la tecnología (brecha tecnológica) que impide su uso para mejorar la enseñanza y los resultados del aprendizaje

(Paredes-Parada, 2019). Los modelos educativos tradicionales no satisfacen suficientemente las necesidades de los estudiantes de la generación Z (Álvarez, Heredia y Romero, 2019); el crecimiento de la información ha necesitado nuevos medios para navegar y filtrar la información disponible, y el avance de la tecnología permite a los estudiantes conectarse entre sí y a las redes de conocimiento de su propia creación (Siemens, 2008). Para cambiar este panorama, es preciso encontrar formas de satisfacer las necesidades de los estudiantes, en un mundo globalmente conectado, considerándose el uso de las redes sociales, como una posibilidad de proporcionar a los estudiantes experiencias de aprendizaje significativas y conectadas.

Las redes sociales, como medios de comunicación de uso masivo, se han desplazado del plano personal, hacia los negocios, y por supuesto, a lo educativo, razón por la cual sus usuarios siguen creciendo rápidamente. El reporte anual de *The Global State of Digital en 2020* (We Aer Social & Hootsuite, 2020), estima que el 52% de la población mundial utiliza redes sociales, lo que indica que cerca de la mitad del mundo conectado a una de estas.

El promedio mundial de tiempo diario dedicado a las redes sociales es de 2 horas y 24 minutos, lo que representa más de un tercio del total de nuestro tiempo en Internet. Las plataformas sociales más utilizadas en el mundo son Facebook, YouTube y WhatsApp. Facebook es la red más utilizada por los usuarios, gracias a su nivel de interacción y entretenimiento, pero en Latinoamérica, YouTube es la más activa.

Otro dato importante, es que el tiempo promedio de uso de redes sociales es mayor en Latinoamérica. En Colombia, por ejemplo, es de 3 horas y media (TigoOne – EAFIT, 2018). De los cerca de 50 millones habitantes, el 68% de la población son usuarios activos de redes sociales y el 62% las navegan a través de dispositivos móviles (Adame, 2019). En otros estudios, la actividad que más realizan los usuarios colombianos en la web es el uso de las redes sociales, con una participación de 88% (Castaño, 2017).

Las ventajas del uso de las redes sociales es la trasgresión de los límites de la espacialidad y la temporalidad, pues se puede estar en contacto con las personas a gran distancia en pocos segundos (siempre que tenga acceso a Internet y un dispositivo). Otra ventaja, es que se puede comunicar fácilmente un mensaje a una audiencia y recibir retroalimentación a través de las interacciones y comentarios, por lo que el proceso comunicativo es multidireccional y abierto. También se puede elegir enviar un mensaje privado para que solo lo vea una persona o un grupo específico; la ventaja general de las redes sociales es que están hechas para la comunicación y no solamente para la transmisión de información, como sí sucede con los medios masivos tradicionales como la radio, la prensa o la televisión.

Sin embargo, el debate está abierto en torno a las desventajas de las redes sociales. La mayoría de las personas no son conscientes de los riesgos que enfrentan una vez muestran su información personal en estos sitios web. Los acosadores y los piratas informáticos pueden usar la información personal con fines poco éticos. Otra situación problemática de las redes sociales es que pueden estar causando conflicto en lugares de trabajo, comprometiendo la productividad de las empresas. Lo mismo ocurre en el ámbito educativo, y el rendimiento académico de algunos estudiantes puede verse afectado por ello, debida cuenta del mariposeo cognitivo en el que habitualmente se sumergen los usuarios de las redes sociales y la Internet provocado por los hipervínculos y la posibilidad de navegar en muchas direcciones infinitamente.

Como lo señalan en su estudio Espinel-Rubio, Hernández-Suárez y Rojas-Suárez, (2020) cuando se habla de implicaciones, generalmente se asocian a aspectos negativos, pero en su estudio, encontraron que TIC son un ente socializador indiscutible.

Y aunque son innegables las ventajas que lo presencial brinda a las interacciones, especialmente en la percepción y las emociones, se comprobó que las TIC tienen un efecto capaz de transformar conductas e influir en la toma de decisiones de esta población. (p.108).

Los adolescentes son ávidos usuarios de las redes sociales. En el año 2018, el 70% de adolescentes, entre 13 y 17 años, acceden a redes sociales más de una vez al día, frente al 34% del mismo estudio en 2012. Además, para el 2018, el 89% de los adolescentes tienen su propio teléfono inteligente, en comparación con el 41% en 2012 (Rideout & Robb, 2018). En el caso de Colombia, los jóvenes entre los 14 y 20 años son los que más tiempo destinan a las redes sociales (Interactive Advertising Bureau Colombia, NetQuest y Dot Research, 2017).

En el 2018, de acuerdo con TigoUne – EAFIT, (2018) las redes sociales más utilizadas por los niños, niñas y adolescentes colombianos son: Facebook (37%), WhatsApp (26%), Messenger (8%), Instagram (7%) y YouTube (7%). El mismo estudio afirma que los celulares son los dispositivos que más usan las poblaciones estudiadas con un 75 %, seguido de tabletas y Ipads con un 55 % y portátiles con un 28%.

Frente a este panorama, surge la pregunta ¿de qué manera los estudiantes están usando las redes sociales? ¿Qué gratificaciones obtienen de este uso? ¿Los adolescentes están usando las redes sociales para el trabajo escolar y/o cualquier tarea relacionada con la educación? Aunque el uso educativo de la tecnología se define a través del Plan Nacional de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) 2008-2019 “Todos los colombianos conectados, todos los colombianos informados” (Ministerio de Comunicaciones, 2008), no existe una definición en las redes sociales en lo que se refiere a la educación y cómo deben usarse.

Este estudio examina las decisiones que los adolescentes toman con el uso de las redes sociales en lo personal y lo educativo, atendiendo a la teoría de los usos y gratificaciones.

Redes sociales y adolescentes

Rial, Gómez, Braña, y Varela (2014) exploran las actitudes, percepciones y uso de Internet y las redes sociales entre los adolescentes. Su impacto a nivel psicológico y conductual se traduce a menudo en la aparición de conductas de riesgo, fracaso escolar y problemas familiares.

Por su parte, Rodríguez y Magdalena (2016) y Esquivel y Rojas (2014), se centraron en la red social de Facebook y sus comportamientos riesgosos. Algunos incluyen riesgos en su privacidad, como acecho virtual, robo de identidad y los comportamientos poco éticos como altos niveles de autorrevelación y posible ingenuidad, desconocen los límites entre lo público y lo privado. A nivel psicológico, se puede destacar cómo afectan las redes sociales los adolescentes. Lo que incluye ansiedad y depresión, dormir, imagen corporal, ciberacoso, miedo a perderse alguna cosa (FOMO son las iniciales de Fear Of Missing Out) (Royal Society for Public Health (RSPH), 2017).

Para Arab y Díaz (2015), el abuso de redes sociales ha mostrado una asociación con depresión, síndrome de déficit atencional con hiperactividad, insomnio, disminución de horas de sueño, disminución del rendimiento académico, repitencia y abandono escolar, mientras que el uso controlado y supervisado de redes sociales también ha mostrado beneficios asociados a la generación de elementos educativos, y al apoyo en áreas académicas, entre otras.

Espinoza, Cruz, y Espinoza (2018), realizan un análisis de cómo los estudiantes utilizan las redes sociales, y exploran el impacto de estas en el rendimiento académico de los mismos. Para ellos, el uso adecuado de

las redes sociales, benefician el rendimiento académico de los estudiantes. En este sentido, Cruz-Benito, Borrás-Gené, García-Peñalvo, Fidalgo-Blanco, y Therón, (2016) confirman que, como vehículos de información, en las redes sociales, aparecen desde hace unos años multitud de recursos hipermedia entre los que destacan fundamentalmente los sitios web, foros, blogs, y desde hace unos años las redes sociales. El hecho de que las redes sociales soportan verdaderas comunidades de aprendizaje (Borras, 2014), se fundamenta en que las personas aprendemos socialmente, a través de la participación en el desarrollo de actividades con sus pares y otras personas, aunque en muchos casos estas actividades sean individuales. Este tipo de comunidades favorecen aspectos como la comunicación y la participación, ayudando al alumno a pasar del contexto académico al mundo real.

Las redes sociales son tecnologías Web 2.0 que facilitan la interacción social y la colaboración, y fomentan un sentido de comunidad global (Cabero, Barroso, Llorente y Yanes, 2016) por lo que se han convertido en una parte importante de la vida de los estudiantes. Sin embargo, aunque muchos educadores las adoptan en el ámbito personal, todavía existen preocupaciones cuando las utilizan para el proceso enseñanza y aprendizaje. El problema persiste porque los docentes no tienen estrategias específicas sobre cómo incorporarlas, creyendo que estas deben usarse, principalmente, para el entretenimiento.

Tipos de redes sociales

Una red social es una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común (Pérez-Soler, 2017). Por su parte Mattelard y Vitalis (2015) definen red social como “una red, enraizada en una memoria, en cuyo seno se tejen relaciones durables y cuyos componentes comparte un proyecto de emancipación humana” (p. 19). El término se atribuye a los antropólogos británicos Alfred Radcliffe-Brown y John Barnes. Las redes sociales en línea son estructuras sociales compuestas por un grupo de personas que comparten un interés común, relación o actividad a través de Internet, donde tienen lugar los encuentros sociales y se muestran las preferencias de consumo de información mediante la comunicación en tiempo real o diferido (Esteban, 2019).

Otra definición, es que las redes sociales son servicios basados en la web que permiten a las personas, primero, construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado o cerrado; segundo, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión y tercera, visualizar y recorrer su lista de conexiones establecidas y las realizadas por otros usuarios dentro del sistema (Boyd & Ellison, 2007).

Las redes sociales operan de forma cruzada en tres ámbitos conocidos como las 3Cs (Vidal, Vialart, y Hernández, 2013): 1. La comunicación, porque ayudan a poner en común conocimientos; 2. la comunidad, porque contribuyen a la configuración de grupos y 3. La cooperación, ya que permiten hacer cosas juntos.

La categorización más usual de las redes sociales las divide entre horizontales (redes genéricas, centradas en los contactos y sin temática definida) y verticales (redes temáticas o especializadas, las cuales los usuarios se agrupan en torno a una actividad específica) (Pascual, Gento y Redondo, 2014). En las redes sociales horizontales los usuarios acceden para interrelacionarse, sin un propósito. Su principal función, por tanto, será la de relacionar a las personas a través de las herramientas como: Crear un perfil personal; añadir y compartir contenidos y crear listas de contactos. Un ejemplo de estas redes es Facebook. Aquí también se pueden incluir las redes sociales de mensajería instantánea (WhatsApp).

Para las redes sociales verticales, facilitan la interacción entre usuarios con intereses comunes. La principal característica de estas redes sociales es su segmentación por temas/intereses o por usos/acciones. Se clasifican por temática, en relación con su actividad (referente a las funciones y posibilidades de interacción que ofrecen los servicios) y según el contenido compartido a través de ellas.

Por temática se encuentran las profesionales, enfocadas en los negocios y actividades comerciales. También se encuentran las de identidad cultural, aficiones, movimientos sociales, movimientos sociales, viajes y otras temáticas; por actividad, podemos destacar los microbloggings o micromedia, que ofrecen un servicio de envío y publicación de mensajes breves de texto, o la edición de blogs centrados en imágenes. También permiten seguir a otras personas usuarias, aunque esto no establece necesariamente una relación recíproca. También están los juegos, geolocalización y marcadores sociales. Y finalmente, en las redes sociales por contenido compartido, están las de fotos, música, videos, presentaciones, texto, libros, lectura, noticias entre otras.

Actualmente, también sobresalen las live streaming o transmisiones en directo.

En la tabla 1, se examina la clasificación de las redes sociales adaptado de la propuesta de Castro-Romero (2015) y Pascual, Gento, y Redondo (2014).

Tabla 1. Clasificación de las redes sociales

Tipo de red	Propósito	Clasificación		Ejemplo
Verticales	Interacción entre usuarios con intereses comunes	Por temática	Profesionales	LinkedIn
			Viajes	TripAdvisor
			Contacto	Tinder
		Por actividad	Microbloggings	Twitter
			Geolocalización	Foursquare.
		por contenido compartido	Fotos	Instagram
			Videos	YouTube
			Música	Spotify
			Presentaciones	Slideshare
			Texto	Scrib
		Live streaming	Facebook Live	
Horizontales	Relacionar a las personas	Personales		Facebook
		Mensajería instantánea		WhatsApp

Gratificaciones del uso de las redes sociales

Las motivaciones de los jóvenes usuarios de redes sociales cuando acceden con la intención de cubrir necesidades de tipo emocional, relacional o social (Colás-Bravo, González-Ramírez y de Pablos-Pons, 2013). El mayor atractivo de las redes sociales es que satisfacen sus necesidades de comunicación, de una forma divertida y con la máxima inmediatez (García, López y Tur, 2014).

Los adolescentes usan las redes sociales para mantener contactos, intercambiar fotos, compartir videos, curiosear lo que hacen y dicen otros, comentar sus estados de ánimo y actividades realizadas, disfrutar en grupos, hacer nuevos amigos, entre otras. Es decir, estas favorecen los procesos de integración social, y son, por tanto, un lugar en el que hay que estar. Estar conectados a los amigos, ser visibles ante los demás y reafirmar la identidad ante el grupo, son algunos de los motivos que justifican las redes sociales (Sánchez et al., 2015).

De acuerdo con lo establecido, las redes sociales parecen satisfacer de forma sofisticada las necesidades sociales y de estima del ser humano descritas en teoría motivacional en psicología sobre la jerarquía de

necesidades de Maslow (1943; 1954). En este aspecto, las redes sociales pueden ser interpretadas desde la teoría de los usos y gratificaciones. Para esta, la audiencia no es impotente ante los medios de comunicación, sino que es más bien activa y usa el contenido que estos ofrecen para servir propósitos e intereses particulares. Esto explica cómo dentro de la red, los jóvenes pueden encontrar respuesta a necesidades de estima, amor, pertenencia, autorealización y trascendencia (Parra, 2010), pero especialmente obedecería a la necesidad de pertenencia o afiliación (Hütt, 2012).

En este punto, la teoría de los usos y gratificaciones de los medios propone una relación entre el estímulo, el estado interno del individuo, así como la respuesta a dicho estímulo. Acceder a las redes está motivado por influencias sociales, psicológicas y culturales en busca de la obtención de gratificaciones particulares. Los filtros conceptuales de una persona, como pueden ser sus valores, creencias, necesidades o motivaciones, determinan conductas como la exposición a los medios, y sus efectos (Valera, 2001).

En este sentido, la gratificación de necesidades sucede desde dos perspectivas opuestas: primero, resultan de la experiencia placentera del contenido de los medios y que se desenvuelven en el proceso de consumo (gratificaciones culturales), y segundo, las que se registran del aprendizaje de información del contenido de los medios, y por lo tanto, pueden usarse en asuntos prácticos (gratificaciones de contenido, cognitivas o instrumentales) tal como sucede cuando los adolescentes utilizan las redes en su proceso de aprendizaje.

La teoría de los usos y las gratificaciones contempla al público, como usuario activo de los contenidos y su exposición ante éstos, constituye un conjunto de alternativas operativas para la satisfacción de sus necesidades. Estas necesidades pueden ser, según Severin, & Tankard (2001): (1) Diversión: escape de la rutina y de la carga de problemas; liberación emocional; (2) Relaciones Interpersonales: compañía sustituta, así como la utilidad social. Información útil en conversaciones sociales; (3) Identidad personal o psicología individual: incluyendo la referencia personal, la exploración de la realidad y el esfuerzo de valores y (4) Vigilancia del entorno: información sobre cosas que podrían afectar a una persona, ayudar a hacer o completar algo (297)

El conectivismo y las redes sociales

El conectivismo o teoría conectivista (Siemens, 2004), surge como una teoría para el aprendizaje del nuevo milenio marcado por la presencia de la web 2.0 e intenta justificar cómo se produce el aprendizaje del ser humano en contacto con internet y las redes sociales. En el conectivismo, el punto de partida del aprendizaje ocurre cuando el conocimiento se activa a través del proceso de un estudiante que se conecta y alimenta con información a una comunidad de aprendizaje (Kop & Hill, 2008). Los individuos residen en una zona de posibles conexiones o zona de posibilidades de la Web 2.0 o Web social para los sujetos digitales, para expresar opiniones, un lugar en el que las relaciones se pueden formar y extenderse (Gómez-Valderrama, Hernández-Suárez y Prada-Nuñez, 2020).

A diferencia del constructivismo, que establece que los estudiantes intentan alcanzar la comprensión a través de tareas que confieren significado, el conectivismo apuesta porque ese significado ya existe y el reto del estudiante es reconocer los patrones que parecen estar ocultos (Sobrino, 2014). Decidir este significado y la formación de conexiones entre comunidades especializadas son, de forma primordial, las actividades centrales del aprendizaje conectivista (Siemens, 2004).

No se trata de la integración de las TIC a las actividades formativas, sino de generar la integración de los individuos a las redes de conocimiento y aprendizaje a través de una red personalizada y autónoma (Altamirano, Becerra y Nava, 2010). Siemens (2010), afirma que el conocimiento existe distribuido y en red, y el aprendizaje es el proceso de conformar conexiones en las redes sociales y tecnológicas.

El fenómeno de las redes sociales y la web 3.0 transforman el modo en que los estudiantes se relacionan con el conocimiento y el aprendizaje, superando la dimensión individual/personal para situarse en la grupal/social (Benito, 2009). El aprendizaje colaborativo mediado por las TIC aporta beneficios académicos, sociales y psicológicos a los estudiantes (Kozma & Anderson, 2002) como interactuar, colaborar y participar en grupos, acceder a la información, comunicarse, recibir apoyo desde diversas fuentes, conectar con el mundo real y diversificar las experiencias de aprendizaje. Lo anterior permite, por tanto, que tomen el control sobre su propio aprendizaje, siendo así protagonistas y responsables de su educación, aumentando su compromiso y motivación.

2. Método

Enfoque

Esta investigación emplea el método de la investigación cuantitativa para examinar las decisiones que los adolescentes toman con el uso de las redes sociales en términos de uso personal y educativo. La recolección de los datos se hace en un momento en particular, en vista de ello, el diseño del estudio fue transversal.

Población y muestra

La población estuvo conformada por estudiantes que cursan los grados entre Sexto a Undécimo de Educación Básica Secundaria y Media de cuatro instituciones educativas de la ciudad de Cúcuta - Colombia, con edades entre 10 a 17 años. La razón de elegir este tipo de estudiantes es porque ya hacen uso de las redes sociales.

Como ya se mencionó el criterio de inclusión en la investigación era el hacer uso de las redes sociales. Debido a que la totalidad de informantes eran menores de edad, se solicitó a sus padres autorización para diligenciar la encuesta on-line. Se obtuvo autorización de 230 padres, luego se compartió el link del instrumento a estos estudiantes con el apoyo de sus docentes titulares. Al final se verificó que 224 estudiantes diligenciaron el instrumento, por ende, estos estudiantes corresponden a la muestra considerada en este informe académico, por lo que su proceso de selección ha sido no probabilístico (muestreo por conveniencia).

Técnica

En el estudio se utilizó la técnica de la encuesta. La recolección de datos se realizó mediante la administración de cuestionarios (en línea) distribuidos a los estudiantes a través de las plataformas educativas de las instituciones educativas. El cuestionario estuvo conformado por 22 ítem divididos en cuatro categorías que abarcan: 1) características sociodemográficas (grado, edad y género), aspectos sobre 2) usos generales de las redes sociales (usos, frecuencias, tipos, actividades y fines), 3) riesgos y problemas con redes sociales, y 4) usos académicos y educativos de las redes sociales.

Para la aplicación de los cuestionarios en línea se contó con la autorización por parte de los directivos de las instituciones educativas y los permisos pertinentes por parte de los padres de familia. Para la recolección de la información se contó con el apoyo de los docentes titulares de curso; quienes explicaron que la participación en el diligenciamiento de la encuesta era de carácter voluntario. En la encuesta no se pide información personal, lo que garantiza que la información es confidencial y, por tanto, los datos obtenidos son anónimos. El período de tiempo para recopilar las encuestas fue de aproximadamente dos semanas.

3. Resultados

Los resultados del estudio se describen a continuación, de acuerdo con las secciones del instrumento aplicado: Aspectos sociodemográficos y usos generales de las redes sociales; riesgos y problemas con redes sociales, y finalmente usos académicos y educativos de las redes sociales.

Características sociodemográficas y usos de las redes sociales en los estudiantes

La tabla 2 muestra las características sociodemográficas de los estudiantes de acuerdo con la encuesta.

Tabla 2. Características sociodemográficas de los estudiantes

Variable	Valores	Estudiantes	Porcentaje
Nivel educativo	Básica secundaria	137	61,2%
	Media Técnica	87	38,8%
Edad	Menos de 14 años	75	33,5%
	Entre 14 y 15 años	80	35,7%
	Entre 16 y 17 años	69	30,8%
Genero	Femenino	124	55,4%
	Masculino	100	44,6%

De acuerdo con la información de la tabla 2, el 61.2% de los estudiantes se encuentra en los grados de Básica Secundaria y el porcentaje restante en los grados de Educación Media. Con respecto a la edad (en rango de años) el mayor porcentaje corresponde al rango entre los 14 y 17 años (66,5%). La tabla también muestra que existe predominio del género femenino con el 55,4%.

La tabla 3 muestra las variables relacionadas con la temporalidad en el uso, así como el número de cuentas, las frecuencias e impacto de las redes sociales.

Tabla 3. Indicadores de uso y frecuencia de las redes sociales

Variable	Valores	Estudiantes	Porcentaje
Uso de redes sociales	Si	210	93,8%
	No	14	6,2%
Número de cuentas de redes sociales	Una	26	11,6%
	Entre 2 y 4	181	80,8%
	Más de 4	17	7,6%
Frecuencia de uso de las redes sociales	Diariamente	193	86,2%
	Semanalmente	24	10,7%
	Mensualmente	7	3,1%
Cantidad de tiempo conectado a las redes sociales	Bastante	122	54,5%
	Poco	102	45,5%
Horas diarias de uso de redes sociales	Menos de 5 horas	165	73,7%
	Entre 6 y 10 horas	52	23,2%
	Más de 10 horas	7	3,1%
Impacto al uso de las redes sociales	Positivo	171	76,3%
	Negativo	3	1,3%
	Ningún impacto	50	22,3%

De acuerdo con los resultados de la tabla 3, la tasa de respuesta positiva sobre el uso de las redes sociales corresponde a 93,8% de los cuales el 86,2% lo hace diariamente, siendo el rango de mayor porcentaje el que corresponde a menos de 5 horas diarias (73,7%), lo cual muestra que un poco más de la mitad de ellos opina que pasan bastante tiempo conectados a las redes sociales (54,5%).

Finalmente, el impacto de las redes sociales para los estudiantes es positivo (76,3%) frente a un 22,8% que consideran que no tiene ningún impacto. También, hay que señalar que la mayoría de los estudiantes (88,4%) tienen cuentas en varias de las redes sociales.

Usos de las redes sociales

Para determinar el uso y las gratificaciones, relacionadas con la exploración, que obtienen los estudiantes en las redes sociales, el estudio profundizó en el porcentaje de uso de las mismas y las actividades que ejecutan cuando permanecen en ellas.

La tabla 4 muestra los porcentajes de uso de las redes sociales en las que navegan los estudiantes.

Tabla 4. Redes sociales que usan los estudiantes

Red social	% uso de redes sociales que usan*	% red social que más usa**
<i>WhatsApp</i>	91,4%	51,4%
<i>YouTube</i>	90,1%	25,2%
<i>Facebook</i>	77,5%	12,6%
<i>Instagram</i>	59,9%	5,4%
<i>TikTok</i>	32,9%	4,1%
<i>Snapchat</i>	21,6%	0,9%
<i>Twitter</i>	18,5%	0,4%
Otras	1,4%	0%

* Los estudiantes marcaron que poseen más de una red social

** Los estudiantes marcaron solo una

A partir de la información en la tabla 4, sobre las redes sociales que más usan los estudiantes (con respecto a este ítem los estudiantes podían marcar varias redes sociales), están WhatsApp (91.4%), seguido de YouTube (90,1%). Con respecto a las menos utilizadas están Twitter (18.5%), y otras redes como Pinterest con el 1,4%.

Por otro lado, con respecto a la red social que más utilizan los estudiantes, esta corresponde a WhatsApp (51,46%) seguido de YouTube (25,2%) y Facebook (12,6%).

En la tabla 5 se muestran las actividades que realizan y cuál es la red social que utilizan para ejecutar dichas acciones.

Tabla 5. Actividades de uso y red social más utilizada (porcentaje)

Actividades	Red social más usada	Porcentaje*
Leer publicaciones	<i>Facebook</i>	62,9%
Leer estados	<i>WhatsApp</i>	29,6%
Chatear	<i>WhatsApp</i>	17,6%
Publicar fotos y videos	<i>WhatsApp</i>	17,6%
Escribir comentarios	<i>Facebook</i>	16,1%
Interactuar con personas	<i>WhatsApp</i>	14,0%
Publicar contenidos propios	<i>WhatsApp</i>	9,3%
Actualizar el estado	<i>WhatsApp</i>	9,0%
Compartir contenido (de otras personas)	<i>WhatsApp</i>	8,6%
Utilizar juegos y aplicaciones	<i>Facebook</i>	8,2%
Compartir sus sentimientos	<i>WhatsApp</i>	4,7%

De acuerdo con la tabla 5 la actividad que mayoritariamente hacen los estudiantes en las redes sociales corresponde a la lectura de publicaciones (71%) y estados (29,6%) con Facebook y WhatsApp respectivamente. Llama la atención que compartir sus sentimientos con un 4,7%, sea la actividad para la que menos utilizan las redes.

Los fines de los estudiantes para utilizar las redes sociales se muestran en la tabla 6.

Tabla 6. Fines de uso y redes sociales más utilizadas

Tipos de uso	Redes más usadas*	% de uso de cada red social
Comunicación	<i>WhatsApp / Facebook</i>	92,9% / 56,7%
Diversión, lúdica y ocio	<i>YouTube / Facebook</i>	69,5% / 54,2%
Información	<i>Facebook / YouTube</i>	52,4% / 44,3%
Educativo	<i>YouTube / WhatsApp</i>	63,8% / 25,2%
Relaciones sociales	<i>WhatsApp / Facebook</i>	28,0% / 18,6%

* Se muestran las dos de mayor uso

En cuanto a los fines con los que se utilizan las redes sociales, las más utilizadas para la comunicación son WhatsApp (92,9%) seguido de Facebook (52,8%); para la diversión, lúdica y ocio, están YouTube (69,5%) seguido de Facebook (54,2%), para buscar información (académica o de otro tipo), lo hacen por Facebook (52,4%) seguido de YouTube (44,3%); Para lo educativo usan YouTube (63,8%) seguido de WhatsApp (25,2%). Finalmente, para relaciones sociales están WhatsApp (28,0%) e Facebook (18,6%).

Riesgos y problemas relacionados con las redes sociales

A pesar de los impactos positivos que señalaron los adolescentes en la tabla 3, en la tabla 7, se muestran los datos relacionados con los riesgos y problemas ocasionados por el uso de redes sociales.

Tabla 7. Riesgos y problemas relacionados con el uso de las redes sociales

Variable	Valores	Estudiantes	Porcentaje
Conocimiento sobre los riesgos de seguridad y privacidad de la información personal en las redes sociales	Si	215	95,6%
	No	9	4,4%
Víctima de ciberacoso	Si	4	1,8%
	No	208	92,8%
	Tal vez	12	5,3%
Problemas por el uso de redes sociales en su hogar	Si	44	19,7%
	No	180	80,3%
Problemas por el uso de redes sociales en el colegio	Si	43	19,2%
	No	181	80,8%

La tabla 7 muestra que el 95,6% está consciente de los riesgos de seguridad y privacidad de la información personal en las redes sociales, pero cerca del 1,8% manifiestan haber sido víctimas de ciberacoso. Asimismo, en promedio el 19,5% manifiesta que, si ha tenido algún problema por el uso de las redes sociales, tanto en el hogar (19,7%), como en el colegio (19,2%).

Usos académicos de las redes sociales

Para los usos académicos se han considerado aspectos como si las redes sociales tienen usos educativos, si han hecho uso de ellas, como influyen las redes sociales para conformar grupos de trabajo académico y que redes sociales utilizan para ello. En la tabla 8 se muestran algunas características educativas relacionadas con el uso de redes sociales.

Tabla 8. Algunas características educativas relacionadas con el uso de redes sociales

Variable	Valores	Estudiantes	Porcentaje
Posible uso educativo de las redes sociales	Si	196	87,5%
	No	28	12,5%
Uso de las redes sociales a nivel educativo	Si	187	83,5%
	No	37	16,5%
Impacto de las redes sobre la conformación de grupos de trabajo académico	Positivo	193	86,2%
	Negativo	4	2,3%
	Ni positivo ni negativo	27	17,7%
Redes sociales utilizadas en la conformación de grupos de trabajo académico	<i>WhatsApp</i>	164	73,2%
	<i>Facebook – Messenger</i>	54	24,2%
	Otras	6	2,7%

Con respecto a algunas características de los usos educativos de las redes sociales, el 87,5% de los encuestados, opinan que sí tienen y de estos, el 83,5% si ha hecho uso. Con respecto a la conformación de grupos para trabajos de clase, los estudiantes opinan que las redes sociales son un medio positivo (86,2%), y para ello prefieren el WhatsApp (73,2%) seguido de Facebook - Messenger (24,2%). Dentro de otras redes sociales utilizadas para estos fines (2,7%) esta Edmodo.

En la Tabla 9 se muestra en porcentajes los usos académicos que informaron los estudiantes de las redes sociales.

Tabla 9. Usos académicos que informaron los estudiantes de las redes sociales.

Usos académicos de las redes sociales	Redes sociales más usadas	Porcentaje
Resolver dudas	<i>WhatsApp / YouTube</i>	76,8% / 61,3%
Consultar contenidos y elaborar trabajos	<i>YouTube / Facebook</i>	69,4% / 42,2%
Intercambio de apuntes y trabajos de clase	<i>WhatsApp / Facebook</i>	41,0% / 22,0%
Tutorías o consultas al profesor	<i>WhatsApp / Facebook</i>	55,5% / 11,0%
Tutorías o consultas a los compañeros	<i>WhatsApp / Facebook</i>	70,5% / 30,1%
Exponer un tema de clase	<i>WhatsApp / YouTube</i>	28,9% / 13,9%
Debates sobre un tema	<i>WhatsApp / YouTube</i>	35,3% / 13,9%
Compartir información académica	<i>WhatsApp / Facebook</i>	45,7% / 19,8%
Realizar trabajos de investigación mediante encuestas	<i>WhatsApp / Facebook</i>	17,3% / 13,3%

La última pregunta estaba relacionada con las asignaturas donde involucran el uso de las redes sociales. De acuerdo con esto, las asignaturas: inglés (61,0%), Matemáticas (60,1%) y Ciencias Naturales (55,5%) son las de mayor uso, aunque las otras asignaturas también reflejan uso. Dentro del menor uso están educación artística y educación física.

4. Discusión

Características y usos generales de las redes sociales

Con respecto a las variables sociodemográficas, la mayor proporción de estudiantes que respondieron con edades comprendidas entre 14 a 17 años, un rango de edades muy activas en el uso de las redes sociales, estos resultados están en concordancia con los obtenidos por Interactive Advertising Bureau de España (IAB) (2018) y Álvarez, Heredia, y Romero (2019); se evidencia entonces, que la Generación Z (jóvenes de 16 a 23 años) es la generación social por excelencia.

En cuanto a la temporalidad, los adolescentes se conectan a WhatsApp, Facebook, YouTube, Instagram, Snapchat, diariamente, con tiempos por encima de las 5 horas lo que evidencia que esta generación está conectada 24/7, indicadores muy cercanos a los de Interactive Advertising Bureau de España - IAB (2018) y a los hallazgos de Álvarez, Heredia y Romero (2019).

Estudios como el The Global State of Digital en 2020 (We Are Social & Hootsuite, 2020), muestran que las redes sociales son predominantes son Facebook, YouTube y WhatsApp. A nivel nacional, en el 2018, las redes sociales más usadas eran Facebook, WhatsApp, Messenger, Instagram y YouTube. (TigoUne y EAFIT, 2019; Espinel, Hernández y Rojas, 2020), pero en este estudio se evidencia un nuevo orden preferencia: WhatsApp, Facebook y YouTube. Lo anterior, muestra que el uso de las redes sociales es dinámico y cambiante en el tiempo, también depende de la ubicación y del tipo de usuario que incluye características como la edad y el género.

En esta selección también incide los costos de la red social en términos de pago por datos. Tanto WhatsApp como Facebook son ofrecidos de manera gratuita por los prestadores de servicios de Internet, tanto en los planes prepago como pospago, por lo cual, su navegación no genera costos para los usuarios. Pero la

versatilidad de WhatsApp es sin duda lo que la convierte en la red reina en el ecosistema digital: permite compartir audios, vídeos, documentos de texto tanto en Word como en PDF y enlaces. Además, se puede acceder a través de dispositivos móviles como teléfonos inteligentes y Tablet y desde las computadoras portátiles o de mesa. Otra ventaja de la aplicación es la opción de realizar video llamadas grupales, lo que posibilita la participación y el trabajo colaborativo; estas opciones de comunicación facilitan la construcción conjunta de conocimiento de manera remota.

Las ventajas de las redes sociales para el proceso enseñanza y aprendizaje superan las de plataformas diseñadas específicamente para la educación virtual como Moodle, Blackboard, entre otras, por sus costos y accesibilidad. Los adolescentes están más familiarizados con la flexibilidad de las redes sociales y han desarrollado estrategias para convertirlas en escenarios de comunicación de saberes y de conocimientos.

De acuerdo con las actividades reportadas por los estudiantes, las redes sociales parecen satisfacer de forma sofisticada las necesidades sociales y de estima del ser humano descritas en teoría motivacional en psicología sobre la jerarquía de necesidades de Maslow (1943; 1954) y obtienen las gratificaciones expuestas por Severin, & Tankard (2001), lo que explica cómo dentro de la red los adolescentes pueden encontrar respuesta a necesidades de estima, amor, pertenencia, autorealización y trascendencia (Parra, 2010), pero especialmente obedecería a la necesidad de pertenencia o afiliación (Hütt, 2012). Para Sabater (2014), en las redes sociales se construye una interacción cotidiana en la que los usuarios hablan de lo más divertido y especial de su vida. El contenido es emocional, interactivo y directo.

En términos generales, los usos de las redes sociales, por parte de los estudiantes, se pueden clasificar en relaciones sociales y actividades personales, con diferentes fines, intereses y propósitos (Cabero, Barroso, Llorente y Yanes, 2016) como el educativo, que era lo que interesaba dilucidar en este estudio.

Usos académicos y educativos de las redes sociales

Con la educación en las redes sociales el conocimiento se extiende y flexibiliza a la vez, porque ya no es exclusivo de las bibliotecas o lugares donde éste se encuentra alojado, sino que está circulando, actualizándose, además de que se puede contrastar sea a través de un chat, en un foro, como espacios de interacción (Prieto, 2017), y esta es una realidad que el docente debe reconocer.

Las redes sociales permiten a los estudiantes conectarse en un espacio virtual de interacción continua, generación de conocimiento (Rubio y Olmos, 2019) que los lleva a colaborar mientras ejecutan las actividades de aprendizaje (De La Hoz, Acevedo y Torres, 2015), y experimentan entornos flexibles para la comunicación, el intercambio de información (Sandoval, Romero y Heredia, 2014) y aprendizaje personalizado, independiente del lugar y tiempo (Gil, Ausin y Lezcano, 2016; Gómez-Valderrama, Hernández-Suárez y Prada-Nuñez, 2020).

Así, las redes sociales están llamadas al éxito en el ámbito, porque se han ignorado las quejas de los estudiantes sobre la falta de lúdica, intuición, comunicación, interacción y contenido personalizado de otras plataformas, sumado a sus costos, y en estas sí son posibles estas características (Islas y Carranza, 2011). Por lo tanto, es imperativo que los docentes utilicen las redes sociales dentro y fuera del aula ya que estas tecnologías desvanecen los obstáculos entre los estudiantes y educadores propiciando un ambiente de aprendizaje más informal (Alves y Ferreira, 2016) y social (Gómez, Ruíz y Sánchez, 2015) acorde con las necesidades de gratificación que la Generación Z busca para su satisfacción. Pretender permanecer aislados de esta nueva forma de enseñanza y aprendizaje, es perpetuar prácticas pedagógicas desconectadas y descontextualizadas ante las nuevas formas de aprehender la realidad y de comunicarse.

Al indagar sobre el uso educativo de las redes sociales identificaron variables como la comunicación, conectividad social, colaboración, intercambio de recursos, la creación de contenidos que posteriormente se comparten, entre otras tal y como lo exponen Cabero, Barroso, Llorente y Llanes (2016).

Los resultados mostraron que el uso de redes sociales como WhatsApp, YouTube y Facebook ha influido positivamente en los estudiantes, con resultados muy similares a los de Chávez y Gutiérrez (2016), con excepción de que ellos no incluyen la red social YouTube. Con respecto a la creación de grupos de estudio por medio de redes sociales tiene un impacto positivo, coincidiendo con Gómez, Roses y Farias (2012), además en este estudio se demuestra que la mayoría, tiene grupos de trabajo escolar para intercambiar contenidos e información de los cursos y asignaturas, los cuales se utilizan en debates y tutoriales.

Los grupos de redes sociales son la forma conveniente de colaborar y compartir información académica de forma amplia y a un ritmo más rápido. En las redes sociales, especialmente en los grupos, las ideas presentadas son enriquecidas por los participantes en contraposición a la forma tradicional en la que sólo hay un flujo de conocimiento e información (docente a estudiantes); los estudiantes pueden tomar posturas críticas, añadir nueva información, editar e incluso aportar una nueva idea relacionada con el tema en discusión. Una de las herramientas más utilizadas para este fin es el WhatsApp debido a la fluidez y efectividad en la comunicación, el acceso e intercambio de información en cualquier tiempo y lugar o la motivación del estudiante (Suárez, 2018).

Un docente al poner material en una red social les permite a los estudiantes leer, comentar y publicar sobre el material disponible, de igual manera ayuda a su retroalimentación y a la vez que mejora los contenidos publicados. Otra opción de WhatsApp es que permite la administración de los grupos con la posibilidad de restringir la participación a personas específicas, lo que regula también el tráfico de información no deseada.

Para los estudiantes, YouTube, como plataforma de videos, es una de las redes sociales utilizadas para apoyar las clases especialmente de asignaturas como inglés, matemáticas y otras áreas. Por su gran cantidad de videos educativos se han convertido en un medio habitual que está al alcance de los estudiantes que permite crear comunidades de aprendizaje en torno a los recursos compartidos (Ramírez-Ochoa, 2016). Los estudiantes recurren a YouTube cuando no comprenden un tema antes que recurrir a un docente particular, lo que resulta beneficio en tiempo y dinero, y, además, fomentan el autoaprendizaje.

El uso educativo de YouTube radica en la capacidad de difundir contenidos educativos de manera entretenida y didáctica a través de videos y documentales de distintos tipos, abiertos a la comunidad, y totalmente gratuitos, por ejemplo, Khan Academy, lo que permite a los docentes la administración de contenidos, constitución de comunidades de aprendizaje y formación de habilidades discentes para la búsqueda, selección, almacenamiento y evaluación de representaciones audiovisuales de autoría propia o extraña (Ramírez-Ochoa, 2016).

Al haber crecido con el lenguaje audiovisual como principal forma de comunicación, entender los contenidos de clases explicados por otros docentes y a través de una herramienta tecnológica que disfrutan utilizar, les permite aumentar la comprensión de los temas que antes quedaban vistos solo en el aula presencial. Así que resolver dudas es uno de los usos que les dan a YouTube, alcanzando un 61,3% y siendo superado únicamente por WhatsApp.

Por lo tanto, el docente debe aprovechar que lo audiovisual permite la incorporación de contenidos de una manera más clara y sencilla e incluso más entretenida. El video posee un potencial pedagógico inmenso

y al ser creados por el mismo docente puede poner en marcha estrategias pedagógicas como el aula invertida (Prada, Hernández y Gamboa, 2019), lo que resulta en un desafío para el docente orientar a los estudiantes en el aprovechamiento de estos recursos.

En fin, WhatsApp, YouTube y otras redes sociales, permiten a los estudiantes y docentes subir trabajos en formato de videos, presentaciones y textos entre otros, y compartirlos entre sí. Es necesario reconsiderar su uso de las redes sociales en la educación (Cascales, Gomariz y Paco, 2020), hacia una forma que apoye el proceso de enseñanza y aprendizaje y en donde la satisfacción de las necesidades de los educandos no sea de diversión o para la construcción de identidad, sino que logre gratificaciones relacionadas con la comprensión de su entorno y de utilidad.

Como síntesis, podemos afirmar que cuando un estudiante se conecta a una red social se integra y alimenta con información a una comunidad de aprendizaje (Kop & Hill, 2008), el aprendizaje se logra al conformar las conexiones de intercambio de información y de comunicación, como lo establece el conexionismo (Siemens, 2010), y que apoyado en la colaboración le beneficia académicos, sociales y psicológicos a los estudiantes (Kozma & Anderson, 2002).

5. Conclusiones

Si bien las redes sociales virtuales satisfacen las necesidades de diversión, construcción de identidad y relacionamiento con el entorno, desde una perspectiva lúdica, más aproximada al entretenimiento propio de los medios de comunicación social, en la actualidad suponen retos relacionados con su uso orientado a estudiantes adolescentes, ya que su estructura, forma de navegación y posibilidades de ocio e interacción han permeado la cotidianidad de la Generación Z incidiendo en su forma de aprender.

Para contribuir al campo de investigación educativa relacionada con las TIC, este estudio determinó variables de usos, riesgos y gratificaciones, para ofrecer una propuesta de carácter pedagógico.

Las redes sociales más usadas por los adolescentes de educación secundaria y media son en su orden WhatsApp, Facebook y YouTube. La segunda red ha perdido, al menos en la muestra de este estudio, su supremacía mundial, consolidada en los últimos 10 años. Vale la pena aclarar que WhatsApp también es propiedad de Facebook. La versatilidad para compartir información en cualquier formato y la gratuidad en el consumo de datos de esta ha propiciado este escalamiento, así como la opción de actualizar estados cada 24 horas, emulando la posibilidad de autorepresentación y autoreferenciación que brinda Facebook en su muro e historias.

Los estudiantes identificaron en las redes sociales posibilidades para potenciar el aprendizaje, la comunicación, el intercambio de material educativo, la conformación de grupos de trabajo académico. Así, se abren reflexiones sobre cómo los educadores deben continuar encontrando formas de relacionarse con los estudiantes para romper la desconexión que existe entre la enseñanza y el aprendizaje.

En este orden, los docentes deben incorporar, no negar, el uso y trabajo con las redes sociales adaptadas a los propósitos educativos. Es cierto que estas herramientas tienen usos vinculados al ocio y a la diversión, pero los estudiantes ya exploran los propósitos educativos, razón de peso para que los docentes reorienten su uso, para el autoaprendizaje como para la conformación de comunidades de aprendizaje.

Referencias

Adame, A. (25 de abril de 2019). Redes sociales más usadas en el mundo hispano: tips para crecer tu presencia y alcance social. Recuperado de <https://blog.hootsuite.com/es/redes-sociales-mas-usadas/>.
Obtenido de <https://blog.hootsuite.com/es/redes-sociales-mas-usadas/>

- Altamirano, E., Becerra, N. y Nava, A. (2010). Hacia una educación conectivista. *Revista alternativa*, (22), 22-38. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/264790115_Hacia_una_educacion_conectivista
- Álvarez, E., Heredia, H. y Romero, M. (2019). La Generación Z y las Redes Sociales. Una visión desde los adolescentes en España. *Revista Espacios*, 40(20), 9. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n20/a19v40n20p09.pdf>
- Alves, C., & Ferreira, C. (2016). Las redes sociales y el aprendizaje informal de Estudiantes de Educación Superior. *Acción Pedagógica*, 25(1), 6-20.
- Arab, L. y Díaz, G. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13. doi: <https://doi.org/10.1016/j.rm-clc.2014.12.001>
- Benito, M. (2009). Las TIC y los nuevos paradigmas educativos. *Telos fundación telefónica*, 63-77. Obtenido de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero078/las-tic-y-los-nuevos-paradigmas-educativos/>
- Borras, O. (2014). Uso de las Redes sociales en Educación. Obtenido de <https://urjconline.atavist.com/uso-redes-sociales-educacion-2>
- Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Cabero, J., Barroso, J., Llorente, M., & Yanes, C. (2016). Redes sociales y Tecnologías de la Información y la Comunicación en Educación: Aprendizaje colaborativo, diferencias de género, edad y preferencias. *RED. Revista de Educación a Distancia*, (51), 1-23. Doi: <http://dx.doi.org/10.6018/red/51/1>
- Cascales, A., Gomariz, M. y Paco, A. (2020). WhatsApp como herramienta educativa en Educación Primaria: alumnado, docentes y familias. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 58, 71-89. doi: <http://dx.doi.org/10.12795/pixelbit.74213>
- Castaño, M. (2017). Conociendo al consumidor (digital). En ANDICOM Congreso Internacional de TIC. Cartagena de Indias: Centro de Investigación de las Telecomunicaciones - Cintel. Obtenido de https://cintel.co/wp-content/uploads/2017/09/ESTUDIO-Consumidor-Digital-CINTEL_2017.pdf
- Castro-Romero, O. (2015). Social Media as Learning Tool in Higher Education: The case of Mexico and South Korea. *Sinéctica*, (44), 1-16. Obtenido de <https://sinectica.iteso.mx/index.php/SINECTICA/article/view/160>
- Chávez, I. y Gutiérrez, M. (2016). Redes sociales como facilitadoras del aprendizaje de ciencias exactas en la educación superior. *Apertura*, 7(2), 49-61. Recuperado de <http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura/article/view/698>
- Colás-Bravo, P., González-Ramírez, T. y de Pablos-Pons, J. (2013). Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes. *Comunicar*, 40, 15-23. doi: <https://doi.org/10.3916/C40-2013-02-01>
- Cruz-Benito, J., Borrás-Gené, O., García-Peñalvo, F., Fidalgo-Blanco, A., & Therón, R. (2016). Comunidades de Aprendizaje en Redes Sociales y su Relación con los MOOC. *IEEE VAEP-RITA*, 4(2), 87-99. Recuperado de <http://repositorio.grial.eu/handle/grial/645>
- De La Hoz, L., Acevedo, D. y Torres, J. (2015). Uso de Redes Sociales en el Proceso de Enseñanza y Aprendizaje por los Estudiantes y Profesores de la Universidad Antonio Nariño, Sede Cartagena. *Formación universitaria*, 8(4), 77-84. doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062015000400009>
- Espinoza, E., Cruz, L. y Espinoza, E. (2018). Las redes sociales y rendimiento académico. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 1(3), 38-44. Obtenido de <http://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA>

- Espinel, G., Hernández, C. y Rojas, J. (2020). Usos, apropiaciones y nuevas prácticas comunicativas de los usuarios adolescentes de facebook. *Saber, Ciencia y Libertad*, 15(1), 21-38. Doi: <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2020v15n1.6316>
- Espinel-Rubio, G., Hernández-Suárez, C., y Rojas-Suárez, J. (2020). Las TIC como medio socio-relacional: un análisis descriptivo en el contexto escolar con adolescentes de educación media. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 11(1), 99-112. <https://doi.org/10.19053/20278306.v11.n1.2020.11686>
- Esquivel, I., y Rojas, C. (2014). Uso de Facebook en ámbitos educativos universitarios: Consideraciones y recomendaciones. *Apertura*, 6(2), 100-115. Obtenido de <http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura/article/view/536/370>
- Esteban, I. (2019). *Técnicas de persuasión y comunicación digital*. España: Caligrama.
- García, A., López, C. y Tur, V. (2014). Las redes sociales: ¿adicción conductual o progreso tecnológico? En A. Fernández, *Interactividad y Redes Sociales* (págs. 263-282). Madrid: Editorial ACCI.
- Gil, M., Ausin, V. y Lezcano, F. (2016). Redes sociales educativas como introducción a los entornos personales de aprendizaje (PLE's). *Eduser - Revista De Educação*, 4(1). Doi: <http://dx.doi.org/10.34620/eduser.v4i1.38>
- Gómez-Valderrama, C., Hernández-Suárez, C., & Prada-Nuñez, R. (2020). La zona de posibilidades en el proceso de aprendiencia del residente digital: Un análisis cualitativo en la Red de experiencias Matemáticas de Norte de Santander: zona de posibilidades en el proceso de aprendiencia del residente digital. *Educación y Humanismo*, 22(38). <https://doi.org/10.17081/eduhum.22.38.3688>
- Gómez, M., Roses, S. y Farias, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Comunicar*, 19(38), 131-138. doi: <https://doi.org/10.3916/C38-2012-03-04>
- Gómez, M., Ruíz, J. y Sánchez, J. (2015). Aprendizaje social en red. Las redes digitales en la formación universitaria. *EDMETIC. Revista de Educación Mediática y TIC*, 42(2), 71-87. Recuperado de <https://www.uco.es/ucopress/ojs/index.php/edmetic/article/view/3963/3822>
- Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Revista reflexiones*, 91(2), 121-128. Doi: <https://doi.org/10.15517/RR.V9I12.1513>
- Interactive Advertising Bureau Colombia, NetQuest y Dot Research. (2017). Estudio Comportamental de Uso de Redes Sociales en Colombia. Recuperado de <https://omdnewsalmacenesexito.files.wordpress.com/2017/05/iab-estudio-comportamental-de-redes-sociales-en-colombia-hallazgos-g.pdf>
- Interactive Advertising Bureau de España (IAB). (2018). Estudio Anual de Redes Sociales 2018. Obtenido de <https://iabspain.es/estudio/estudio-anual-de-redes-sociales-2018/>
- Islas, C. y Carranza, M. (2011). Uso de las redes sociales como estrategias de aprendizaje. ¿Transformación educativa? *Apertura. Revista de innovación educativa*, 12(1). Recuperado de <https://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura/article/view/198/213>
- Kop, R., & Hill, A. (2008). Connectivism: Learning theory of the future or vestige of the past? *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 9(3). doi: <https://doi.org/10.19173/irrodl.v9i3.523>
- Kozma, R., & Anderson, R. (2002). Qualitative case studies of innovative pedagogical practices using ICT. *Journal of Computer Assisted Learning*, 18(4), 387-394. doi: <https://doi.org/10.1046/j.0266-4909.2002.00250.doc.x>
- Maslow, A. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396. doi: <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- Maslow, A. (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper and Row.
- Mattelard, A. y Vitalis, A (2015). *De orwell al cibercontrol*. Barcelona: Gedisa.
- Ministerio de Comunicaciones. (mayo de 2008). Plan Nacional de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones 2008-2019. Obtenido de https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-8247_pe_plan_tic_colombia_2009_2018.pdf

- Paredes-Parada, W. (2019). Brecha en el uso de tecnologías de la información y comunicación (TIC) básicas y modernas entre estudiantes y docentes en universidades ecuatorianas. *Revista Educación*, 43(1), 134-152. Doi: <https://doi.org/10.15517/revedu.v43i1>
- Parra, E. (2010). Las redes sociales de Internet: también dentro de los hábitos de los estudiantes universitarios. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 9(17), 107-116. doi: <https://doi.org/10.22395/angr.v9n17a8>
- Pascual, J., Gento, A. y Redondo, A. (2014). El uso de las redes sociales en el ámbito de la logística y el transporte. *Revista de la Escuela Jacobea de Posgrado*, (6), 69-106. Recuperado de <https://www.jacobe.edu.mx/revista/numero6.php#>
- Pérez-Soler, S. (2017). *Periodismo y redes sociales: Claves para la gestión de contenidos digitales*. Barcelona: Editorial UOC.
- Prada, R., Hernández, C., & Gamboa, A. (2019). Usos y efectos de la implementación de una plataforma digital en el proceso de enseñanza de futuros docentes en matemáticas. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 57, 137-156. doi: <https://doi.org/10.35575/rvucn.n57a10>
- Prieto, D. (2017). Construirse para educar. Caminos de la educomunicación. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 0(135), 17 - 32. doi:<https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i135.3328>
- Ramírez-Ochoa, M. (2016). Posibilidades del uso educativo de YouTube. *RA ximhai*, 12(6), 537-546. Recuperado de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rxm/article/view/71911>
- Rial, A., Gómez, P., Braña, T. y Varela, J. (2014). Actitudes, percepciones y uso de Internet y las redes sociales entre los adolescentes de la comunidad gallega (España). *Anales de psicología*, 30(2), 642-655. Recuperado de <https://psycnet.apa.org/record/2014-14001-028>
- Rideout, V., & Robb, M. (2018). *Social media, social life: Teens reveal their experiences*. San Francisco, CA: Common Sense Media. Recuperado de https://www.common Sense Media.org/sites/default/files/uploads/research/2018_cs_socialmediasociallife_executivesummary-final-release_3_lowres.pdf
- Rodríguez, L. y Magdalena, J. (2016). Perspectiva de los jóvenes sobre seguridad y privacidad en las redes sociales. *Revista ICONO14 Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 14(1), 24-49. doi: <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.885>
- Royal Society for Public Health (RSPH). (2017). *Status of Mind: Social media and young people's mental health and wellbeing*. Recuperado de <https://www.rsph.org.uk/uploads/assets/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf>
- Rubio, M., & Olmos, A. (2019). Las redes sociales virtuales como contextos de investigación social. *Virtualis*, 10(19), 181-194. Recuperado de <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/270/351>
- Sabater, C. (2014). La vida privada en la sociedad digital. La exposición pública de los jóvenes en internet. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (61), 1-32. Recuperado de <http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/csabater.pdf>
- Sánchez, L., Crespo, G., Aguilar, R., Bueno, F., Aleixandre, R. y Valderrama, J. (2015). *Los adolescentes y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC): Guía para padres Ayudándoles a evitar riesgos*. Valencia: Ayuntamiento de Valencia.
- Sandoval, R., Romero, A. y Heredia, E. (2014). Comunicación e intercambio con redes sociales en la educación universitaria: caso estudiantes de Administración e Informática. *Apertura*, 5(2), 82-95. Recuperado de <http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura/article/view/455/338>
- Siemens, G. (2004). *Connectivism: A learning theory for the digital age*. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*. Doi: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.87.3793&rep=rep1&type=pdf>
- Siemens, G. (2008). Learning and knowing in networks: Changing roles for educators and designers. *ITFORUM for Discussion*, 1-26. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/7658/>

- e432ffc19798da8501bd2bee46123ea57618.pdf?_ga=2.234776279.890829771.1590887306-63773834.1589839187
- Siemens, G. (2010). *Connectivism in the Enterprise*. Recuperado de <https://docs.google.com/document/edit?id=1KSW4PsCyGQT0kHnnVhcPfiHV0KHD7Qnr3UJmjRaH52E&hl=en>
- Sobrino, A. (2014). Aportaciones del conectivismo como modelo pedagógico post-constructivista. *Propuesta Educativa*, 23(42), 39-48. Recuperado de <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/38016/1/pdf.pdf>
- Suárez, B. (2018). Whatsapp: su uso educativo, ventajas y desventajas. *Revista de Investigación en Educación*, 16(2), 121-135. Recuperado de <http://reined.webs.uvigo.es/index.php/reined/article/view/342>
- TigoUne y EAFIT. (11 de abril de 2019). EAFIT y TigoUne promueven el uso responsable de las TIC en Colombia. Recuperado de <http://www.eafit.edu.co/noticias/revistauniversidadeafit/173/eafit-tigoune-responsabilidad-tic>
- Varela, J. (2001) La dura realidad: Usos y Gratificaciones aplicada a los “Reality Shows”. *Razón y palabra*, 24. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n24/24_jvarela.html
- Vidal, M., Vialart, M. y Hernández, L. (2013). Redes sociales. *Educación Superior Médica*, 27(1). Recuperado de <http://www.ems.sld.cu/index.php/ems/article/view/124/80>
- We Aer Social & Hootsuite. (2020). *Digital 2020. Global Digital Overview. Essential insights into how people around the world use the internet, mobile devices, social media, and ecommerce*. Recuperado de <https://wearesocial.com/digital-2020>
- Severin, W., & Tankard, J. (2001). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. New York: Longman.