

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Carrera de Comunicación

Uso de las redes sociales por los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca

Trabajo de titulación previo a la
obtención del título de Licenciado en
Comunicación.

Autores:

Adrián Oswaldo Méndez Chuchuca

Galo Jonnathan Morocho Morocho

Directora:

Cinthya María Cevallos Ludeña

ORCID: [0000-0001-8331-5443](https://orcid.org/0000-0001-8331-5443)

Cuenca, Ecuador

2023-02-02

Resumen

Las plataformas digitales en los universitarios han tenido un antes y después de esta evolución tecnológica en el proceso educativo, los jóvenes están día a día en contacto con sus dispositivos y pasar varios minutos en las redes de Facebook, Instagram y Tik Tok, ya que el 52,2 % de encuestados prefieren estas redes; los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca dan un uso a las redes sociales antes mencionadas, con fines de entretenimiento y con bajos fines académicos, los alumnos de la educación superior tienen como medio social preferido a Instagram, debido a su fácil manejo y acceso para subir contenido multimedia. A fin de corroborar lo antes dicho se realizó el método de investigación cualitativa, mediante 21 preguntas cerradas con opción múltiple se pudo ir despejando las diversas inquietudes para este propósito, aplicando la herramienta de *Google Forms*, la misma que sirvió en las tabulaciones y resultados de los mismos, llevándose a cabo de manera digital. Como conclusión, el uso de redes sociales en la actualidad es una construcción de culturas sociales tanto colectivas como individuales, que conlleva a factores emocionales, psicológicos y físicos. Los estudiantes de la Universidad de Cuenca, utilizan los medios para entretenimiento, ya que desde que se crearon se entendía que era para este fin; sin embargo, no han explorado las herramientas que le hacen ser un instrumento de conocimientos, siendo estas mal utilizadas y afectando de manera psicológica y emocional.

Palabras clave: redes sociales, internet, estudiante, adicción, entretenimiento

Abstract

Digital platforms in university students have had a before and after this technological evolution in the educational process, young people are in daily contact with their devices and spend several minutes on Facebook, Instagram and Tik Tok networks, since 52.2% of respondents prefer these networks; students of the Faculty of Philosophy at the University of Cuenca give a use to social networks mentioned above, for entertainment purposes and with low academic purposes, students of higher education have as preferred social media Instagram, due to its easy handling and access to upload multimedia content. In order to corroborate the above, the qualitative research method was carried out, through 21 closed questions with multiple choice it was possible to clear the various concerns for this purpose, applying the Google Forms tool, the same that served in the tabulations and results of the same, being carried out digitally. In conclusion, the use of social networks today is a construction of both collective and individual social cultures, which involves emotional, psychological and physical factors. The students of the University of Cuenca, use the media for entertainment, since they were created it was understood that it was for this purpose; however, they have not explored the tools that make it an instrument of knowledge, being these misused and affecting them in a psychological and emotional way

Keywords: social networks, internet, students, addiction, entertainment

Índice de Contenidos

I	Agradecimientos.....	8
II	Dedicatoria	9
1.	CAPITULO INTRODUCTORIO	10
1.1.	ANTECEDENTES	10
1.2.	JUSTIFICACIÓN	11
1.3.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	12
	En este sentido es importante responder a las siguientes preguntas de investigación.	13
1.3.1.	Pregunta general de investigación:	13
1.3.2.	Preguntas específicas.....	13
1.4.	OBJETIVOS	14
1.4.1.	Objetivo general:.....	14
1.4.1.	Objetivos específicos:	14
1.6.	METODOLOGÍA.....	14
1.6.1.	Selección de la muestra.....	17
2.	MARCO TEÓRICO	19
2.1.	Internet y Redes Sociales.....	19
2.1.1.	Internet, TICS.....	23
2.1.2.	Redes sociales.....	25
2.1.2.1.	Facebook.....	29
2.1.2.2.	Instagram.	33
2.1.2.3.	Tik Tok	36
	Añadir efectos.....	39
2.1.2.4.	YouTube.....	39
	Crear tu propia biblioteca de vídeos	41
2.1.2.5.	WhatsApp.....	41

2.1.3. Ventajas y desventajas de los medios sociales en jóvenes estudiantes.....	44
2.1.4. Influencia de las redes sociales en los jóvenes.....	53
2.1.5. Las redes sociales dentro de la comunicación educativa universitaria	62
2.1.5.1. De qué manera utilizan los jóvenes universitarios las redes sociales.	65
2.1.5.2. Consecuencias de las redes sociales en los universitarios.	72
3. METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	78
3.1. METODOLOGÍA.....	78
3.1.1. Enfoque cuantitativo	78
3.1.2. Estudio de caso	81
3.1.3. Determinación de la muestra	84
3.1.4. Implementación de la encuesta.....	85
3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	86
3.2.1. Tabulación de resultados.....	86
3.2.2. Análisis y discusión de resultados.....	122
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	135
4.1 Conclusiones.....	135
4.2. Recomendaciones.....	136
Referencias	138
Anexos	143

Índice de figuras

Figura 1.....	17
Figura 2.....	70
Figura 3.....	75
Figura 4.....	76
Figura 5.....	76
Figura 6.....	77
Figura 7.....	81
Figura 8.....	83
Figura 9.....	86
Figura 10.....	88
Figura 11.....	89
Figura 12.....	91
Figura 13.....	92
Figura 14.....	94
Figura 15.....	95
Figura 16.....	97
Figura 17.....	99
Figura 18.....	101
Figura 19.....	103
Figura 20.....	104
Figura 21.....	107
Figura 22.....	109
Figura 23.....	111
Figura 24.....	113
Figura 25.....	115
Figura 26.....	116
Figura 27.....	118
Figura 28.....	120
Figura 29.....	121

Índice de tablas

Tabla 1.....	18
Tabla 2.....	32
Tabla 3.....	35
Tabla 4.....	38
Tabla 5.....	41
Tabla 6.....	43
Tabla 7.....	46
Tabla 8.....	84
Tabla 9.....	85
Tabla 10.....	86
Tabla 11.....	88
Tabla 12.....	90
Tabla 13.....	91
Tabla 14.....	93
Tabla 15.....	94
Tabla 16.....	96
Tabla 17.....	97
Tabla 18.....	100
Tabla 19.....	102
Tabla 20.....	103
Tabla 21.....	105
Tabla 22.....	108
Tabla 23.....	110
Tabla 24.....	112
Tabla 25.....	114
Tabla 26.....	115
Tabla 27.....	117
Tabla 28.....	119
Tabla 29.....	120
Tabla 30.....	121

Agradecimientos

En primera instancia nuestro trabajo de Titulación pudo ser realizado de la manera más adecuada, gracias a la guía de nuestra tutora la Doctora: Cinthya Cevallos Ludeña, misma que a través de sus consejos, reuniones, recomendaciones nos ha podido guiar para que nosotros como estudiantes desarrollemos y cumplamos nuestros objetivos en este trabajo, agradecerle porque desde el principio depositó su confianza en nosotros y fue fundamental para llegar a cumplir este propósito, de la misma manera a nuestros profesores de la carrera que han estado presentes en estos cuatro años, por enseñarnos todo lo que sabemos, por ser esos conductores para ser mejores personas y profesionales en el ámbito laboral.

Dedicatoria

Adrián Méndez Ch.

Primeramente, agradezco a Dios, a la Stma. Virgen María madre mía y a San José mi santo patrono, por permitirme llegar hasta esta etapa con vida y salud, llegando hasta este punto de esfuerzo y dedicación. Segundo a mis padres, hermanos, sobrinos/as y amigos; por la comprensión de ausencias necesarias, y que han estado de una u otra manera durante todo el periodo universitario, alentándome con sus palabras, por la paciencia y la comprensión que me han dado cada uno de ellos, siendo para mí, lo más importante en mi vida.

Galo Morocho M.

Para poder llegar a realizar este trabajo de titulación sin lugar a dudas se ha tenido que pasar por distintas etapas y dentro de las mismas han estado presente varias personas las cuales han sido un pilar fundamental para contribuir a que cada día uno siga adelante, mediante consejos, alientos, ideas, críticas, entre otras más; para que pueda cumplir con mis metas, estoy inmensamente agradecido y dedico este trabajo primeramente a mis Padres Alba Morocho & Ángel Morocho los mismos que cada día han estado presentes en mis alegrías y tristezas en todo este proceso, con sus recomendaciones que me han ayudado a crecer como ser humano, de la misma forma a mis hermanas, Daniela, Jennifer & Joseline Morocho, que me han brindado su apoyo para que cada momento siga adelante y que no descuide mis objetivos.

CAPÍTULO 1

1. CAPITULO INTRODUCTORIO

1.1. ANTECEDENTES

El vocablo red social es definido por la Real Academia Española (RAE) como “plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a un gran número de usuarios”. (RAE, S,F) Durante los últimos años, han surgido muchos tipos de redes sociales, tanto en el ámbito social o general, como pueden ser el corporativo, para efectos de negocios, o bien en temas específicos de interés de grupos o segmentos determinados, ayudando a que la comunicación pueda llegar a diferentes espacios con distintos propósitos. “una comunicación fluida y eficaz con grupos específicos de interés, incluyendo esto desde la posibilidad de atender la necesidad de pertenencia social hasta facilitar la proyección y posicionamiento de empresas, bienes y servicios” (Hütt Herrera, 2012).

Los medios sociales a través de los años han tenido un crecimiento muy importante a nivel mundial, convirtiéndose en plataformas vitales en la vida cotidiana de las personas que han hecho más fácil la comunicación, interactividad e incluso involucrándose en la privacidad de los usuarios. El lenguaje social media, representa uno de los fenómenos que más despiertan el interés de los investigadores de la sociolingüística actual, por su carácter novedoso y por la velocidad con la que sea acopla a cada espacio de la Web. “Porque los jóvenes sienten la necesidad de afirmar su identidad de manera continua resulta patente la razón por la cual es su grupo social el que experimenta el impulso más intenso hacia el uso de todas las herramientas de la tecnología que están a su alcance, con el fin de conseguir dicho objetivo”(Candale, 2017).

Actualmente la tecnología es uno de los medios de mayor influencia en la sociedad y en los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca no es la excepción. Para Candale (2017) hoy en día es muy común encontrar sumergidos a los jóvenes en el mundo del Internet, debido a que manejan a la perfección las redes sociales, donde pueden encontrar diversas actividades virtuales, como, por ejemplo: subir fotografías, poner estados, subir y crear videos, conocer nuevas personas, hacer comentarios sobre cualquier tema, hablar de temas políticos, etc.

1.2. JUSTIFICACIÓN

En lo social los nuevos sistemas de comunicación han cambiado el uso de las lenguas, la cultura y tradiciones, dando paso a la hibridación, ya que el alcance global permite la comunicación a diferentes sujetos alrededor del mundo, creando conexiones en una sociedad de red, en interacciones constantes. Según los datos del medio de comunicación Primicias (Davalos, 2021),” en Ecuador, en general, los usuarios que más tienen redes sociales son los de 18 a 24 años”. Es por esto que es indispensable analizar la información que se sube a las redes sociales como Tik Tok, Facebook e Instagram, ya que con el avance de las tecnologías ha generado distintos pensamientos en los internautas que mantienen un vínculo con dichos medios.

En lo institucional, el uso de los medios sociales ha estado presente de una forma muy creciente en varios momentos y espacios que los jóvenes se desenvuelven. Los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca son un público propicio para conocer y poner en práctica el análisis sobre el empleo de las plataformas digitales, iniciando un estudio desde el hogar hasta las aulas de aprendizaje.

En lo personal, la investigación nos lleva a responder incógnitas que han surgido a partir del auge de las redes sociales, preguntas de cómo las personas utilizan los medios digitales para afectar de manera psicológica a otros usuarios de estas mismas redes, el lenguaje o códigos que se utilizan para estas nuevas plataformas, la manera de interactuar en un mundo globalizado y cómo pueden llegar a comportarse en el entorno que los rodea. Para esto, es necesario realizar una indagación previa y poder conocer cuáles son los factores que se producen en los alumnos.

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En los últimos años hemos sido testigos del crecimiento de las redes sociales en todo el mundo, esto debido a la globalización que existe, gracias a la tecnología. El uso acelerado de plataformas digitales nos ha llevado a investigar y conocer cómo se está relacionando este mundo virtual con los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca.

Para (Bernal & Angulo, 2012) los social media han llegado para involucrarse con los jóvenes, con el deseo de interactuar con usuarios de la red, y no solo para contactar a sus amigos, sino que mantienen un acercamiento con otros internautas en diferentes ubicaciones geográficas, que comparten distintos datos según los propósitos y el medio idóneo para enviar información según se establezca. Por esta razón esta investigación se basa en estudiar ¿Cuáles son los usos que los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca les dan a las redes sociales Facebook, Tik Tok e Instagram y cuál es la red social que más frecuentan?

Son millones de navegadores en todo el mundo, especialmente adolescentes y jóvenes, que se han dejado seducir por las nuevas tecnologías y los servicios que la red de Internet ofrece, integrándose en su vida cotidiana, en sus comunicaciones y en sus enlaces virtuales. “Sin embargo, la aparición de diferentes aplicaciones ha estado ligada al desarrollo de conductas adictivas, en algunos individuos con determinadas características, creándose a partir de ello el concepto de Conducta Adictiva a Internet” (Araf & Díaz, 2015).

En este sentido es importante responder a las siguientes preguntas de investigación.

1.3.1. Pregunta general de investigación:

¿Cuáles son los usos que los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca les dan a las redes sociales (Facebook, Instagram y Tik Tok) y cuál es la red social que más frecuentan?

1.3.2. Preguntas específicas

¿Qué redes sociales son las que utilizan con más frecuencia los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca?

¿Qué tipo de información publican constantemente en las redes sociales los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca?

¿Cuáles son los usos que los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca les dan a las redes sociales como Tik Tok, Instagram y Facebook?

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general:

Describir qué usos le dan los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, a las redes sociales (Facebook, Instagram y Tik Tok) y conocer cuál es la red social que más frecuentan.

1.4.1. Objetivos específicos:

Analizar lo que ofrecen las redes sociales (Facebook, Instagram y Tik Tok) mediante la revisión de artículos académicos.

Identificar qué red social (Facebook, Instagram y Tik Tok) son las que tienen mayor y menor uso en los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca.

Conocer qué tipo de información publican los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca en las redes sociales Facebook, Instagram y Tik Tok.

1.6. METODOLOGÍA

Como lo explica (Cortés & Iglesias, 2004) La Metodología es la ciencia que ayuda a dirigir un proceso de estudio de una manera estructurada para obtener los resultados deseados mediante un proceso y estrategia a través de conceptos que permite desarrollar de forma eficiente, lo que se está investigando, todo esto conformado por una serie de pasos conjuntamente relacionados entre sí para un objetivo en común.

Cortes e Iglesias sustentan que la metodología está compuesta por diversos pasos, los mismos que están entrelazados entre sí, apoyados de investigaciones, principios que permitan desarrollar de manera eficaz lo que se está analizando y efectuando para los distintos estudios y objetivos, cada uno sustentado después de haber existido una indicación correcta sobre los temas que se estudian.

Para (Hernández, Fernández , & Baptista, Metodología de la Investigación, 2010) afirman que los alcances que puede tener el proceso de investigación cualitativo, es que, una vez realizado la revisión de la literatura, el enfoque cuantitativo es uno de los métodos para llevar a la investigación a tener un alcance descriptivo, correlacional, exploratorio y explicativo, sin embargo, al momento de poner en práctica, puede incluir más elementos de los que se mencionan. Es decir, los estudios que son de carácter descriptivos se realizan en base a datos correlacionales (Indica la dirección y la fuerza de una relación lineal) los cuales facilitan la información para que los datos sean estructurados y sea entendida de la mejor manera por los investigadores, es decir que sean datos explicativos que son más entendibles y decodificados, también hay la probabilidad de que una investigación comience como exploratoria y que en el transcurso de la investigación puede ser correlacional y finalizar como explicativa. Los estudios que son exploratorios dentro del método cuantitativo, sirven para que los observadores preparen el espacio en el que se produce la investigación que son anteceditos con anterioridad por las investigaciones con elementos explicativos, descriptivos y correlacionales, para esto es necesario tener en cuenta que las investigaciones que se hayan hecho en el campo de conocimientos específicos pueden variar en distintos alcances en las diferentes etapas de su proceso.

El manejo de los social media es un tema muy trascendental en la sociedad, cada vez se vuelve un asunto importante de abordar y tratar, por esta razón se ha decidido analizar a partir del ámbito educativo en los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, la consideración e incremento que adquieren estas plataformas de comunicación en la actualidad, resulta necesario plantear de forma factible y de este modo encontrar resultados que despejen las preguntas que se tienen sobre este tema, por este motivo se llevará a cabo mediante un enfoque cuantitativo, esta investigación.

Para responder a nuestras preguntas de investigación, desarrollaremos una metodología que consta de cuatro fases:

- La primera fase, consta de recolección de información para poder entender sobre el tema que se está indagando.
- En la segunda fase, se utilizará la técnica cuantitativa para saber ¿Cuáles son los usos que los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca les dan a las redes sociales Facebook, Tik Tok e Instagram y con qué frecuencia utilizan estas redes?
- La tercera fase, se realizará un cálculo para conocer el número de muestras en la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca.
- La cuarta fase, será la tabulación de resultados, la misma que nos ayudará a despejar y conocer las respuestas a las preguntas de investigación.

1.6.1. Selección de la muestra.

Esta investigación se realizará mediante un análisis descriptivo a través de encuestas en la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, entre las edades de 18 y 25 años, las mismas que ayudarán a conseguir el objetivo general y específico.

Figura 1.

Fórmula que orienta sobre el cálculo del tamaño de la muestra.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Tabla 1.

Cuadro descriptivo para calcular el número de la muestra finita.

Estadística	Descripción	Tamaño de muestra “n” = 318,31
N	Tamaño de muestra buscado.	1.852
N	Tamaño de población o universo.	318,31
Z	Parámetro estadístico que depende de nivel de confianza.	1.960
E	Error de estimación máximo aceptado.	5.00%
P	Probabilidad de que ocurra el evento estudiado.	50.00%
q	$(1 - p)$ = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado.	50.00%

Nota. Fórmula tomada de la página (QuestionPro, 2022)

CAPÍTULO 2

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Internet y Redes Sociales

(Gonzales, 2015) nos muestra que a lo largo de la historia la tendencia natural del ser humano ha sido la de relacionarse entre sí de manera colectiva. En la actualidad este enlace se da de un modo más eficaz mediante los canales digitales, creando núcleos familiares en la red, formadas por dos o varias personas que comparten intereses comunes, a esto se lo puede señalar como una interculturalidad digital, por la mezcla de culturas y tradiciones, palabras y simbologías que identifican a cada uno de los países, la diversidad territorial e identidades históricas que están plasmadas en la virtualidad. Estas ideas de pensar y de actuar es a primera instancia en los jóvenes, (Albert, 2012) alude que el 90% de los usuarios , lo primero que hacen al despertar es tomar su celular, navegar en las redes sociales y de intercambiar información con este contenido multimedia, de responder mensajes e interactuar con las personas que están a través de las pantallas; no las ven, pero sienten que están más cerca de ellos, donde se puede compartir momentos amenos solo con el hecho de enviar un texto o notas de voz y es así como se toma dicha fuerza para cambiar las relaciones interpersonales y de sentirse bien consigo mismos.

La aparición de las redes sociales ha hecho posible todas estas competencias, por el mismo hecho de que a los individuos se les permite estar interconectados e interactuar entre sí, por lo que

estos medios les da una fuerza para cobrar una relevancia en las relaciones interpersonales. Gonzales (2015) explica que los seres humanos somos seres sociables y necesitamos continuamente estar interactuando con otras personas y con los diversos contenidos que se encuentran en las plataformas, ya sea leyendo, mirando contenido audiovisual o simplemente reaccionando o comentando fotografías. Por este motivo alega que se ha ido creando una sociedad virtual con gustos similares y beneficios propios. Mediante las publicaciones visibles en las redes, proyectada a una hibridación digital, ya sea por medio de memes, videoclips con edición, emoticones, *stickers*, mensajes de voz, etc.

El uso del Internet en la vida actual tiene una gran influencia en los cibernautas, con una gran repercusión en lo social, en la interacción y en lo pedagógico. Ha traído grandes beneficios para los usuarios con la cantidad de datos que se encuentra en la web. (Marín, Gutiérrez, Rivera, Gonzales, & Velásquez, 2015) refiere que actualmente la sociedad se encuentra en un cambio constante debido a las características de las plataformas digitales como su inmediatez en la forma de comunicar, de relacionarse, de informarse y de educar. La expansión inmediata a través de las nuevas tecnologías de la información (TICS), ha hecho que las personas se relacionen de manera eficaz, para intercambiar culturas, maneras de pensar y formas de actuar. Con estas herramientas es posible la rapidez de información y a la vez estos medios han desarrollado ciertos elementos que facilitan una comunicación mucho más fácil para los usuarios de Internet.

Para Marín, Gutiérrez, Rivera, Gonzales & Velásquez (2015) refieren que las competencias mediáticas se manifiestan de diferentes maneras en los medios de comunicación. Los usuarios que pertenecen a estas redes sociales tienen la potestad de dar una crítica y una retroalimentación a los

contenidos que se publican a diario en dichas plataformas. Se produce la difusión de ideologías y valores que se encierran en este tipo de publicaciones en diversas temáticas referentes a gustos y estilos de vida de los millones de internautas que se encuentran en la red.

A medida que se avanza en el campo tecnológico, constantemente escuchamos hablar sobre el potencial que tienen los medios sociales para el aprendizaje de estudiantes universitarios. Según (Domiguez & López, 2015) hacen énfasis, en que las instituciones de educación superior deben adaptarse a un mundo social actual y desarrollar técnicas que aprovechen a los alumnos y alumnas de las universidades. La tecnología ha ido avanzando a medida que las civilizaciones la van desarrollando y creando nuevos elementos en estas plataformas. El boom del Internet ha permitido conectar a millones de usuarios intercambiando aspectos de la vida cotidiana ya sea personal o global.

Con la revolución que tuvo el Internet según Domínguez & López (2015) se crearon estos espacios digitales para que sea mejor y adaptable la interacción de los cibernautas; es decir que estos medios juegan un papel fundamental en la cotidianidad de los alumnos universitarios, permitiéndoles aprender sobre cultura, tradiciones, política, temas sociales, y que además ha transformado la manera de aprender. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que las redes no fueron creadas para este fin, pero por la potencia que han adquirido con los años, son fuentes de información y a la vez por la inmediatez que estas proyectan, para tomar en cuenta estas potencialidades es necesario incentivar a los estudiantes de las instituciones superiores a crear tácticas y así apoyar a su práctica educativa.

(Guichardo, 2019) se refiere que con el advenimiento de las nuevas tecnologías se van construyendo una realidad y una relación social mediante la interacción de una comunicación multimedia que se tiene con los usuarios de la web, es decir, que se crean conceptos nuevos llegando a dar sentido a estas concepciones, conocida comúnmente como “alfabetización mediática” dando cuenta de las múltiples formas de responder, con nuevas definiciones a través de los símbolos que se van originando por la hibridación digital.

Guichardo (2019) reconoce que las TICS permite a las personas, construir un perfil público refiriéndose a las cadenas de simbología; como los hashtags que desde un inicio se destinaba únicamente como un símbolo numérico (#), sin embargo desde el punto de vista de la virtualidad se usa para hacer notar o diferenciar de un tema de interés o hacer que este texto se vuelva viral y que los usuarios la utilicen constantemente, otra de las simbologías que se emplea es el denominado arroba (@) , esta se aplica para el ingreso de las cuentas o para indicar o etiquetar en las publicaciones a un amigo virtual.

(Chanqusij, Flores, Constante, & Cadena, 2019) establece que, los educadores y los aprendices no tienen una base fundamental de los elementos que ofrecen las redes sociales para la educación de los jóvenes ya que en la actualidad no existen medios específicos que se tomen a favor; es decir que no se da un buen uso en el ámbito educativo por parte de los alumnos. Mediante las investigaciones se busca informar sobre lo importante que es la fusión de las redes digitales con la enseñanza, para que, en un futuro no muy lejano, las nuevas generaciones puedan utilizar estas plataformas a su favor para su aprendizaje académico.

A nivel mundial los medios sociales han sido tomadas solo como espacios de entretenimiento, para momentos de ocio, que traen consigo elementos nocivos, tal y como lo

suponen (Catagua & Ángela , 2019) sin embargo, las plataformas que se nos ofrecen hoy en día poseen características tales como: clases vía online, contactos con expertos en varias ramas, búsqueda de información pertinente, aprendizaje por artes gráficos, etc. Que pueden ayudar a los universitarios a desenvolverse y obtener conocimientos en un campo más amplio en el ambiente académico y profesional.

2.1.1. Internet, TICS.

El boom de la era digital abrió un sitio en la red, es decir una geografía digitalizada, sin tiempo ni espacio. Se redefine la distancia, pero no suprime la geografía de la virtualidad, en dónde diversos usuarios suben todo tipo de contenido y se crean distintas plataformas para hacer la vida más fácil del ser humano en cuestión de estudio y trabajo. (Jódar & Juan , 2010) añaden que a medida en que se obtiene la información surgen nuevas posibilidades que repercute de una manera inimaginable, donde el público se relaciona con los medios tradicionales y medios digitales, es decir la mezcla entre la Pc y Tv da paso a un lenguaje audiovisual dejando de lado los canales tradicionales y consumiendo más las nuevas tecnologías, las mismas que a su vez permiten tener una interacción entre emisores y receptores.

De acuerdo con Jordán & Juan (2010) el hombre a través de los años se ha ido adaptando a múltiples cambios, dando como resultado la creatividad y nuevos estilos de vida, como por ejemplo el teletrabajo, la tele educación, la telemedicina, etc. Es decir, que las profesiones y a la vez las empresas, han llevado sus conocimientos a la virtualidad haciendo la vida de las personas más

cómoda, mediante la información que se recibe todos los días y los elementos que se pueden obtener del fenómeno de Internet.

(Domínguez & Lopez, 2015) indican que el avance tecnológico acelerado de las nuevas tecnologías, son actualmente necesarias e indispensables, llegando a crear una necesidad, donde las universidades deben estar en una constante adaptación a las exigencias de la sociedad actual, para incrementar de manera eficaz las capacidades y competencias tecnológicas para que los estudiantes estén preparados en cualquier tema y que puedan obtener más conocimientos profesionales. De igual forma se debe tomar en cuenta de que los profesores deben incorporar en sus actividades extracurriculares el uso de las TICS, para desarrollar mucho más las estrategias educacionales con el fin de que los jóvenes mantengan el interés en lo educativo y en sus profesiones en los procesos de enseñanza-aprendizaje.

(Botas, 2021) manifiesta que las redes sociales, Internet y los *Smartphones* han hecho que los universitarios estén permanentemente en contacto con otros usuarios de la red, haciendo de este tipo de comunicación un rasgo esencial de su existencia y a la vez de ser aceptados por este entorno virtual, prácticamente es su centro de comunicación y de sus relaciones. Uno de los elementos que tienen en común todos estos medios son las fotografías, un medio de comunicación particularmente potente para comunicar pensamientos, decisiones y estilos de vida mediante este arte. Los jóvenes del siglo XXI utilizan la fotografía como su mejor herramienta de comunicación en las plataformas digitales.

En este entorno virtual donde los usuarios están viviendo la fotografía, juega un rol importante tal y como añade Botas (2021) sin duda, es una de las herramientas que más acogida e impacto ha tenido en los internautas que están constantemente en las redes. Las clasificaciones de varias fotografías en los medios digitales han hecho el uso frecuente de la cámara en los teléfonos móviles, ya que no es necesario llevar una cámara profesional para plasmar un recuerdo o un momento, esto hace más interesante el poder de la inmediatez de capturar dicho momento a través de imágenes creativas.

2.1.2. Redes sociales.

Cuando se habla de red, se refiere a un colectivo de forma individual o global, que se relaciona con un propósito en específico. La red está constituida por tres componentes como son: “nodos o actores, vínculos o relaciones y flujos” (Velázquez & Aguilar , 2005). Los nodos se refieren a un espacio de unión en una red en diferentes públicos, lo cual implica a los vínculos, es decir, una afinidad que unen a los nodos. Los vínculos permiten que el nexos en medios sociales sea activo para la obtención de datos y de información relevante para los usuarios de Internet. Los flujos indican la información que es recibida de manera bidireccional o mutuo en los medios digitales. Las redes sociales son conformadas por los cibernautas u organizaciones de la web, que se mantienen conectados a partir de temas de intereses generales y de temas personales comunes. Mediante estos medios sociales se crean las llamadas relaciones entre los navegantes de red o empresas de forma inmediata sin límites de tiempo y espacios físicos.

(Monsalve & Granada , 2013) explica que una de las características que nos ofrecen las redes sociales es el potencial comunicativo; sin duda alguna, la red que los internautas frecuentan a menudo es la red social de Facebook, es ahí donde los educadores deben valerse de este medio y de las herramientas que ofrece para hacerse servir como un canal comunicativo en el ámbito pedagógico, para que los jóvenes aparte de estar sumergidos en las redes sociales con fines de ocio, puedan también valerse para temas relacionados a sus estudios y profesiones. Se muestra un beneficio en la red social de Facebook como un espacio para la comunicación, mediante la interacción de opiniones que se realizan en los *posts* de esta red, la retroalimentación que se obtiene a partir de las reacciones de una publicación. En referencia con los estudiantes universitarios, se pretende analizar cómo utilizan los social media a su favor si son inclinadas más en lo educacional, en lo social o simplemente para entretenimiento.

En su investigación (Flores , Chancusij, Cadena, Guaypatín, & Moltaluisa, 2017) “La influencia de las redes sociales en los estudiantes universitarios”, los medios sociales han llegado para mejorar la calidad de vida entre los estudiantes, donde las aplicaciones contienen una gran variedad y alcance de información. Los alumnos en la actualidad se encuentran sumergidos ya sea dentro o fuera de la institución, permitiéndoles interactuar con diferente tipo de contenidos por medio de estos canales.

(Muñoz, Fragueiro, & Ayuso, 2013) destacan que a través de los años lo académico ha tenido un crecimiento en la educación superior, a principios el docente jugaba un rol fundamental; ya que, mediante libros, apuntes en libretas y la memorización por parte del estudiante, hacía que el proceso de enseñanza sea lenta y complicada. En la actualidad se ha ido fusionando los métodos de la virtualidad con la enseñanza clásica, las nuevas tecnologías han ayudado a renovar la manera

de aprendizaje. (libros= Libros digitales, apuntes en libretas=fotografías, blog de notas, y la memorización por parte del estudiante= acceso directo a la información, evaluaciones prácticas).

Muñoz, Fragueiro, & Ayuso (2013) indican que las redes sociales se han convertido en una herramienta cada vez más imprescindible en aspectos sociales, como el profesional, de relación, educativo, entre otros ámbitos, pero siempre permitiendo el intercambio de información entre personas que han marcado un hito en materia de difusión masiva, debido a su alcance, características e impacto en la sociedad actual.

Según (Dèu, 2021), las redes desde que aparecieron, causaron un gran impacto en nuestras vidas, han ido revolucionando la forma de conectarnos desde diferentes lugares del planeta. Los medios sociales se han vuelto plataformas virtuales en los que nos formamos, construimos relaciones, configuramos y moldeamos nuestra identidad, nos expresamos y conocemos el mundo externo. Estos medios están en diferentes etapas de una persona, pero la que más ha repercutido es el efecto que tiene en la salud mental, estas han generado un gran movimiento en la juventud ya que están solidificando su desarrollo emocional y psicosocial en los jóvenes, por esta razón es necesario una mayor comprensión sobre las consecuencias que ocasionan. Los medios sociales en este tiempo son algo básico en el diario vivir, lo vemos como algo cotidiano, un uso constante y por tal motivo ha llevado a tener un impacto negativo, tanto en el ámbito anímico y psicológico. Dèu (2021) explica, que el uso de las plataformas digitales han causado que los estudiantes estén en peligro al momento de manipularlas. Como es en el caso de la red social de Instagram, que es catalogada como una de las aplicaciones más peligrosas para la salud mental en los usuarios que la utilizan, por el motivo de los estereotipos que vende este medio como, por ejemplo: ganar seguidores, fotografías de modelos, adicción de filtros, entre otros.

En el enunciado “Las Redes Sociales y Adolescencias” (Hernández, Yanez, & Carrera, 2017) alude que las redes han conseguido quedarse en la población, así mismo, que cada día se siguen esparciendo con diferentes aplicaciones y usos para cada persona. Los medios sociales han llegado para tener un acercamiento virtual con más individuos que comparten intereses particulares, preocupaciones, gustos, etc. Estas plataformas están presentes en adultos, jóvenes y niños, donde se destaca a los jóvenes principalmente, que pasan muchas horas de su día con sus dispositivos y en las redes sociales, limitando varios momentos de socialización en sus vidas.

Como lo explican Hernández, Yanez & Carrera (2017) estar muchos minutos en las redes puede tener varias consecuencias en las maneras de interactuar, por ende, tienen sus ventajas al momento de expandir sus habilidades de aprendizaje. El crecimiento continuo hace que los medios sean parte y estén con las personas cada momento convirtiéndose en algo necesario e imprescindible para las personas que lo utilizan.

En la revista psicológica “Los Adolescentes y Redes Sociales” (Fernandez & Ruiz , 2014) alega que las redes se han instalado de una manera increíble en nuestra sociedad y en diferentes áreas de trabajo y estudio. Por esta razón, en los distintos campos es necesario ir a la par con el mundo virtual, de esta forma los jóvenes deben tener esta educación y relación para poder conocer e interactuar con las redes ya que ellos serán la sociedad del futuro, de la misma forma estar muy atentos cuál es el uso que le dan a estas plataformas.

En común acuerdo con Fernández & Ruiz (2014), las redes siguen avanzando cada día y por este motivo los jóvenes deben estar cada vez con esta interacción reconociendo y aprendiendo los beneficios de los medios digitales, de igual manera saber analizar cuáles son los riesgos que se pueden encontrar en este mundo virtual. Ya que como es de conocimiento general, si no se usa adecuadamente la información en estas plataformas pueden causar dificultades, como puede ser la suplantación de identidad, robo de datos, ciber acoso, etc. Es por ello que se debe tener tino al momento de colocar los datos pertinentes, que tanto se quiere que se sepa sobre su vida privada y hasta donde se lo permite que se lo conozca, sin lugar a dudas, los espacios virtuales actualmente son necesarios e indispensables para los seres humanos, pero así mismo también como son útiles y provechosas también pueden ocasionar conflictos.

Los avances en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se han integrado en casi todos los escenarios de nuestra sociedad. Según la página web (Ergon, 2021), hace referencia a que las redes sociales más usadas del mundo están " Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram y Tik Tok" la misma que brinda los siguientes significados:

2.1.2.1. Facebook.

En la revista digital “Facebook de un rey una propuesta educativa para la enseñanza de la historia mediada por redes sociales” (García & Fuentes, 2019). El uso de estas plataformas en los jóvenes se ha extendido como un medio de comunicación eficaz, transformando las estructuras

tradicionales de interacción entre el emisor y receptor, los estudios que se han realizado en los últimos años demuestran que Facebook destaca como una de las principales y más usadas por los internautas, debido a que esta plataforma contiene varios elementos que le hacen atractiva entre edades promedias, porque se proporciona la flexibilidad para que sean más creativos a la hora de publicar contenido multimedia , junto con la rapidez y eficacia de comunicación que se pueden dar entre los usuarios de este medio social. Este medio ofrece varias herramientas que permiten llevar en marcha a contextos educativos, facilitando la implementación de metodologías para el aprendizaje colaborativo.

Fuentes & García (2019) recalcan que Facebook se ha abierto en el campo de las comunicaciones como una red social indispensable para la interacción de los usuarios, la manera en la que se ha ido cambiando la comunicación ha sido de manera efectiva para que el mensaje que se desea transmitir sea de manera rápida, creando nuevas maneras de acelerar el proceso comunicativo. Se pasó del tradicional emisor y receptor, donde la información que se transmitía solo era unidireccional, mientras que ahora la información se la hace de manera bidireccional es decir que, los usuarios pueden enviar, recibir los mensajes y colaborar con los datos que se sube a diario en la plataforma de Facebook. La red social es un medio que además de prestar sus servicios a los cibernautas, posee herramientas que permiten a los jóvenes que están en el contexto digitalizado, desarrollar maneras de llevar estos beneficios a un contexto educativo, cuyas formas de comunicarse y de interactuar son variadas, los docentes que tratan de implementar estas tecnologías en las aulas de estudio encontraran estudiantes que les llame la atención a ser parte de

este método de enseñanza ya que encontraran motivos esenciales para utilizar estos medios fuera de las aulas universitarias y que a la vez exista un vínculo con sus momentos de entretenimiento.

En la página web “Escuela Ergon” añade que, desde hace años, Facebook ocupa el primer lugar en ser la red social más usada y con más seguidores del mundo. Tiene más de 2,900 millones de usuarios y sigue creciendo diariamente. Facebook fue creado en 2004 por *Mark Zuckerberg* estudiante de la universidad de Harvard, a primera instancia la red fue creada con el fin de mantener contacto con los estudiantes de la misma universidad, en la actualidad es una de las plataformas preferidas por los jóvenes, ya que una de las características principales es el acceso a la información y la interacción entre navegadores sin temáticas o temas en específico, una red que sin duda se encarga de conectar a amigos, familiares y socios de negocios. También el medio social permite compartir imágenes y vídeos, acceder a un chat, creación de grupos de trabajo o de cotilleo permitiendo a los administradores el control absoluto de estos chats privados, también da la posibilidad de crear páginas de fans e incluso posibilita la promoción y marketing de productos o servicios. (Ergon, 2021).

Para la escuela Ergon (2021) los jóvenes han tomado esta red social para momentos de entretenimiento, con un fin para conversar, compartir sus ideas o pensamientos, contar historias, hacer *lives*, subir videos y fotografías, compartir inquietudes, hacer conocer un tema público, hacerse escuchar, promover noticias, entre otras actividades más que ofrece esta plataforma. Sin embargo, pese a todas estas prestezas que se pueden realizar en este medio, hay que tener en cuenta que el fin principal se establece como una herramienta de comunicación, (**Ver tabla 2**), donde genera actividad comunicativa entre comunidades virtuales sobre temas de interés colectivo.

Tabla 2.

Herramientas que se pueden encontrar en Facebook para sus usuarios.

Muro.	Es el perfil propio de cada usuario. En este espacio se puede encontrar las publicaciones personales que se suben o comparten o que otros usuarios hayan hecho en el muro personal.
Grupos.	Espacios donde se pueden compartir temas en común con otros cibernautas de la red, pueden compartir de manera privada imágenes, videos, links y demás contenidos.
Blog/notas.	Espacios de interacción con temas específicos y hay actualizaciones de manera constante.
Eventos.	Esta opción permite comunicar a los miembros de esta red sobre eventos como ferias, congresos, auditorias, etc. e invitar de manera colectiva.
Citas.	Permite conocer a personas que no están en la lista de amigos. Mediante fotos y mensajes.
Páginas.	Esta herramienta crea perfiles para diferentes cuentas comerciales para gestionar la interacción y participación de los usuarios.
Historias.	Son imágenes y videos cortos de la vida diaria de cada internauta, contadas en breves segundos en un espacio que permite Facebook.
Publicaciones.	Sitio donde se pueden compartir imágenes, videos, links, preguntas al público, entre otros más, para interactuar con otros cibernautas.
Bandeja de entrada: Messenger, comentarios.	Esta opción permite reunir la información en un solo espacio que proporciona Facebook, con el fin de mantener un contacto inmediato y seguro con los sujetos que permanecen en línea.
Empleos.	Ayuda a buscar y llegar a encontrar empleo o buscar personas interesadas en oficios específicos, colocando las ofertas de empleo en una sola página.
Tiendas.	Permite colocar servicios o productos que estén en venta, realizando compras vía online
Estadísticas.	Este apartado contiene información general de la página que se está administrando como la interacción que tienen los públicos con el producto o servicio.

Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho; muestra las herramientas que se utilizan en esta plataforma para el acto comunicativo con otros usuarios de la misma red.

2.1.2.2. Instagram.

En el sitio digital Escuela Ergon (2021) Instagram tiene más de 1.47 millones de usuarios. Fundada en 2010 y adquirida en 2012 por Facebook. La red social está enfocada en compartir fotos y vídeos; cada día transformándose como una técnica de marketing. Según la investigación de (Mera & Rojas, 2018) Instagram es una aplicación similar a otros medios, tales como Facebook, Twitter y Tik Tok, de carácter social, lo cual hace énfasis esencialmente en la imagen o fotografías. Es un medio social en donde los internautas pueden interactuar mediante las fotografías y videos de corta duración, historias o microvideos, los *likes*, comentarios, *stalkeo* de perfiles, etc. Este medio se ha vuelto uno de los más importantes para publicitar contenido ya sea personal o de emprendimientos. A parte de que esta plataforma permite el contacto con personas conocidas y desconocidas, facilita además mantener un estrecho contacto con figuras públicas, permitiendo así que se genere las tendencias y las modas, brindando al mismo tiempo ganar seguidores para sus cuentas personales. Instagram ha creado estrategias para mantener a sus navegadores en la red y una de esas estrategias es el “tiempo” esto debido a que las personas cambian constantemente en sus estilos de vida y ya no dedican su tiempo en leer artículos de moda, de ciencia, farándula, etc. En cambio, lo que prefieren hoy en día es el contenido informático encerrado en píldoras, cosas inmediatas, que una fotografía donde se detalle lo más esencial o cortos que contengan lo que la audiencia quiere escuchar. (Ergon, 2021).

Escuela Ergon (2021), alude que Instagram es una plataforma que ha tenido gran alcance en los más jóvenes ya que por medio de esta red pueden transmitir emociones, sentimientos, estilos de vida, mediante una fotografía instantánea, un videoclip, un *reels* o una historia, ya que esto hace

que los cibernautas puedan mirar este contenido interactivo compartido en esta red, lo que Instagram trata de hacer es reducir el tiempo y el espacio, de que sus usuarios sean creativos al momento de tomar una fotografía y que los que están en el medio puedan observarla e interactúen a través de comentarios y de *likes* de los contenidos multimedia que llamen la atención inmediata de los “amigos virtuales” ya que si este contenido no entra en los tiempos y los espacios establecidos, popularmente conocido como el “*real time*” el mensaje de los usuarios no será tomado en cuenta. En total acuerdo con Mera & Rojas (2018) Instagram está posicionándose como la red social que se adapta a las necesidades de sus consumidores, ya que cada vez crea más elementos para hacer más eficaz la experiencia de los que tengan esta aplicación en sus dispositivos electrónicos. Este medio atrae a los que lo utilizan por su facilidad de uso, en la edición de imágenes y varios filtros que se encuentran en la misma *App*, la imagen juega un papel fundamental ya que se vuelve parte de la vida cotidiana de las personas, muchos de los que están en esta red son personas visuales y por ende necesitan observar imágenes para captar el mensaje que se desea transmitir, y a la vez plasmar retratos idénticos a través de la creatividad de la fotografía, imágenes o videos similares a los de otros usuarios, para esto los creadores de este medio social han puesto a disposición herramientas para que los que navegan puedan divertirse y permanecer en esta red. **(Ver tabla 3).**

Tabla 3.

Herramientas que se pueden encontrar en la red social de Instagram para sus usuarios.

Herramientas de Instagram	
Perfil público y privado.	El perfil de Instagram puede ser público y privado para cada usuario. Público: Para personas que no tienen restricción de usuarios y los que no lo siguen puedan observar su perfil. Privado: Para personas que lo tienen con restricción sin opción a que usuarios que no lo siguen no puedan ver su perfil personal.
Lives	Permite transmitir videos en tiempo real, con opción a que estos queden guardados o eliminados del perfil personal.
Stories	Se pueden colocar en un apartado de Instagram fotos y videos en corta duración que desaparecerán trascurridas las 24 horas.
Reels	Se trasmite mediante micro videos sobre temas de interés, que los pueden observar usuarios que siguen o no al que lo crea.
Grupos	Espacios donde se pueden compartir temas en común con otros usuarios de la red, pueden compartir de manera privada imágenes, videos, links y demás contenidos.
Bandeja de entrada: chats, comentarios.	Esta opción permite reunir la información en un solo espacio que proporciona Instagram, con el fin de mantener un contacto inmediato y seguro con los usuarios que permanecen en línea.
Publicaciones	Espacio donde se pueden compartir imágenes, videos, links, preguntas al público, entre otros más, para interactuar con otros cibernautas.
Tiendas	En este espacio permite colocar servicios o productos que estén en venta, realizando compras vía online.
Estadísticas	Este apartado contiene información general de la página que se está administrando como la interacción que tienen los públicos con el producto o servicio.

Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho; muestra las herramientas que se utilizan en esta plataforma para el acto comunicativo con otros usuarios de la red.

2.1.2.3. Tik Tok

El medio social de Tik Tok crece incesantemente, actualmente se encuentra con más de 800 millones de cibernautas. Se impulsó en un público extranjero el año 2017. Es una red social que crea y comparte vídeos cortos (Ergon, 2021).

Según la búsqueda de (Fernández, 2021) Tik Tok es una red asiática creada por la empresa china *Bytedance*, desarrollada con el fin de compartir y crear videos musicales, con su nombre original *Douyin*, que significa “sacudir la música” en chino. Fue lanzada en septiembre de 2016 y su crecimiento ha sido espectacular hasta la actualidad, superando por encima a YouTube, WhatsApp, Instagram, Facebook entre otras redes sociales más. Esta plataforma permite a sus usuarios crear, compartir videos musicales y fotos en diferentes periodos de tiempo, donde se le puede agregar varios filtros, añadir fondos musicales dependiendo su uso y gusto, de la misma manera posee algunas funciones de inteligencia artificial como interesantes efectos especiales, y características de la realidad aumentada, entre otras más, de la misma manera ofrece funciones como enviar mensajes, lista de amigos, así mismo un sistema de seguidores, similar a Instagram pero enfocado directamente a los videos.

Tik Tok llegó a revolucionar la forma de entretener a sus seguidores, según Escuela Ergon (2021) dice que se lo hace mediante la creación de contenido, para poder interactuar con la sociedad y ha llegado para hacerle competencia a las demás redes como Facebook e Instagram las mismas que ya tienen años en la red, esta *App* mediante sus funciones y utilidades hace que las personas quieran seguir experimentando en este mundo virtual, donde se encuentran sumergidas

por varios minutos u horas en la creación y revisión del contenido que mejor cumpla sus expectativas.

La Revista Española de Comunicación y Salud con su investigación en “La propagación digital del coronavirus: Midiendo el *engagement* del entretenimiento en la red social emergente Tik Tok” (Ballesteros, 2020) indica que en el 2016 la empresa china creó *Douyin*, cuyo propósito era la creación de videos y otras funciones más. En noviembre de 2017 combinó con *Musical.L* y, fusionando estas dos aplicaciones se creó Tik Tok en 2018, según *New Scientist* menciona que esta aplicación es la primera red social china que consigue ser popular en todo el mundo. Tik Tok interactúa de una forma muy interesante con los usuarios, permitiéndole crear contenido digital (creación, edición, efectos, etc.), así mismo mediante los hashtag y música actual la que ayuda a que esta *App* sea famosa; el éxito de este medio ha estado compaginada con el uso de los algoritmos y de la inteligencia artificial, los mismos que analizan los comentarios, *likes* y visualizaciones, además el alcance de esta plataforma se debe mucho a los jóvenes ya que el 52% de los usuarios tiene menos de 29 años, siendo uno de cada cinco personas menores de 19 años, llegando a identificar a los internautas como la “Generación Z” .

Este medio social, según Ergon (2021), tiene a los jóvenes involucrados y revisando contenido a cada momento, la misma que mediante algoritmos propios de esta aplicación hacen que su contenido sea muy actual dependiendo las tendencias, hashtag o música alrededor del mundo, entre otras funciones más que le ha llevado a que sea una de las aplicaciones más usadas a nivel global. (Véase tabla 4).

Como lo explica la BBC (NEWS, 2018) a partir de la pandemia de COVID-19, la vida de la población en la tierra cambió de muchas maneras en diferentes ámbitos, es decir que lo virtual empezó a prevalecer en varios campos como en el trabajo, en las relaciones interpersonales, en el modo de entretenimiento, etc. De acuerdo con (CHAPPLE, 2020) la aplicación Tik Tok tuvo un crecimiento muy importante en esta emergencia sanitaria, que por estos acontecimientos llegó a tener 315 millones de descargas en las diferentes tiendas de cada dispositivo como *App Store* y *Google Play Store*.

Para la “*BBC NEWS*” (2018) Tik Tok tuvo un incremento en sus descargas, en el periodo de la pandemia, ya que fue de mucha utilidad en el campo de trabajo; como los negocios o emprendimientos, así mismo en el campo del entretenimiento, como por ejemplo: la elaboración de bailes, noticias, recetas, *tips* de casa, películas de todo tipo, etc.; en pequeños cortos para sus usuarios, y es ahí donde se sintieron conectados e identificados con esta *App* para aportar a su evolución y alcance a nivel global.

Tabla 4.

Herramientas que se pueden encontrar en Tik Tok para sus usuarios.

Añade Música	Es la sección donde se puede buscar la música preferida para utilizarla con el video o fotos.
Cambiar la velocidad	Aumentar o disminuir la velocidad con los botones de la parte inferior de la pantalla. Se puede elegir en 0,3x o 0,5x para cámara lenta y 2x o 3x para cámara rápida.
Añadir filtros	Se dividen en cuatro categorías principales: retrato, paisaje, comida e intenso. A la derecha de la pantalla, se puede encontrar una varita mágica con forma de estrella.
Grabar en manos libres	Con el temporizador se puede grabar sin tener que mantener pulsado el botón. Solo tienes que tocar el botón Temporizador a la derecha de la pantalla para activar esta función.
Añadir efectos	Se puede encontrar varias categorías: nuevo, tendencia, entre otras. Para pre- visualizar un efecto, se debe tocarlo. Efectos especiales 2D, 3D y de RA que animan a los usuarios a participar y que le llamen la atención a su uso.
Añadir texto	El tic rosa en la esquina inferior derecha de la pantalla, se encuentra las herramientas de edición, incluido el botón de texto, se puede cambiar la fuente, la alineación y el color con los botones que aparecen sobre el teclado.
Grabar voces superpuestas	Se puede añadir una capa adicional a tu vídeo para narrar una historia o crear un tutorial para diferentes fines.

Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho; muestra las herramientas que se utilizan en esta plataforma para el acto comunicativo con otros usuarios de la red.

2.1.2.4. YouTube.

YouTube es considerada como la aplicación que se encuentra en la segunda posición en las redes, con más de 2,000 millones de individuos. Es un medio social que ayuda a distribuir, medios

audiovisuales sobre temáticas virales, colgados en la red por las personas a través de Internet. También los internautas buscan alrededor del mundo, constantemente a esta plataforma. (Ergon, 2021).

En la página Hormat Blog (Pereira, 2020) alega que YouTube fue inventada por Chad Huley, Steve Chen y Jawed Karim en el año de 2005, a principios estos autores crearon la plataforma para una utilidad privada y compartirla con sus amigos, por este motivo los primeros días de su creación su material audiovisual tenía solo 19 videos y pocas visitas, pero al pasar los días esto quedaría en el pasado, el video número 20 fue el que dio un gran paso para que esta red se dé a conocer, mediante este último video algunas marcas mundiales se interesaron en esta empresa para poder difundir sus productos y tener un mayor alcance. En el 2006 YouTube era una de las aplicaciones con mayores oportunidades para crecer y ser la revelación del futuro. En los primeros meses tenía 4,9 millones y ascendió rápidamente a 19,6 millones de usuarios, a medida que transcurrían los días el contenido de este medio se fue incrementando, sumando en visitas y adeptos, convirtiéndose en uno de los espacios digitales con más internautas y visitas al día. Esta aplicación tiene la historia como la de muchas redes sociales, donde al principio tenía poca acogida, pero a través del tiempo fue creciendo y siendo una de las pioneras en crear contenido audiovisual, utilizando las herramientas idóneas (**Véase tabla 5**).

Tabla 5.

Herramientas que se pueden encontrar en YouTube para sus usuarios.

Herramientas de YouTube	
Buscar y reproducir vídeos	El buscador de video el mismo que sirve para poder encontrar diverso tipo de contenido.
Crear contenido	Realizar, crear y subir vídeos, retransmitir en directo, hacer estrenos, crear una comunidad, chatear en directo y donde se podrá monetizar el contenido conforme el número de suscriptores.
Suscribirse a otros canales	Es una función muy interesante para estar al tanto de los canales de interés y permite que YouTube notifique un nuevo vídeo, también se puede dar en el botón “suscribirse”.
Interactuar con otros vídeos	Desde la cuenta se podrá ver otros vídeos escribir comentarios sobre ellos, darle <i>like</i> o <i>dislike</i> , según le parezcan o compartir el contenido en <i>webs</i> o redes sociales.
Crear tu propia biblioteca de vídeos	Dentro el canal se puede organizar como se desee para no perderse ningún contenido, desde crear listas de reproducción propias, hasta guardarte vídeos para “ver más tarde”, repasar el historial o tenerlo en los favoritos.

Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho; muestra las herramientas que se utilizan en esta plataforma para el acto comunicativo con otros usuarios de la red.

2.1.2.5. WhatsApp

WhatsApp se mantiene en el tercer puesto con 1,600 millones de consumidores de redes. Considerada como la plataforma digital de mensajería instantánea para dispositivos táctiles más utilizada del mundo. Permite recibir y enviar mensajes, links, notas de voz, imágenes, etc. (Ergon, 2021).

(Ortiz, 2019) explica que WhatsApp fue creada en 2009 por uno de sus fundadores como Jan Koum, donde él quería establecer un medio que pueda enviar notificaciones a sus compañeros,

pero esto después cambió y el objetivo fue crear una *App* de mensajería instantánea. Brian Acton fue el cofundador y se involucró con Koum para poner en marcha esta idea en la sociedad, la misma que le llevo a tener resultados impresionantes. Actualmente es una de las redes digitales más usadas por las personas, cuenta con 2000 millones de usuarios a nivel mundial y su dueño es *Mark Zuckerberg* el creador de Facebook, la compra se dio en el año 2014 en un monto de \$19 millones de dólares. Esta red de mensajería permite estar conectados con varias personas alrededor del mundo de una forma más rápida, con múltiples características para su familia digital como: recibir y enviar mensajes escritos y de voz, compartir estados en tiempo real, crear grupos de chat con varias personas en diferentes partes del mundo, compartir documentos, fotos, videos, música, etc.

Para Ortiz (2019) WhatsApp está revolucionando el mundo de mensajería, siendo la pionera en la actualidad para el envío ya sean notas escritas o de audio, acompañada de otras funciones que ofrece esta *App*, siendo útil para sus navegadores en cada momento, ya que las personas le han hecho parte de su vida cotidiana. (**Ver tabla 6**).

Tabla 6.

Herramientas que se pueden encontrar en WhatsApp para sus usuarios.

Mensajes de voz / audio.	Un botón colocado en la parte inferior de la aplicación para enviar mensajes de texto o audio.
Documentos.	Fotos, videos, documentos que se han recibido por parte de externos.
Gifs.	Pequeñas imágenes en movimiento que se utilizan para poder enviar en los mensajes, algo que en la actualidad está pasado de moda.
Stickers.	Imágenes que se pueden crear para enviar en los mensajes, además también se pueden recibir y ser guardadas.
Historias.	Un segmento que dura 24 horas y puede ser vista por los contactos de esta aplicación. Las historias pueden ser videos, fotos, escritos, etc.
Compartir contactos.	Sirve para compartir los contactos con otras personas.
Compartir documentos.	Sirve para compartir documentos con sus contactos (<i>pdf</i> , videos, presentaciones, ente otras).
Compartir ubicación.	Utilizada para enviar la ubicación de donde se encuentra una persona en ese momento.
Llamadas de voz.	Útil para conversar con una o varias personas en cualquier momento desde diferentes lugares.
Video llamadas.	Mediante una video llamada se puede ver e interactuar con una o más personas.
Grupos de WhatsApp.	Grupos de chats para diferentes fines como el educativo, trabajo, conservatorio, etc.

Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho; muestra las herramientas que se utilizan en esta plataforma para el acto comunicativo con otros usuarios de la red.

A partir de la información recolectada, podemos añadir que las plataformas digitales como Instagram, Facebook y Tik Tok han tenido un crecimiento enorme en estos últimos años. Para (Guaña, Quinatoa, & Arequipa, 2018) las nuevas tecnologías permiten que los flujos comunicativos sean amplios y accesibles, logrado así la inmediatez a través de Internet, siendo este proceso de mayor acogida por los jóvenes; que se sienten atraídos por estos canales de comunicación para estar interconectados en distintas horas y lugares. Por esta razón se pretende abordar y conocer el

impacto de personas de 18 a 25 años de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, al momento de utilizar las redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok) a partir de diferentes enfoques y puntos de vista, de esta manera interpretar los comportamientos que ocasionan estos entornos virtuales.

2.1.3. Ventajas y desventajas de los medios sociales en jóvenes estudiantes.

Los medios sociales han alcanzado una enorme influencia en el entorno social permitiendo a los usuarios que el manejo sea de manera sencilla, comprensible y rápida, donde se difunden las opiniones personales, creencias y estilos de vida, según añade (Gudiño, s.f.), este tipo de redes son fáciles de descargar y de tener instalados en los teléfonos celulares y por ende en su gran mayoría son gratuitas, lo que ha provocado que día a día crezcan en millones de cibernautas, lo que ha facilitado las ventajas en las maneras de relacionarse, haciendo más fácil la interacción entre personas que padecen de estas dificultades a la hora de socializar. Como en todo tema, siempre contienen sus ventajas y desventajas, las redes sociales no son la excepción, la mala utilización de estos medios puede afectar a la población más joven, los peligros que estas plataformas causan a la hora de utilizarlas de manera inconsciente pueden llevar al acoso *cibernético*, tecno-adicción, *ciber bullying*, suplantación de identidad, entre otras. Los estudios demuestran que la capacidad adictiva a los medios sociales se debe a que estos cumplen con facilidad de manejo, sin costo alguno y una amplia disponibilidad de elementos, para que sus usuarios pueden manejarlos de forma rápida y sencilla, sin embargo, el uso excesivo y desmedido del Internet causa un detrimento, es decir un daño moral y material en contra de los intereses de otra persona o de alterar la conducta de un individuo, causando un perjuicio y nocividad en los internautas.

Conforme con Gudiño (s.f.), los medios sociales o espacios virtuales, llevan a los jóvenes a crearse perfiles, compartir temas comunes, de interactuar con personas extrañas a su entorno cotidiano, llamado también en las plataformas como “amigos virtuales”. Hoy en día es una actividad que se la hace a cada hora y cada instante, este tipo de acciones la vemos con normalidad, es decir que desde el primer mensaje que se envía al despertarse hasta el último al acostarse. El ser humano siente la necesidad de interactuar, ya que somos seres sociables, se satisface con la compañía de otras personas y eso la cumplen los medios digitales por su pronta respuesta en la interacción. Las personas se conectan a primeras instancias del día en busca de entretenimiento, ya sea para crear contenido multimedia con las múltiples herramientas que se ofrecen en el entorno virtual o enviar mensajes; sin embargo, los riesgos también están presentes en estos espacios cibernéticos, ya que puede causar adicción por su mal uso, los medios se han convertido en una brecha entre los alumnos universitarios, al ser este un problema. Los estudiantes tienden a descuidar las actividades cotidianas, en lo académico a bajar el nivel de estudio y la pérdida de concentración, así mismo la ansiedad que puede producir por tener su celular en la mano y permanecer en línea todo el tiempo, son uno de los riesgos que causan el exceso a estas aplicaciones, “el uso excesivo de las redes sociales y de ahí, la adicción a ellas, surge como sucede con otras adicciones, a partir de factores individuales, socioculturales y de reforzamiento” (Andreassen, 2015).

En los factores individuales, Andreassen (2015) argumenta que los usuarios encuentran un refugio para huir de sus problemas, es decir que hallan un espacio de entretenimiento para alejar por un momento el estrés, pero no es suficiente para contrarrestar este aspecto negativo, ya que los jóvenes se albergan en estos medios y es así que no les permiten encontrar soluciones a las dificultades que los aquejan o no encuentran tácticas de relajación, llevándolos a molestias para su salud mental. Encuentran en estas redes digitales la cercanía de personas que a lo mejor están a

millones de kilómetros de distancia, pero que en sí, tratan de disminuir la soledad y sentirse rodeados de mensajes y comentarios agradables que les hacen “subir la autoestima y su seguridad”, afectando al momento de la interacción personal, de poder expresarse con claridad ante los demás. También otro de los riesgos, son el uso incorrecto de los signos de puntuación y el uso de abreviaturas que se han ido incorporando, en otras palabras, el mal uso del lenguaje, la destrucción del lenguaje en sí mismo. (Ver tabla 7).

Tabla 7.

Uso de abreviaturas en redes sociales.

ABREVIATURA	CONTEXTO
XD	Para referirse que algo es gracioso.
Xq	Refiere al ¿Por qué?
Q	Refiere a la pregunta ¿Qué?
Hi	Para referirse a un “Hola”
X2	Para decir que a uno piensa o le pasa lo mismo.
Bn	Para referirse a ” Bueno”
Hai	Termino mal empleado, referente a “Ahí”

Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho; Destrucción del lenguaje por el uso de abreviaturas y el mal uso de las definiciones.

Algunas de las ventajas y desventajas se detallan a continuación:

VENTAJAS.

Los medios digitales han evolucionado en el entorno virtual de los jóvenes. Según (Bolaños M. F., 2015) entre las principales ventajas se encuentra:

- Estar mejor informados y recibir la información inmediata.
- Se puede prestar la ayuda en línea.

- Ayuda a generar un circuito de comunicación mayor con otros universitarios.
- Eliminar las distancias y los costos.
- Se puede acceder a sitios que no son de paga; para la formación de estudiantes.
- Formación académica via online.
- Cursos gratuitos.
- Conocer diversas culturas.
- Los jóvenes pueden vencer la timidez mediante las redes.
- Ahorro de tiempo en cuestión de comunicación.

Mientras que (Mendoza B. , Ferrera, Díaz , & Flores , 2014) nombra a las redes como ventajas para:

- Reencuentro con desconocidos.
- Oportunidad de integrarse mediante reuniones vía *online* con fines laborales, educativos y de entretenimiento.
- Permiten conexiones, como amistades, pareja, que comparten similares intereses.
- Traspasan distintos territorios geográficos, los mismos que permitan que existan un nexo sin importar el tiempo y espacio.
- Enlazar vínculos con el mundo competente.
- Ayuda a estar al tanto de lo que sucede y se desarrolla a nivel mundial.
- Los mensajes llegan instantáneamente.
- Creación de grupos de ayuda social ante situaciones catastróficas.

- Contenido creativo mediante los elementos que se ofrecen en Internet.
- Una comunicación globalizada de manera cómoda y fácil.
- Los universitarios pueden realizar distintos trabajos y además valerse de diferentes proyectos.
- Los usuarios pueden afrontar sus miedos, consiguiendo formar una comunicación más fluida en este mundo online.

Para Bolaños (2015) las redes facilitan en varios aspectos la vida de los usuarios que se encuentran en los medios sociales, ya que al permitirles beneficios eficaces, pueden desenvolverse de manera proactiva en creatividad y fluidez emocional.

Desventajas.

Los riesgos en la juventud por falta ya sea de información y el mal uso de los medios aparecen de manera constante, peligros que se manifiestan en los entornos digitales.

La investigación de (Ybarra, Mitchell, Finkelhor, & Wolak, 2007) encontró nueve comportamientos que comúnmente están presentes a la hora de usar las redes sociales, en las que considera que aumenta el conflicto del uso desmedido de los medios, creciendo así el nivel de victimización online; los comportamientos que se encontraron son los siguientes: revelar información personal, enviar información personal, conductas de acoso en Internet, usar Internet para avergonzar a otros jóvenes, poseer una lista exclusiva de amigos online, conversar en lugares de encuentro online, tener acercamientos online, hablar sobre sexo en encuentros online y buscar de forma premeditada zonas clasificadas X. Dentro de los encuestados se reveló que el 75% eran

partícipes de al menos uno de los nueve procederes que se presentan al estar en línea durante el día y un 28,2% se afirmó que cada uno de ellos participa en cuatro o más pautas negativas. Todos estos aspectos son un problema para los jóvenes ya que encierran elementos perjudiciales que muchas de las veces no se toman en cuenta, como se lo detalla cada uno de ellas a continuación:

Revelar información personal: al aceptar los usos y los términos cuando se crea una cuenta en el medio social, se está aceptando que la información les pertenece a los creadores de las páginas, sin embargo, los usuarios son los que controlan hasta qué punto subir su información a las redes, cuando no hay un conocimiento absoluto de esta perspectiva, ocurre la pérdida de datos, la información o dichos datos llegan a personas desconocidas, exponiendo a la facilidad de rastreo, robos de cuentas, etc.

Enviar información personal: al momento de enviar la información personal ya sea por mensajes en privado o de manera pública, se está expuesto con más facilidad a los llamados *hackers*, ya sea por el hecho de que pueden robar las cuentas financieras y ser víctimas de fraude o de robo.

Conductas de acoso en Internet: difundir mentiras, fotografías o videos de una persona o enviar videos pornográficos a los usuarios de la red, con el fin de dañar psicológicamente a una persona.

Usar Internet para avergonzar a otros jóvenes: consiste en utilizar los medios para avergonzar, decir groserías, discriminación, intimidar, amenazar de daños físicos, con textos hirientes para la víctima, publicados en línea ya sea de manera pública o textos enviados a la mensajería.

Poseer una lista exclusiva de amigos online: en las cuentas de los jóvenes están conformados por miles de “amigos virtuales”, en cierto sentido de todos esos miles, no todos son camaradas, son “desconocidos”, y esto lleva a que los estén rastreando o espiando en sus actividades, en sus perfiles personales, con el fin de dañar a dicho usuario.

Hablar en lugares de encuentro online: en este punto es necesario que los usuarios tengan prudencia al momento de pertenecer a un grupo de encuentros, ya que pueden ser víctimas de robo y acoso sexual.

Tener acercamientos online: esto ha dado a un sin número de robos, desapariciones y hasta muertes desconcertantes, ya que al hablar mediante chat realizan un acercamiento personal, sin saber qué clase de personas es con la que se están encontrando, los perfiles falsos y palabras vacías, dan paso a estos elementos negativos.

Hablar sobre sexo en encuentros online: este tipo de conversaciones es muy a menudo en el mundo virtual, ya que se conectan desde distintas partes del mundo haciendo que los jóvenes estén expuestos al tráfico de personas, abuso de privacidad con respecto a fotos íntimas.

Buscar de forma premeditada lugares clasificados X: el usuario puede buscar amigos y páginas de mala reputación dentro de la misma red.

De acuerdo con (Ybarra, Mitchell, Finkelhor, & Wolak, 2007) hablar con personas que son desconocidas en las redes, trae consigo peligros que si no son tratados con delicadeza pueden acarrear graves consecuencias de victimización, comúnmente los usuarios que no tienen formado una personalidad fuerte tienen graves conflictos en Internet, tratando de resolver solos sus incógnitas, uno de los peligros que muchas de las veces se tiene presente es la falta de información

a estos temas de inseguridad en los entornos virtuales, ya que la mayoría desconoce de estas amenazas y solo creen que las amenazas que hay en la web son los virus. Si bien es cierto las redes sociales son fundamentalmente indispensables en las vidas de las personas porque estas cubren necesidades, por el mismo hecho de hacerse visibles ante los demás, la comunicación inmediata, el intercambio de fotos y videos, ayuda al entretenimiento, y a la vez a estar informados de lo que sucede en el mundo exterior, todos estos puntos, dan cierto nivel de notoriedad a cada una de estas plataformas, estas características son lo que le dan un plus para ser utilizadas a diario, son atractivos para los jóvenes que buscan un reconocimiento, aceptación y popularidad entre los demás navegantes de la web. Sin embargo, esto también implica un riesgo si no son usadas de la mejor manera, creando adicción y posibles peligros a la identidad, ya sea física o verbal.

En su publicación (UNAD, 2018) añade que en la actualidad los universitarios se encuentran sumergidos en una era virtual, donde se debe tener mucha precaución al momento de que ellos manejen las redes sociales ya que están propensos a riesgos como pueden ser:

Suplantación de identidad: Puede darse cuando algunas personas toman el nombre, cuentas o información de otra persona, para hacerse pasar por ella para diferentes fines como extorsión, chantajes entre otros.

Cyberbullying o acoso cibernético: Los jóvenes en su mayoría son víctimas de este riesgo, el maltrato, agresión mediante mensajes de texto, de audio, fotos, videos subidos a las redes sociales afecta a millones de personas a nivel mundial, los usuarios que son perjudicados de este tema llegan a sufrir bajo rendimiento académico, depresión, ansiedad entre otras enfermedades que perjudican su vida.

Miedo a perderse algo (FOMO, *fear of missing out*): Se describe como una ansiedad surgida con la popularización del celular y los medios virtuales, es decir una necesidad compulsiva de pasar todos los días conectados.

Violaciones, secuestros o raptos con fines de explotación sexual (*Grooming*): Se refiere a todas las conductas producidas por personas sin escrúpulos como pedófilos o pederastas los mismos que están detrás de un computador con una identidad falsa para cometer sus fechorías.

Suicidios en los jóvenes: El acoso, *bullying* y nivel de violencia por las plataformas digitales, ha desencadenado que los suicidios sean medios de influencia para estos actos en la sociedad.

(Salas, 2017) en un estudio realizado por Royal Society of Public Health y la Universidad de Cambridge en los jóvenes británicos, específicamente el estudio se realizó a 1.500 jóvenes de entre 14 y 24 años, la misma se centra en un problema muy en particular; el bienestar y la salud mental de personas que utilizan esta *App*. Apuntan a que Instagram podría terminar siendo la plataforma social más perjudicial para este grupo de individuos por su impacto en la salud psicológica, esta aplicación alcanza cómodamente que las mujeres tengan conflictos con sus cuerpos, es decir cómo se percibe cada una de ellas. Así mismo se encuentran otras como Snapchat, Facebook y Twitter. Además, añaden que los sujetos que pasan más de dos horas al día en redes como Facebook, Twitter o Instagram son más propensos a sufrir angustias, síntomas de ansiedad y depresión.

Según Salas (2017) las redes tienen su lado oscuro, que ocultan detrás de los servicios que ofrecen, Instagram logra estar en el ojo del huracán por sus efectos nocivos en las mujeres, por

sembrar ese estereotipo muy en particular sobre los cuerpos perfectos que se deberían tener en sus usuarias que consumen este medio, de la misma forma las otras aplicaciones no se quedan atrás por todo el contenido que publican, llegando a tener consecuencias graves a futuro.

Una desventaja principal en Instagram es:

Uso indebido de fotografías: Las múltiples fotografías que se publican día a día tiene acceso para varios tipos de personas, para que pueden utilizar con distintos fines como por ejemplo los delictivos, de intimidaciones, entre otros; por este motivo es fundamental saber que publicar en esta plataforma digital.

2.1.4. Influencia de las redes sociales en los jóvenes.

La sociedad en la actualidad se encuentra conviviendo con diferentes aplicaciones: educativas, de entretenimiento, profesional, entre otras, que tienen funciones para el apoyo al ser humano, así como distintas influencias en los jóvenes que se detallan en esta investigación.

(Sánchez, Ruiz, & Sánchez, 2015) "El uso problemático de las redes sociales en estudiantes" abordaron los efectos negativos que los social media llegan a ocasionar en los jóvenes universitarios, mediante una encuesta a un cierto número de alumnos, llegando a la conclusión de que los chicos no están utilizando de una manera correcta las plataformas digitales en su vida cotidiana.

(Llamas Salguero & Pagador Otero, 2014) en su artículo “Estudio sobre las redes sociales” abordan sobre cómo los medios sociales cada vez están junto a los jóvenes para diferentes actividades, organizar reuniones, buscar información, establecer contacto con personas en diferentes lugares, etc. De la misma manera, alegan que es fundamental que tengan una guía para poder sumergirse a este mundo virtual lleno de cosas nuevas y de riesgos para los navegantes de Internet los cuales se encuentran en un proceso de desarrollo en su vida.

Como lo mencionan los autores Salguero & Otero (2017) las redes sociales son un mundo lleno de distintos tipos de contenidos; así mismo, son canales virtuales en donde se puede realizar cualquier actividad. En este sentido, los estudiantes deben tener en claro sobre lo bueno y malo que se puede encontrar en estas redes y de esta manera evitar dificultades en el desarrollo de sus vidas en un futuro.

(Mendoza, 2018) tras evaluar a una muestra de estudiantes de la carrera de psicología “UMSA” (Universidad mayor de San Andrés) obtuvo resultados demostrando que las mujeres presentan niveles de adicción leves al uso de redes sociales, por lo que se encuentran propensas a mostrar problemas de adicción moderada o grave, otros factores que se llegaron a conocer y que afectarían son: contestar un mensaje en clases, estar pendiente a las notificaciones y publicaciones.

(Thompson & Loughed, 2012) en sus estudios que han realizado a nivel mundial, demuestran distintos resultados en cuestión de sexos, es decir si los hombres o las mujeres son los que utilizan mucho más las redes sociales, en cuanto a la frecuencia y el tiempo que le dedican a estar en conexión. Por ejemplo, la investigación que se efectuó en una población de estudiantes norteamericanos, detalla que son más las mujeres que pasan la mayor parte de su tiempo en

Facebook, trayendo consigo consecuencias que afectan a su nivel de vida, la falta de horas completas de sueño, lo que les provoca aún más estrés.

Esto debido a que muchas de ellas están más propensas a seguir las tendencias de moda, de salud, seguir a figuras de modelos reconocidas o famosas, de acuerdo con Thompson & Loughed (2012) los públicos femeninos tratan o quieren verse como ellas, lo que les causa un porcentaje mayor de ansiedad, por no verse igual o parecidas a estereotipos de belleza que muchas de las veces están hechas por edición. Las mujeres tienen mayores niveles de afección por las redes sociales, por ende, aumentando los grados de estrés por la falta irresponsable de no medir el tiempo que se emplea en los medios. Lo que conlleva a indicadores que se presentan en este grupo, el descuido desmedido de actividades académicas, actividades sociales, responsabilidades del hogar, sentirse enfadadas, no reducir el tiempo de conexión ya que perciben que al no estar conectadas no están a la moda o se pierden de algún detalle de toda la información que se está siendo enviada en los medios a nivel mundial.

Mientras que en el análisis que se realizó a un grupo de estudiantes para verificar cuál de los dos sexos tienen más adicción a los medios digitales. Se demostró que los varones son los más propensos al consumo de redes sociales. (Cam & Onur, 2012). Con estas investigaciones se demuestran que para que haya un efecto adictivo a las plataformas virtuales, intervienen factores emocionales, culturales y sociales de cada país.

Las redes sociales influyen negativamente en los niveles de educación, los aprendices están sumergidos en todo tipo de estereotipos que se venden en estos medios, las modas, la farándula,

incluyéndose en actos violentos, cumplir con retos extremos lo que conlleva a ser propensos a accidentes, vulnerables al abuso de sustancias nocivas para la salud, etc. Los usuarios frecuentemente tratan de cumplir con estándares que observan en las plataformas y por ende su nivel de educación disminuye por la falta de atención que estos le ponen en las clases, por la pérdida de tiempo en realizar sus tareas, por la falta de preocupación para el bienestar futuro; estos factores son unos de los tantos que afectan de manera negativa en el entorno educativo, perdiendo así las oportunidades de adoctrinamiento. (Candale, 2017).

Candale (2017) señala que los que consumen este tipo de medios sociales tienen un gran abanico de posibilidades de aprender cosas dañinas, como la exposición a la violencia, es decir, que el acoso escolar y el ciber acoso están propensos a todos los que manejan este tipo de redes, por lo tanto, es un maltrato verbal mediante la pantalla y es ahí donde provocan el miedo, la desesperación, la ansiedad o hasta incluso actos de violencia física o el suicidio. En gran parte los factores situacionales, que suceden comúnmente en la cotidianidad de los jóvenes como el estrés, conductas emocionales (desamor, muerte de un ser querido, bajas calificaciones, falta de dinero), estos componentes dan un paso más para que los usuarios desarrollen adicciones a los espacios cibernéticos y traten de buscar consuelo o alivio a los problemas que se presentan en cada etapa de los universitarios. A lo que también en muchos casos la adicción puede ser por los juegos *online* que se encuentran en algunas de estas plataformas que vienen incluidos ya en los medios digitales, sin embargo, no deja de ser un caso de adicción a la virtualidad.

Asimismo, Candale (2017) toma a los factores de personalidad importantes causas de riesgo, por ejemplo, los usuarios más extrovertidos y con grados de neuroticismo son más propensos a efectos adictivos en Facebook, eso debido a la necesidad de socializar, es más probable que desarrollen adicción por la necesidad de buscar apoyo emocional y sentirse parte de la sociedad. En los estudios que se han realizado posteriormente se ha encontrado que los internautas de Facebook tienen mayores tendencias de baja autoestima, depresión y falta de habilidades sociales, esa es una de las diferencias a otros individuos que no son adictos a las redes sociales.

(Robles, 2016) señala que los mecanismos que ofrecen las plataformas a las personas, son el simple hecho de que conectarse todos los días a un medio virtual los hace reducir los niveles de estrés, lo que negativamente trae en sí es la falta de atención psicológica, por problemas de salud mental. Los más propensos a este tipo de elementos negativos son los más jóvenes que buscando un bien que ellos mismos se lo proyectan, en realidad están afectando en su vida, trayendo consigo riesgos de concentración, falta de interés en lo cotidiano, hallando una aparente felicidad digital, buscando a famosos con ideologías contrarias a ellas, búsqueda de estatus. Un individuo que no tiene cimentado una personalidad que sea lo suficientemente estable, con un entorno de relaciones débiles, baja autoestima y a la vez factores familiares que estén de por medio, son uno de los candidatos a sentirse presionados por encajar en el mundo virtual, para llenar esos vacíos existenciales y por ello conlleva al deterioro de su mentalidad, su estilo de vida, aumentando los niveles de ansiedad, trayendo para sí mismos una falsa idea de cubrir necesidades.

El tiempo que se le dedica a permanecer en línea es vinculado con uno de las emociones que ha muchas de las personas el solo nombrarlo les aterra y ese sentimiento es la soledad, afirma Robles (2016) que es uno de los males que causa en los chicos es el hecho de que para no sentir esa turbación de aislamiento, buscan el mayor tiempo posible en conversaciones online y hacer la mayor cantidad de amigos, teniendo en cuenta que en cierto sentido solo son amigos superficiales, siendo usualmente “amigos virtuales”.

La adicción en las plataformas digitales abre paso a cuatro tipologías desfavorables: problemas de salud, de rendimiento, emocionales y de relaciones (Andreassen, 2015). En otros estudios (Griffiths, Kuss, & Demetrovics, 2014) también informa acerca de algunas de las consecuencias del uso excesivo de las redes: disfunción en las actividades realizadas durante el día como consecuencia de la falta del sueño, deterioro de las relaciones con los familiares o con la pareja, baja productividad académica, la procrastinación, distracción y un pobre manejo del tiempo.

Estos tropiezos en la vida de los estudiantes, indica un severo atraso en la formación educativa, teniendo como indicadores a estos elementos como riesgos de adicción y entorpecimiento académico, deterioro de las maneras de relacionarse con otras personas, llevando a consecuencias psicológicas en las maneras de actuar fuera del mundo virtual. Andreassen (2015).

(Ureña & González, 2011)“Redes sociales y estudiantes universitarios” apuntan que los alumnos son los que más utilizan estas herramientas para mantenerse conectados a cualquier hora del día. Sin embargo, si los social media son empleadas de forma correcta, pueden traer beneficios

que les permitirá desarrollar y desenvolverse de manera eficaz en el campo estudiantil. Donde se concluye que las universidades en general más que prohibir el uso de estas plataformas, deberían buscar estrategias que sean útiles para desarrollar competencias lógicas de aprendizaje y así poder producir *informívoros* que sean útiles para la instrucción de los estudiantes universitarios.

Los jóvenes son los principales pioneros de estos medios digitales, recalcándolo así Ureña & González (2011) por lo que pasan la mayor parte de su tiempo sumergidos en la publicación de post, en mensajería, historias de su día a día y de sketches publicadas en las diferentes plataformas. Para lo cual si las redes se utilizan de manera adecuada pueden traer beneficios de autoaprendizaje para los aprendices universitarios, que no solo sea una cuenta de uso de entretenimiento, sino que también se la pueda tomar como una herramienta para su formación estudiantil, para esto es necesario desarrollar métodos eficaces para que estos utilicen los medios sociales pensando en su bienestar formativo.

(Juca & Juca , 2020) en su estudio “La desinformación en las redes sociales y su influencia en los jóvenes del siglo XXI, una mirada desde la academia ” nos comenta que la mayoría de personas que utilizan y manejan las plataformas digitales son jóvenes, los mismos que poseen numerosas cuentas en diferentes medios sociales, además aportan que el propósito de estos canales digitales fue de socializar, informarse y compartir con personas desde otras ubicaciones, en la actualidad sigue existiendo un número considerable de usuarios que utilizan estas plataformas para la indagación de datos, también son conscientes que no todo el contenido que está publicada en

estos espacios cibernéticos es veraz y verificable, teniendo consecuencias como: modificar el comportamiento y su forma de razonar a partir de la información que se receipta en estos medios virtuales.

Conforme con Juca & Juca (2020) las redes sociales sin lugar a dudas llegaron a nuestras vidas para modificar nuestra conducta y formas de pensar, las miles de páginas que contienen la información que se realizan en los diferentes canales virtuales, día a día son publicaciones no verificables, es decir se desconoce si su contenido es real o falso, además si su esencia es bueno o perjudicial para su público, indudablemente los jóvenes son los más propensos a estar sumergidos en este entorno virtual, debido a su rápido acceso y manipulación continua que están encerrados en estas plataformas digitales.

Para (Roses, Farias, & Gómez, 2012) mediante sus indagaciones, muestra que la universidad se enfrenta a aulas de nativos digitales y de tal manera un nuevo tipo de enseñanza, en este sentido los estudiantes están todo el tiempo aprendiendo por medio de varios elementos que se encuentran en las redes, los universitarios han ido adaptándose a la influencia de lo audiovisual, estos medios les ha dado el poder de compartir, de crear, informar y comunicarse de distintas maneras. Las aplicaciones surgidas de la *web 2.0*, suponen la participación activa de los usuarios, convirtiéndose a la vez en productores y destinatarios, transformándose en un auténtico fenómeno de masas, estos canales se han universalizado, es decir que se ha convertido en un espacio donde los alumnos intercambian información y sus conocimientos de manera rápida, sencilla y cómoda, los docentes son una parte fundamental dentro de este campo; en las instituciones de la educación superior pueden valerse de estas plataformas para incorporarles a la enseñanza académica, de

introducir esa información de manera adecuada al lugar que los internautas están inmersos y asociarlos con el entretenimiento y donde es posible que se acerquen con los menores perjuicios.

Conforme con Roses, Farías y Gómez (2012) los alumnos a través de estas plataformas, es posible que aprendan en cuestión de segundos, ya sea recurriendo a tutoriales que se cuelgan continuamente en estos espacios. Los estudiantes ya no llevan libros de más de 100 hojas en sus mochilas, sino que llevan, cuatro, cinco libros digitales dentro de sus *Smartphones*. El contenido audiovisual juega un papel muy importante en las vidas de cada uno de los universitarios, ya que al ser creadores de este contenido los convierte en productores de nuevas realidades, de nuevas formas de expresarse y sentirse libres de hacerlo y a la vez se convierten en destinatarios por el simple hecho de que a la vez hay más usuarios en las redes que también están en la creación de estos contenidos y estas artes visuales pueden ser observadas por los millones y millones de cibernautas que están en la *web*, al ser un lugar concurrido por los universitarios los profesores están frente a un fenómeno que pueden llevar a estrategias de enseñanza y así los aprendices no tengan el concepto de que están perdiendo el tiempo en los medios sociales, sino que sientan que están aportando con bases de conocimiento que les sirva a los demás individuos y a la vez que les sirva a ellos mismos para su formación educativa.

Entre los avances tecnológicos de un mundo globalizado, se encuentran las redes sociales (Mendoza, Zambrano, & Alcívar, 2015) si bien es cierto ha sido uno de los avances que ha logrado el ser humano crear, para desarrollar maneras rápidas de comunicación con quienes están más lejos, pero paradójicamente ha influido en los estudiantes el aislamiento con los que se encuentran cerca, son vulnerables a este tipo de situaciones por lo que son consumidores por naturaleza, por el simple

hecho de que se ven atraídos por la aceptación social, en muchos de los casos esta presión social es uno de los factores que influyen de manera drástica en los jóvenes, como son los casos de suicidio por conflictos amorosos que inician usualmente en las redes, odio a usuarios de Internet, agresiones, *ciber-acoso*, entre otras más.

En relación con Mendoza, Zambrano y Alcívar (2015), la influencia que estos medios tienen en los alumnos en muchos de los casos no se percatan de los peligros que acechan las redes sociales, no son prudentes con el contenido que suben a los medios, los perfiles que se crean día a día son perfiles públicos, es decir que cualquiera puede mirar u observar la información que se cuelgan en las plataformas desde cualquier parte del mundo. La existencia de comunidades digitales ha hecho que los usuarios se habrán a mejores posibilidades de interacción, dando paso a usuarios anónimos que se encuentran en la red para compartir temas de interés colectivo.

En el Ecuador (Mendoza, Zambrano, & Alcívar, 2015) según las investigaciones realizadas, el panorama es más tranquilizante, ya que los resultados lanzaron que un 53 % de los jóvenes hacen uso de las redes sociales, principalmente Facebook. Y solo el 6 % de los encuestados cree que su vida sin una plataforma virtual "es vacía y aburrida"; mientras que la mayoría no acepta a personas desconocidas en sus medios sociales y un 13% reconoce haberse hecho amigo de alguien que no conoce. Lo que las plataformas han sido una influencia, demostrando meramente por motivos sociales de sentirse aceptados, mediante las fotografías "*selfis*" y videos que suben diariamente especialmente en los que presentan baja autoestima.

2.1.5. Las redes sociales dentro de la comunicación educativa universitaria

(Brito , Laaser, & Tolaza, s.f.) “El uso de las redes sociales por parte de las universidades a nivel institucional. Un estudio comparativo” comenta cómo las Teorías de la Información y Comunicación (TICS) han evolucionado el mundo, ya sea en el trabajo, comunicación, enseñanza, entre otras, donde las plataformas también han tenido un crecimiento importante por lo antes mencionado, las universidades han sido partícipes para aprovechar los espacios virtuales para la integración a la enseñanza y educación en los estudiantes.

(Domínguez & Lopez, 2015) hace referencia a las plataformas virtuales como Facebook e Instagram son dependencia de las nuevas tecnologías para una comunicación básica, como sujetos que están sumergidos en las actuales redes con el propósito de mantener una comunicación fluida e inmediata, este proceso ocurre con la diversidad de fuentes de información que se tienen al alcance hoy en día, que van desde publicaciones de diferentes puntos de vista, es decir de pensamientos distintos, de tendencias políticas o hasta el contenido multimedia, y las innumerables fotografías o vídeos con temas que van desde el ocio hasta el estudio, compras o creación de comunidades digitales, en una palabra se ha creado familias virtuales, que pueden ser utilizadas de manera proactiva por los millones de usuarios que frecuentan este tipo de redes informativas que diariamente entran a la web para observar e interactuar, de modo que se desarrollan a cada instante prácticas comunicativas.

Domínguez junto con López (2015) indican que en estas últimas décadas las tecnologías de las comunicaciones han avanzado considerablemente para beneficio del ser humano, las redes sociales han dado un impulso para que la información sea inmediata y veraz, las personas poseen cientos de páginas que el ser humano tiene para informarse y a la vez dar retroalimentación de los contenidos que son publicados en estos medios.

(Delgado, y otros, 2016) buscaron conocer las habilidades y el uso de redes sociales en estudiantes de la universidad de Lima Metropolitana, donde trabajaron con un número de alumnos los mismos que sirvieron para hacer un sondeo y conocer si las redes tienen efectos negativos o positivos, llegando a la conclusión que las plataformas digitales tienen un resultado perjudicial en los jóvenes de la educación superior Metropolitana con las aplicaciones digitales.

Para Delgado y demás autores (2016), los social media cada día crecen de manera acelerada para diferentes fines, así mismo trae consigo varias consecuencias, en el momento de estar en redes, permite que las personas y específicamente a los universitarios, puedan realizar sus actividades de una manera más ágil, ya sea en grupos de trabajos virtuales, ayuda en las tareas, consultas, etc. Así mismo son de fácil distracción, donde si no se tiene un control y utilización adecuada los jóvenes serán los principales afectados, por todo lo que nos venden en estos ciberespacios, si se siguen a páginas de moda, de belleza, estos transfieren estereotipos, ofrecen actitudes en la que los usuarios tratan de adoptarla sea lo que fuere y es así como el mal uso causa que se alejen, además que pierdan el interés en sus estudios y opten por conseguir estos efectos que causan las redes sociales, si no se lleva la reacción correcta de su uso.

(Molero, y otros, 2014) Analizaron el uso que los alumnos de la universidad de Almería (España), tienen con las redes sociales donde se pudo conocer las consecuencias negativas en la utilización de estas plataformas, aplicando la metodología cuantitativa a través de cuestionarios a grupos de estudiantes. Donde llegaron a obtener que los medios son canales para malentendidos

con el entorno del usuario y además llegaron a verificar que las redes digitales son un medio para socializar con diferentes tipos de públicos.

Los universitarios de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, son jóvenes que buscan experimentar con las redes sociales (Facebook, Instagram y Tik Tok) y conocer que les brinda cada una de estas, por este motivo las encuestas que se pretenden realizar servirán para averiguar qué red son las que ocupan frecuentemente y lo que más realizan en estas plataformas digitales.

2.1.5.1. De qué manera utilizan los jóvenes universitarios las redes sociales.

En la revista digital “La influencia de las redes sociales en los estudiantes universitarios” (Flores, Chancusig, Cadena , Guayapatin , & Montaluisa, 2017) añaden que socializar es una necesidad del ser humano, y es por eso que ha provocado el incremento de nuevas plataformas digitales, a lo largo de los años desde que aparecieron los medios que conocemos popularmente, hoy en la actualidad se han ido desarrollando varios elementos para facilitar la vida de las personas, uno de estos impactos se encuentra en la educación, varios son los autores que mencionan el uso de las plataformas virtuales en el ámbito del aprendizaje, la incorporación de este medio para un beneficio en los estudiantes, un cambio en la comunicación de manera que se permita de forma abierta este tipo de interacción desde cualquier parte del mundo.

“Las redes sociales tienen el innegable valor de acercar el aprendizaje informal y el formal” (Flores, Chancusig, Cadena , Guayapatin , & Montaluisa, 2017) refiere como aprendizaje formal a lo que comúnmente se realiza en cualquier salón de estudio (Maestro- estudiante), mientras que en la enseñanza informal conlleva a una instrucción autónoma, es decir la persona aprende por sí sola (estudiante- medios sociales), por eso es importante y un compromiso de los docentes que adquieran estos medios como estrategias de autoaprendizaje, ya que ellos son quienes deben generar información de manera que sea participativa y así ir construyendo nuevos saberes, nuevos entornos proactivos en los que se reparten conocimientos, ya que en sí la globalización ha permitido que los usuarios puedan compartir sus sabidurías en diferentes áreas de estudio.

Las impresiones que puede apreciar un internauta a través de la web, son semejantes a lo que se siente en su entorno material, complementándose cada mundo, llegando a dar una experiencia a la sociedad digital. (Naso , Balbi, Grazia, & Peri, 2012). La popularidad por los que se ha extendido los medios sociales, en los tiempos que se vivió en la pandemia “Covid-19” se pudo mantener una conexión más estable y directa con los maestros institucionales, debido a la afición se pudieron continuar con la formación de manera online, así mismo a su gran avance e influencia de las plataformas en los jóvenes. Ha tenido un crecimiento en lo académico, proporcionando una comunicación más fluida fuera de lo formal entre estudiantes y educadores, ya que se puede compartir varios conocimientos a la vez por los miembros de la misma red. Algunos de los estudios que se han realizado en los pro y contras de los beneficios de la red, podemos encontrar distintas hipótesis, si bien es cierto los social media cumplen con aspectos negativos, pero también son positivos, ya que sin ellas no se podría comunicar inmediatamente y las herramientas que se ofrecen son un implemento para la educación de los universitarios, siendo

estos espacios útiles para crear campos de debate, canales de libre expresión, y una fuente para editar y enviar el contenido multimedia.

El uso de los medios digitales en los universitarios ha dado diferentes resultados, esto debido a la influencia del entorno en cada uno de los países alrededor del mundo. El avance tecnológico en la sociedad, ha ido permitiendo que las universidades implanten técnicas de autoaprendizaje en estas plataformas (Domínguez & Lopez, 2015) añaden que las instituciones de la educación superior deben flexibilizarse y desarrollar vías de integración para la comunicación efectiva entre los profesores para su proceso de formación, es por eso que los maestros deben incorporar sus actividades académicas en el uso de las TIC, para que los educandos las utilicen de la mejor manera en el campo universitario.

El uso frecuente que le dan los estudiantes de la educación superior a los medios son distintos en cada persona (Domínguez & Lopez, 2015) los hábitos ya frecuentes al uso de las herramientas como fin de entretenimiento como chatear, jugar de manera virtual, escuchar música, mantener contacto por medio de chats, obtener información de temas que les interesa, emplear los instrumentos que ofrecen cada uno de estos medios, editar o subir fotografías, seguir o pertenecer a un grupo que sube contenido e información sobre sus carreras profesionales, mantener vínculos con personas de otras culturas, como apoyo a su formación académica, etc. En la actualidad se genera el placer de estar conectados en una era digitalizada, donde a la vez es mucho más fácil estar en línea a todo momento desde varios dispositivos electrónicos (*tablet, computadoras, smartphone, laptops*), con el fin de usarlas como recurso fundamental de interacción, encontrar información que ya estén colgados en las redes, antes que un aparato o medio tradicional; como por ejemplo: antes de esperar a que salga una noticia en la televisión es más práctico encontrarlo

de manera rápida por medio de Internet, acelerando el proceso informativo que estar esperando a que salga en la hora de un noticiero.

Para Domínguez & López (2015) otros de los usos que también le dan los estudiantes, es de crear grupos o foros de discusión, para tratar temas universitarios, es más fácil enviar y recibir documentos e incluso los hipervínculos que se comparten para descargar libros virtuales o inclusive escuchar audio libros, es otra de las herramientas que han sido posible gracias a la creatividad de los usuarios, esto de una manera fácil y rápida, también son espacios que sirven para la búsqueda de empleo, como es el caso de Facebook que tiene un apartado para esta opción en la que es uno de los usos que se le dan los universitarios frecuentemente.

(Cardoso, 2014) “los ciudadanos no sólo nos hemos convertido en usuarios de medios sociales, sino que construimos una cultura de redes sociales, donde éstas son trascendentales en procesos de reproducción social, sostenibilidad y cambio de cualquier sociedad”. Los estudiantes han ido construyendo espacios cibernéticos, es decir si lo entendemos desde el punto de red, siempre han existido este tipo de concepto en la historia de la humanidad, como es la red en la comunicación de persona a persona. Los códigos que se han ido creando a través de los tiempos, no son los mismos caracteres que en la edad media con los de la actualidad, eso hace que sea una red de combinación para la comunicación, pero si hablamos de una comunicación digital, las normas varían con el paso del tiempo, se han creado nuevos reglamentos de entendimiento entre los jóvenes y estas mismas compilaciones quizá no son entendidos por nuestros padres o demás personas que no son contemporáneos a las redes sociales, es por eso que se crean las culturas digitales, la tecnología va a seguir evolucionando y los más pequeños crearan nuevas culturas muy distintas a las de esta época, ya serán nuevas formas de pensamiento, desarrollo de nuevas

tendencias, nuevas herramientas de aprendizaje, estilos de compartir contenidos, es decir que se adaptaran aún más a los entornos digitales como lo hemos hecho nosotros.

(Domínguez & Lopez, 2015) alude que los estudiantes universitarios en América Latina han tenido una relación importante con los medios, como es en el caso de Chile, México y Brasil, “En México se creó el movimiento #YoSoy132, surgió por la organización y movilización de alumnos de la Universidad Iberoamericana (Institución Privada), a través de diferentes redes sociales digitales: Facebook, WhatsApp, YouTube, Twitter”. Donde los universitarios recurrieron a estas herramientas para interponer ideologías que ellos interpretaban en los espacios educacionales; como se puede observar en las plataformas digitales ya es común ver que jóvenes suben videos o hacen en vivos para demostrar su estilo y sus maneras de vivir, dejándose llevar por la multitud. Con base a esta iniciativa de crear este grupo se logró consolidar un movimiento social junto con otras instituciones educativas y privadas. En este caso es de suma importancia destacar que utilizaron estos instrumentos como tácticas de unión contra temas sociales y fomentando la movilización de un determinado grupo de personas.

Otros de los usos que se pueden encontrar en los medios sociales es la creación de perfiles creativos como fuentes de inspiración artística, estamos en el siglo de la fotografía como herramienta de comunicación, hoy en su gran mayoría cuenta con un dispositivo que contiene una cámara fotográfica con facilidad de uso. Como expone (Martínez, 2013)“existe un nuevo paradigma de la forma en la que nos relacionamos en el que prima lo visual, lo inmediato, lo móvil y sencillo”. Las redes sociales forman un nuevo paradigma en la imagen, de captar un momento, de transmitir información por medio de aquellas imágenes; como su vida amorosa, valores, costumbres, momentos de ocio, entretenimientos, recuerdos...Hoy cualquier persona puede hacer

uso de los retratos desde niños pequeños hasta adultos mayores, con el fin de difundir una idea, un pensamiento. Es uno de los medios más eficaces para comunicar, el sentido que le da cada usuario, basándose en que sin el contenido multimedia es difícil de expresar a detalle lo que quieren comunicar; es por eso que las cuentas personales son una fuente de información, la creatividad que se le aplica a cada retrato, que van desde ediciones extraordinarias hasta fotos ordinarias y simples, sin embargo se puede interpretar de una u otra manera que es lo que se desea emitir en cada imagen que se comparte, en cada video que se realiza, lleva un mensaje del autor intentando esparcir sus ideas e ideologías al resto de los cibernautas que se encuentran en las plataformas digitales.

Figura 2.

Cuadro de los segundos en la virtualidad.



Nota. Muestra los segundos de viralidad y los múltiples contenidos publicados en cada hora del día. Fuente. Statista 2018.

En el estudio “La influencia de las redes sociales en los estudiantes universitarios” (Flores, Chancusig, Cadena , Guayapatín , & Montaluisa, 2017) las Apps han llegado para cambiar la vida de los jóvenes permitiéndoles utilizar todos los beneficios que estas ofrecen ya sea en el ámbito de

aprendizaje, consultas académicas, y con el avance tecnológico para la comunicación con su entorno de estudio, además en la ampliación de conocimientos para el desarrollo educativo, entre otros, volviéndose parte de la vida diaria con sus alrededores y además permitiendo estar a los alumnos universitarios más conectados al día en este mundo virtual.

En coincidencia con Flores y demás autores (2017) las redes sociales llegaron para facilitar la vida de las personas y sobre todo de los alumnos, los mismos que han sabido asociarse e involucrarse de una manera fácil a esta nueva era, trayendo consigo varias utilidades de cada medio social para el entorno educativo, permitiendo que los estudiantes puedan obtener información de varias fuentes para proyectos o trabajos para su crecimiento personal.

En su pesquisa “¿Cómo usan las redes sociales los jóvenes de Latinoamérica?” (Torres & Vaillard, 2012) mediante una encuesta a universitarios entre edades de 18 a 25 años en los países de México, Uruguay , Estados Unidos, Colombia , Argentina y Chile; que los estudiantes utilizan la red social Facebook de una forma más cotidiana, así mismo para conocer como utilizan las redes para mantenerse en contacto con sus familiares y amigos, además perciben que les brindan una comunicación más completa, ya que les permite compartir fotos, videos, frases, enlaces, de la misma manera observan que si no se encuentran en una red social quedan excluidos de lo que pasa en el círculo de amigos. Por otra parte, alega que siguen consumiendo los medios tradicionales, pero ahora de una forma virtual como los periódicos digitales, ver series, escuchar la radio, pero mediante aplicaciones, igualmente se refiere en este estudio que los medios sociales ayudan positivamente, pero recalcan que deben utilizarlas con cuidado dado que estas redes almacenan mucha información de cada usuario y si no se utiliza de una forma correcta puede ser perjudicial en cualquier momento.

En la revista digital “Jóvenes universitarios y redes sociales” (Mendoza & Garces , 2020). “Un acercamiento a los gustos y preferencias, develando falencias de interés” señala mediante un estudio realizado a 500 jóvenes de Comunicación Social de la universidad Central del Ecuador, entre 2016 y 2018, donde ellos mostraron interés en temas de entretenimiento, sucesos políticos, culturales, noticias. Los mismos que llaman su atención debido a lo que está sucediendo en sus entornos, además se muestra que las múltiples plataformas son un medio o canal para expresar sus ideas, ampliar su rango de participación y que estas puedan llegar a diferentes lugares y públicos.

Mendoza & Garcés (2020) alegan que los jóvenes se involucran con las redes que más se sientan atraídos, para dar a conocer y expresar sus puntos de vista, activismos de diferentes temas que se sientan identificados, a través de comentarios, opiniones a distintos grupos o páginas de las plataformas.

2.1.5.2. Consecuencias de las redes sociales en los universitarios.

Las redes sociales hacen que se presenten varias de las preguntas que se hacen los docentes ante la enseñanza, como por ejemplo: ¿Benefician los medios digitales a la labor participativa?, ¿los alumnos lo utilizan para su aprendizaje?, ¿es un canal que ayuda a optimizar la comunicación?, ¿existen nuevos roles de alumnos y docentes? (Flores , Chancusij, Cadena, Guaypatín, & Moltaluisa, 2017) Según los autores en sus investigaciones llegaron a la conclusión de que los medios tienen una influencia en los estudiantes universitarios, constituyendo una gran dificultad a la que se enfrenta la sociedad, por lo que cada día crece aún más el peligro de exponer su vida privada ante los perfiles públicos, por ende, son más propensos a riesgos y perjuicios. Esto debido a su mala interpretación para lo que en realidad fueron creadas, es decir “debido a un solo fin el

unir distancias y acercar personas, pero más bien están uniendo a las personas lejanas, y alejando a las personas cercanas”. (Flores , Chancusij, Cadena, Guaypatín, & Moltaluisa, 2017).

Flores y más autores (2017) encontraron que las redes sociales han influido de manera positiva, como pueden ser el alejar los temores, de poder expresarse libremente, de conectar con personas que están distantes, conocer nuevas personas, de tener la información que se necesita en cuestión de segundos, de extender el lenguaje y de conocer nuevas culturas. Mientras que por otro lado a intervenido de manera negativa, en donde un mal uso de estos medios puede traer riesgos que afecten a la vida del usuario como la baja autoestima, extorsiones, depresiones por decepciones amorosas que sean de noviazgos virtuales, pérdida de tiempo, afecciones en la salud mental como en la salud física (perdida de la vista, pérdida de memoria). Las redes son esenciales en la actualidad, porque él o ella que no estén en las plataformas prácticamente no existe, ya que es útil para relacionarse, para realizar trabajos académicos, para mantener contacto con los docentes y compañeros de universidad entre otros beneficios más. Pero también hay que tener en cuenta de los peligros que estos causan, sin el uso debido de las mismas.

Las herramientas que ofrecen los medios sociales se han ido adaptando a la formación académica de manera colaborativa para construir nuevos escenarios de aprendizaje colectivo, los estudiantes universitarios tienen un gran índice de consumo de las redes, sin embargo, los jóvenes presentan actitudes positivas para la utilización de manera didáctica de las plataformas. (Espumony, Gonzáles, Lleixa, & Gisbert, 2010)

En común acuerdo con Espumony y autores (2010) los medios de comunicación son usualmente utilizados por los universitarios con motivos de compartir experiencias de la vida diaria, de expresar emociones mediante emojis o fotos creativas, manifestar sentimientos con otros

miembros de la red. Además, la utilizan para interactuar con el sexo opuesto, hacer amistades y dirigirse a una relación amorosa vía online, los elementos que dispone cada red social es uno de los avances que ha ido teniendo con el paso de los años; ante esto mencionamos el apartado de eventos que se ha incorporado en Facebook, siendo una manera fácil y rápida de llegar a un público más específico siendo una táctica que las universidades tienen facilidad para dar a conocer a los alumnos sobre los programas que se realizan dentro de la misma institución. La apertura de estas herramientas ha facilitado la comunicación; y es por eso que cada vez hay más usuarios en las plataformas digitales de todas las edades y nacionalidades, desde estudiantes de escuelas hasta profesionales.

Como se ha comprobado las redes sociales han facilitado las maneras de comunicarse entre usuarios, sin embargo, también con ello traen consecuencias a los universitarios (adicción, pérdida de privacidad). Los jóvenes, en su mayoría, han ido perdiendo su privacidad poco a poco y la han hecho pública; los sentimientos son puestos en consideración a la opinión colectiva, los logros, los fracasos, acontecimientos personales, enfermedades, culturas, ya no son más privadas, ahora son de carácter público. “Las redes sociales afectan a la intimidad, la vida privada y la imagen de los usuarios que se conectan de forma diaria” (Tello, 2013)

Por otro lado, las averiguaciones realizadas por Tello (2013) otra de las consecuencias es el aislamiento de las personas hacia sus familiares, amigos, conocidos, trayéndoles consecuencias negativas a su bienestar mental, ya que así mismo como es una herramienta de fácil acceso y de su pronta respuesta a la comunicación, también puede incitar al envío y traspaso de contenidos inapropiados incitando al acoso a los cibernautas. Las secuelas que acarrear los medios digitales a los estudiantes universitarios deben ser tomados en serio por cada uno de los internautas, utilizarlos

con la debida responsabilidad, del cuidado a su identidad, su privacidad y los más importante su salud mental.

(Cámara, Molero, Pérez, & Mercader, 2014) en las averiguaciones que se realizaron en la universidad Almería España a un grupo de estudiantes, que hacen comúnmente en redes, en cuestión de qué tipo de información consumen en los medios; se obtuvieron los siguientes resultados: los alumnos realizan consultas de tipo académico, se utiliza para escuchar música online, para visualizar videos, a lo que también ingresan para distraerse observando imágenes y contenidos de ocio. Por otro lado, en el estudio realizado también se encontró que, en el mapeo de datos, se examina más información nacional.

Figura 3.

Consulta de los jóvenes en la web.

Consulta	Media	D.T
Información local	2.91	1.032
Información Nacional	3.40	.943
Información Internacional	2.98	1.125
Contenidos académicos	4.30	.806
Contenidos Nuevas Tecnologías	3.12	1.115
Contenidos Deportes	2.28	1.200
Contenidos ocio	3.86	.951
Contenidos culturales	3.32	.992
Contenidos sexuales	2.09	1.165
Videos	4.10	1.086
Música online	4.24	1.089
Radio online	2.68	1.384
Podcast	2.06	1.247
TV online	2.14	1.280
Imágenes	3.91	1.107

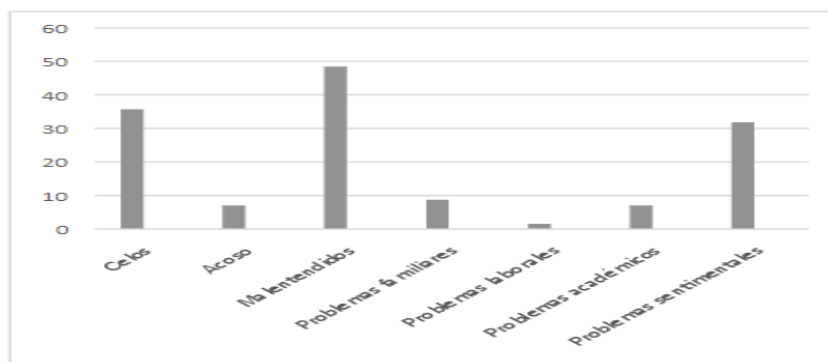
Nota. Tipo de consulta en Internet; tomada de la revista digital “redes sociales en internet” (Cámara, Molero, Pérez, & Mercader, 2014)

Las consecuencias que se han encontrado en las investigaciones, demuestran que los medios provocan en los jóvenes problemas de celos, que han recibido acoso vía online, ha sido causa de malentendidos, han sido provocación de problemas familiares y laborales, mientras que a otros les

ha generado inconvenientes académicos y sentimentales. De esta manera se observa que las consecuencias por uso de las redes sociales han ocasionado dificultades emocionales y malentendidos con su entorno. (Cámara, Molero, Pérez, & Mercader, 2014)

Figura 4.

Consecuencias del uso de las redes sociales.

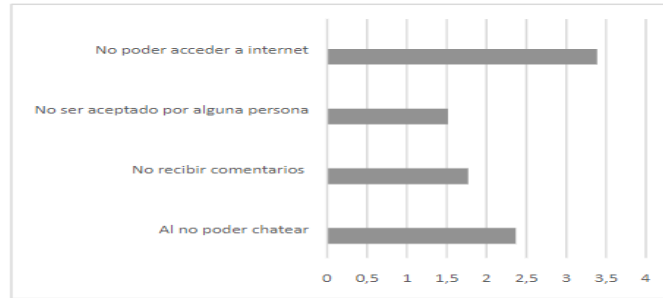


Nota. Problemas provocados por el uso de Internet (porcentajes) (Cámara, Molero, Pérez, & Mercader, 2014)

Los momentos en los que los usuarios han sentido frustración es a la hora de no poder conectarse a los medios y sin opción a chatear con alguna persona, determinados jóvenes se sintieron frustrados por no ser aceptados por ciertos individuos en su red social y de no recibir algún comentario en una publicación realizada en sus perfiles. (Cámara, Molero, Pérez, & Mercader, 2014)

Figura 5.

Frustración por uso de las redes sociales.



Nota. Grado de frustración (media) (Cámara, Molero, Pérez, & Mercader, 2014)

El lugar donde han recibido información de las consecuencias que ocasiona las redes sociales han sido en la televisión seguido de los padres de familia. (Cámara, Molero, Pérez, & Mercader, 2014)

Figura 6.

Sitios donde se ha recibido información de las consecuencias de las redes sociales.

Información	Media	D.T
Televisión	3.66	1.247
Internet	2.77	1.347
Padres	3.25	1.441
Amigos	2.65	1.253
Familiares	2.64	1.285
Prensa	3.07	1.195

Nota. Información recibida (Cámara, Molero, Pérez, & Mercader, 2014).

CAPÍTULO 3

3. METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.1. METODOLOGÍA

3.1.1. Enfoque cuantitativo

Para la recolección de información, se ha escogido la investigación cuantitativa la misma que se utiliza para declarar una realidad objetiva, es decir que se relaciona a los sujetos que tienen existencia material, desligándose de juicios de valor, y de opiniones personales para conocer datos estadísticos concretos, tal y como añade (Mata, 2019) para esto se indagó la historia del arte, la recopilación de reseñas ya existentes como son los censos, encuestas, estadísticas, contenidos en los análisis de textos y documentos, después de este proceso se empleó el procedimiento de encuestas a estudiantes de la facultad de filosofía de la Universidad de Cuenca desde los 18 a los 25 años de edad, para la recolección pertinente se realizó un cuestionario que consta de 21 preguntas para respuestas cerradas; que van desde interrogantes demográficos hasta incógnitas de la construcción que ha tenido las redes sociales a su vida académica; utilizando este método para comprobar de manera eficaz los datos que se están investigando.

Para (Hernández & Mendoza , 2018) la repetición del proceso para verificar eficazmente la información, no se debe saltar ningún paso, el orden es esencial para que los datos sean correctos, partiendo de un pensamiento apoyada en la revisión de la literatura, edificando una proyección teórica, en otras palabras, se construye un mapa de ruta ya que se trazan variables, suposiciones, preguntas de investigación primarias y secundarias; para reducir este tiempo y espacio se analizan

las mediciones con metodologías estadísticas, despejando una serie de conclusiones respondiendo a las incógnitas planteadas, además deduciendo la hipótesis.

El método cuantitativo se la está aplicando para comprobar la interrogante que se están tratando, las investigaciones realizadas anteriormente, en este caso, como están utilizando los alumnos de la UC de la facultad de filosofía, las redes sociales Facebook, Instagram y Tik Tok a estudiantes de 18 a 25 años.

(Hernández & Mendoza , 2018) estos autores recomiendan los procesos para seguir la ruta de investigación que consiste en:

1. El que investiga plantea un problema de aprendizaje para la respectiva evaluación. Acotando preguntas de investigación que se quieren encontrar durante esta búsqueda.
2. El que analiza el problema planteado, examina la revisión de la literatura, y mediante esta indagación de información se rige un marco teórico, para ser sometido a pruebas contundentes, para comprobar si son verdaderas o no en el contexto que se está tratando, generando así seguridad en la teoría que se apoyan.
3. Las hipótesis se forman previo a la recolección y estudio de datos.
4. Los datos que se recolecta comúnmente están en cifras numéricas, para su medición se utilizan operaciones generalizadas a una entidad científica, para demostrar que se siguieron los procesos, para que esta pueda ser creíble.
5. Estos datos numéricos se analizan mediante métodos estadísticos.

6. Durante el proceso de investigación se trata de comprobar, distintas explicaciones o similares a la propuesta de estudio, que prácticamente se experimenta en los análisis que se tratan de identificar.
7. Los datos se descifran en relación con las hipótesis iniciales y teorías recolectadas. Al final de la ruta se realiza una interpretación personal de como los resultados se acoplan a la información que se obtuvo.

Algunas de las características que recomiendan (Hernández & Mendoza , 2018) son esenciales para el enfoque cuantitativo que son:

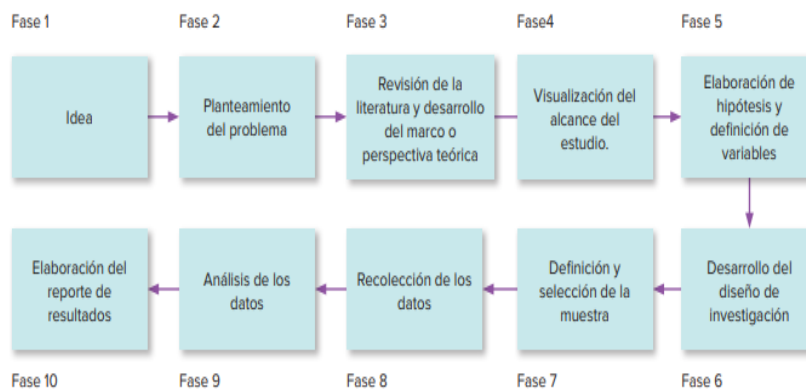
1. Se busca la objetividad en todo proceso de la investigación, lo cual se debe obviar a toda costa todo tipo de creencias, sentimientos, formas de pensar, deseos, preferencias, etc. Para que no perturben los resultados de la investigación o en su proceso.
2. Se sigue un estándar estructurado, que deben ser recolectadas por el mapa, así mismo es guiada por un diseño.
3. Se generaliza las consecuencias y los hallazgos encontrados en las muestras a la población determinada (estudiantes de la UC). Los resultados pueden ser similares a anteriores investigaciones.
4. Se relata, se expone y anuncia los fenómenos que están en consideración, buscando relaciones inimaginables con las variables planteadas para la demostración de la pregunta de investigación.
5. Se sigue paso a paso el proceso, conservando las pautas de validación y seguridad de los datos, construyendo al conocimiento de los que hacen la revisión de la información.
6. Este recorrido se vale del razonamiento metódico, basándose en la teoría de las hipótesis del investigador, de lo más amplio a lo más específico.
7. Otra de las características es de identificar códigos globales.

8. Busca indagar o conocer la realidad externa, dando una aproximación a lo que se está estudiando, acoplándose a dicha realidad.

Para que los datos sean comprobados y esclarecidos durante esta investigación se han tomado diez fases para el proceso cuantitativo.

Figura 7.

Fases del proceso cuantitativo



Nota. 10 fases para el proceso de investigación cuantitativa tomado de la fuente; metodología de la investigación (Hernández & Mendoza , 2018)

3.1.2. Estudio de caso

Esta metodología que se ha utilizado es aplicable al análisis de aspectos sociales y educativos, según (Stake, 1998), refiere al estudio característico de un caso complejo, para llegar a conocer las circunstancias en las que se desarrolla el tema que se está tratando, de manera que se ahonde en la exploración llegando a tener una conclusión favorable para el investigador.

En concordancia con (Bell, 2002) este tipo de estudio está a disposición para realizar una indagación exhaustiva de ciertos problemas, generalmente en un periodo de tiempo establecido, obteniendo así un análisis concreto dentro del entorno donde se desarrolla la investigación.

(Stake, 1998) nos muestra tres tipos de estudios de caso, para la toma de datos correspondientes:

- *Intrínseco*: busca conocer un tema en específico de relevancia, o por el simple hecho de indagar una necesidad para llevar a cabo el tema que se desea tratar, por lo tanto, se le aplica para obtener datos directos y así corroborar en el entendimiento de otros estudios o casos similares que se están desarrollando.
- *Instrumental*: se aplica para analizar sobre un contenido más general, aportando componentes de investigación para conocer a detalle una problemática que no solo se mezcla con el caso que se está tratando, sino que abarca otros datos para ampliar el tema principal.
- *Colectivo*: es diferente del instrumental, ya que engloba varias temáticas similares, en concreto con la misma problemática, pero en distintos escenarios, como pueden ser en empresas, instituciones educativas, sectores públicos, etc. Este tipo de proceso es viable para conocer cada situación en espacios distintos y utilizarlo como instrumento de ilustración, para llevar a cabo el estudio que se realiza.

En base a lo que ilustra Stake (1998) en el caso que se está estudiando, de encontrar como los jóvenes de la UC utilizan las redes sociales, se está aplicando el “estudio de caso Colectivo”,

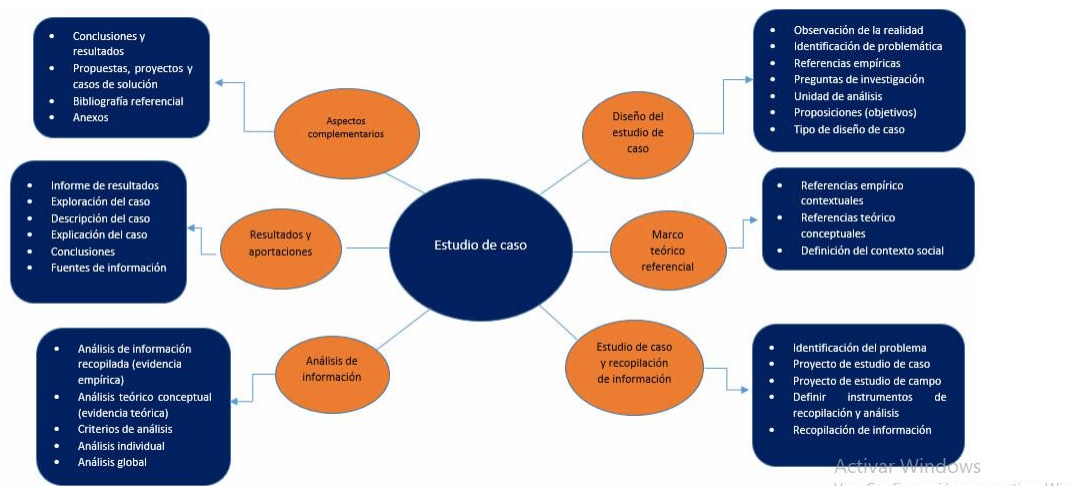
ya que para la recolección de datos se ha revisado la literatura respectiva, conjuntamente con temas similares en varios entornos que se han desarrollado a nivel mundial para llevar a cabo el análisis en la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca.

El estudio de caso no se lo debe tomar como solo una mera interpretación de los datos a la deriva, de un acontecimiento puesto en consideración, sino que “como en toda investigación, se recogen pruebas sistemáticamente, se estudia la relación entre variables y se planifica metódicamente la indagación” (Bell, 2002).

A continuación, se detalla de manera sintética el planteamiento de una investigación, construida por (Muñoz, 2011) para especificar el diseño de estudios de caso.

Figura 8.

Planteamiento de una investigación consistente en un estudio de caso.



Nota. Figura tomada del libro. "Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis" (Muñoz, 2011)

3.1.3. Determinación de la muestra

La investigación se efectuó mediante encuestas en la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, entre las edades de 18 y 25 años, donde la fórmula que se expone a continuación detalla el cálculo de alumnos para la muestra a encuestar.

Tabla 8.

Cuadro descriptivo para calcular el número de la muestra finita.

Estadística	Descripción
N	Tamaño de muestra buscado.
N	Tamaño de población o universo.
Z	Parámetro estadístico que depende de nivel de confianza.
E	Error de estimación máximo aceptado.
P	Probabilidad de que ocurra el evento estudiado.
Q	$(1 - p)$ = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado.

Nota. Fórmula tomada de la página (QuestionPro, 2022)

Tabla 9.

Número total demuestra

Parámetro	Insertar Valor
N	1.852
Z	1.960
P	50.00%
Q	50.00%
E	5.00%

Tamaño de muestra “n” = 318,31

Nota. Fórmula tomada de la página (QuestionPro, 2022)

3.1.4. Implementación de la encuesta

Con el fin de poder recolectar la información necesaria, se aplicó un formulario de encuestas de manera virtual a una muestra de 319 alumnos de la Universidad de Cuenca, utilizando la *App Google Forms*, la misma que, mediante sus plantillas, se ajusta para diferentes tipos de análisis. La indagación estuvo compuesta por 21 preguntas sobre el tema “Uso de las redes sociales por los

estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca”, las interrogaciones fueron realizadas con preguntas cerradas y de opción múltiple, lo que nos permitió recoger los datos necesarios para responder a las preguntas de investigación y alcanzar los objetivos planteados.

3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

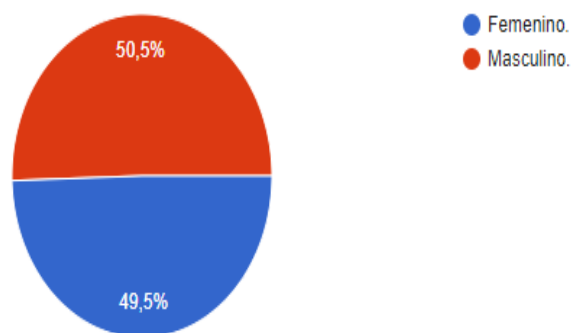
3.2.1. Tabulación de resultados

A cada interrogante se le realizó una comparación de los resultados, mediante los datos obtenidos se interpretó y explicó cada ítem en los estudios ejecutados en la institución. Se realizaron preguntas como:

Genero de los encuestados.

Figura 9.

Señale el sexo al que pertenece usted.



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 10.

Resultados de la pregunta número 1

Sexo	Porcentaje	Número de encuestados
Masculino.	50,5 %	161
Femenino.	49,5 %	158
Total	100%	319

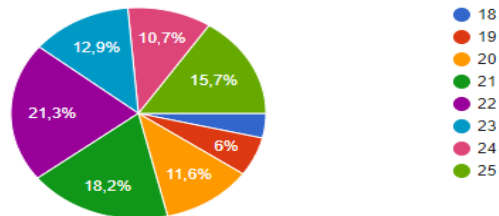
Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

El sondeo realizado a los estudiantes de la Universidad de Cuenca de la Facultad de Filosofía entre edades de 18 a 25 años de edad, se llevó a cabo la pregunta de identidad de sexo, constatando que existe un total de 50,5% equivalente a 171 de alumnas, que participaron de la encuesta; mientras que en los varones se obtuvo un total de 49,5% dando como resultado a 158 alumnos que contestaron a la encuesta.

Edad de los encuestados

Figura 10.

Indique su edad.



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 11.

Resultados de la pregunta número 2.

Edades	Porcentajes	Número de encuestados
18	3,8%	12
19	6%	19
20	11,6%	37
21	18,2%	58
22	21,3%	68
23	12,9%	41
24	10,7%	34
25	15,7%	50
Total	100%	319

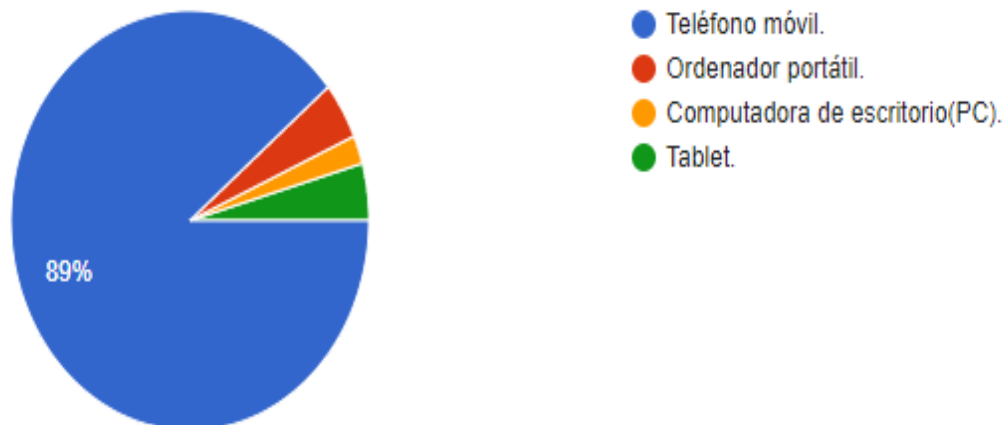
Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

En la figura 4, podemos observar que el 21,3% de encuestados corresponde a 68 individuos en la edad de 22 años; el 18,2% que registra a un total de 58 universitarios con 21 años; el 15,7% similar a 50 chicos en una edad de 25 años; el 12,9% es equivalente a 41 jóvenes de 23 años; el 11,6% corresponde a 37 alumnos con 20 años; el 10,7% semejante a 34 educandos en una edad de 24 años; el 6% son 19 personas de 19 años de edad; el 3,8% dando un total de 12 sujetos con la edad de 18 años.

Dispositivos que usa con mayor frecuencia

Figura 11.

De los siguientes dispositivos ¿Con cuál se conecta usted con mayor frecuencia a Internet?



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 12.

Resultados de la pregunta número 3.

Dispositivos	Porcentajes	Número de encuestados
Teléfono móvil.	89%	284
Ordenador portátil.	4,4%	14
Computadora escritorio.	2,2%	7
Tablet.	4,4%	14
Total.	100%	319

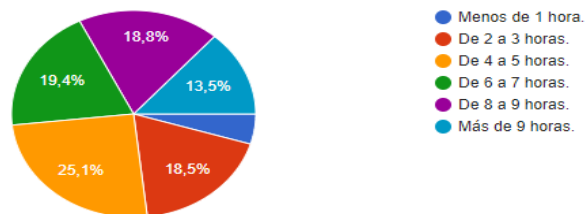
Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Los estudiantes de la Facultad de Filosofía se conectan desde distintos dispositivos a Internet, donde el dispositivo electrónico más usado con el 89% (284 alumnos) es el teléfono móvil, mientras que el ordenador portátil (laptop) y la *tablet* tienen similar número de encuestados con el 4,4% (14 jóvenes), entre tanto el 2,2% (7 individuos) manejan la computadora de escritorio para acceder a las plataformas digitales.

Tiempo de conexión a Internet

Figura 12.

¿Cuánto tiempo al día se conecta usted a Internet?



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 13.

Resultados de la pregunta número 4.

Tiempo	Porcentajes	Número de encuestados
Menos de 1 hora.	4,7%	15
De 2 a 3 horas.	18,5%	59
De 4 a 5 horas.	25,1%	80
De 6 a 7 horas.	19,4%	62
De 8 a 9 horas.	18,8%	60
Más de 9 horas.	13,5%	43
Total	100%	319

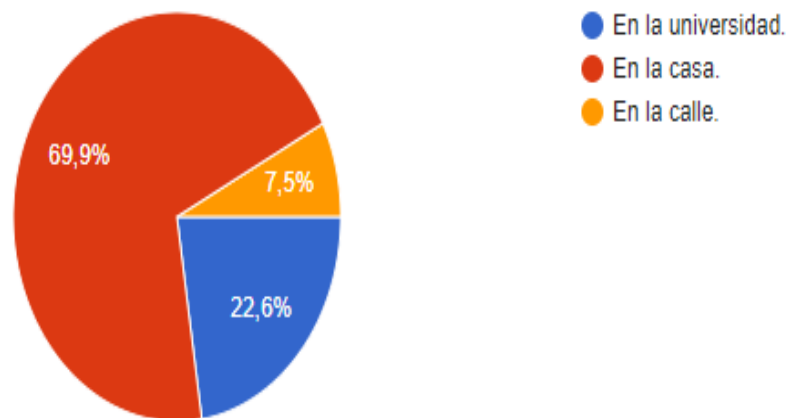
Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

En la figura 6, podemos identificar que el 25,1% (80 cibernautas) están en la *Web* de 4 a 5 horas, mientras que el 19,4% (62 sujetos) están frecuentemente en estos espacios digitales de 6 a 7 horas regulares, por otro lado el 18,8% (60 personas) se mantienen en continua interacción de 8 a 9 horas, entre tanto el 18,5% (59 educandos) navegan en la red de 2 a 3 horas diarias, el 13,5% (43 internautas) usa constantemente los dispositivos móviles para mantenerse en contacto con más de 9 horas diarias y por último un 4,7% (15 chicos) pasan en el ciberespacio menos de una hora.

Lugar de conexión a Internet

Figura 13.

¿En qué lugar se conecta usted con más frecuencia a Internet?



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 14.

Resultados de la pregunta número 5.

Sitio de conexión	Porcentajes	Número de encuestados
En la universidad.	22,6%	72
En la casa.	69,9%	223
En la calle.	7,5%	24
Total	100%	319

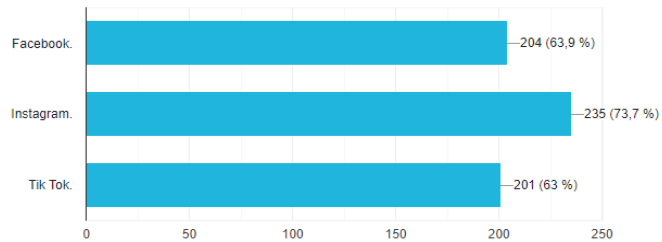
Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Dentro de las preguntas realizadas a los encuestados se tomó en cuenta el sitio donde mantienen el mayor tiempo de conexión, a lo que los estudiantes con un 69,9% (223 alumnos) indicaron que se conectan en sus hogares, un 22,6% (72 jóvenes) accede a las redes de *wifi* dentro de la Universidad, y el porcentaje restante equivalente a un 7,5% (24 individuos) obtienen el acceso a Internet a través de las redes gratuitas en la calle o en *cibers* (espacios públicos de paga).

Red social más utilizada

Figura 14.

¿Qué red social usa usted con mayor frecuencia? Escoja una o varias.



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 15.

Resultados de la pregunta número 6.

Red social	Porcentajes	Número de encuestados
Facebook.	63,9%	102
Instagram.	73,7%	117
Tik Tok.	63%	100
Total	100%	319

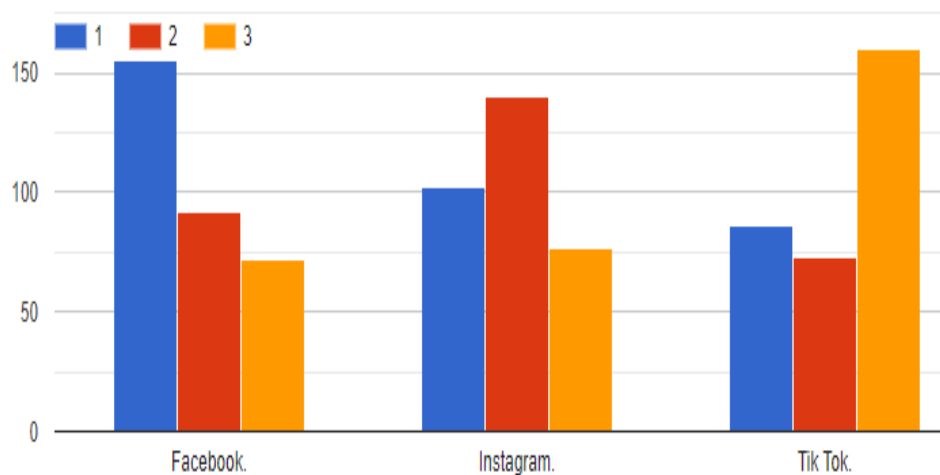
Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Las redes sociales que se ha enfocado son tres principalmente, teniendo como resultado que los jóvenes universitarios emplean más el medio digital de Instagram con un 73,7% equivalente a 117 alumnos de la institución, en segundo lugar, la red que frecuentan esta Facebook con un 63,9% similar a 102 usuarios, mientras que en Tik Tok no lejos de Facebook la utilizan frecuentemente un 63% como resultado de 100 personas que utilizan esta plataforma.

Redes sociales más utilizadas.

Figura 15.

En qué orden usa usted estas redes sociales (lista), siendo uno como la más usada y tres como la menos usada.



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 16.

Resultados de la pregunta número 7.

Red social	Porcentajes	Número de encuestados
Facebook.	45%	114
Instagram.	32%	102
Tik Tok.	32%	103
Total	100%	319

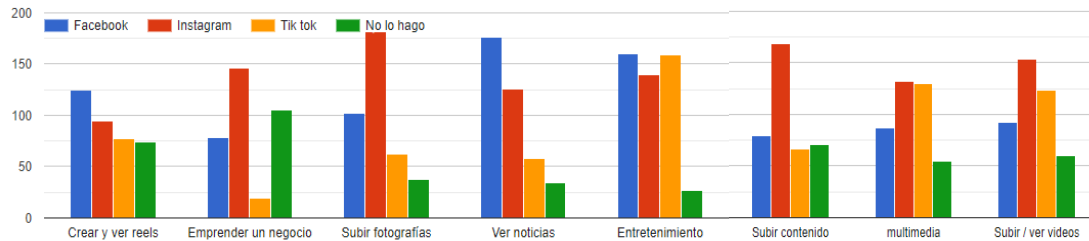
Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Cabe recalcar que los jóvenes de la Universidad de Cuenca tienen a su disposición distintas plataformas digitales, sin embargo en las redes que se han destacado en la investigación se mantienen en medios sociales, siendo para un cierto número de alumnos la principal red de navegación Facebook con un 45% (114 internautas), para otro porcentaje Tik Tok es el segundo medio con más frecuencia en su uso con un 32% (103 internautas), no muy lejos de esta plataforma, le sigue Instagram con un 32% (102 sujetos).

Uso que les dan a las redes sociales.

Figura 16.

¿Cuál es el uso que le da usted a las redes sociales?



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 17.

Resultados de la pregunta número 8.

Usos	Red social	N° de encuestados
Crear y ver reels.	Facebook	125
	Instagram	95
	Tik Tok	77
	No lo hago	74
Emprender un negocio.	Facebook	78
	Instagram	146
	Tik Tok	19
	No lo hago	105
	Facebook	102
	Instagram	182

Subir fotografías.	Tik Tok	62
	No lo hago	38
Ver noticias.	Facebook	176
	Instagram	126
	Tik Tok	58
	No lo hago	34
Entretenimiento.	Facebook	160
	Instagram	140
	Tik Tok	159
	No lo hago	27
Subir contenido.	Facebook	80
	Instagram	169
	Tik Tok	67
	No lo hago	71
Multimedia.	Facebook	87
	Instagram	132
	Tik Tok	130
	No lo hago	55
Subir/ver videos.	Facebook	92
	Instagram	154
	Tik Tok	124
	No lo hago	60

Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

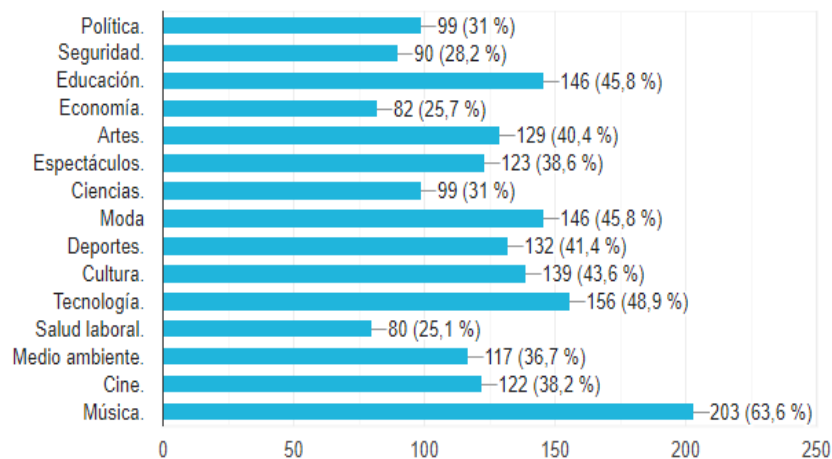
El uso que le dan los estudiantes a las redes sociales son los siguientes: Crear y ver *Reels*: Facebook 125, Instagram 95, Tik Tok 77, No lo hago 74; Emprender un negocio: Facebook 78, Instagram 146, Tik Tok 19, No lo hago 105; Subir fotografías: Facebook 102, Instagram 182, Tik

Tok 62, No lo hago 38; Ver noticias: Facebook 176, Instagram 126, Tik Tok 58, No lo hago 34; Entretenimiento: Facebook 160, Instagram 140, Tik Tok 159, No lo hago 27; Subir contenido: Facebook 80, Instagram 169, Tik Tok 67, No lo hago 71; Multimedia: Facebook 87, Instagram 132, Tik Tok 130, No lo hago 55; Subir/ver videos: Facebook 92, Instagram 154, Tik Tok 124, No lo hago 60.

Temas más consultados

Figura 17.

¿Cuál de los siguientes temas consulta usted con más frecuencia? Puede escoger uno o varios ítems.



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 18.

Resultados de la pregunta número 9.

Temas	
Temas	Porcentajes
Política.	31%
Seguridad.	28,2%
Educación.	45,8%
Economía.	25,7%
Artes.	40,4%
Espectáculos.	38,6%
Ciencias.	31%
Moda.	45,8%
Deportes.	41,4%
Cultura.	43,6%
Tecnología.	48,9%
Salud laboral.	25,1%
Medio ambiente.	36,7%
Cine.	38,2%
Música.	63,6%

Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

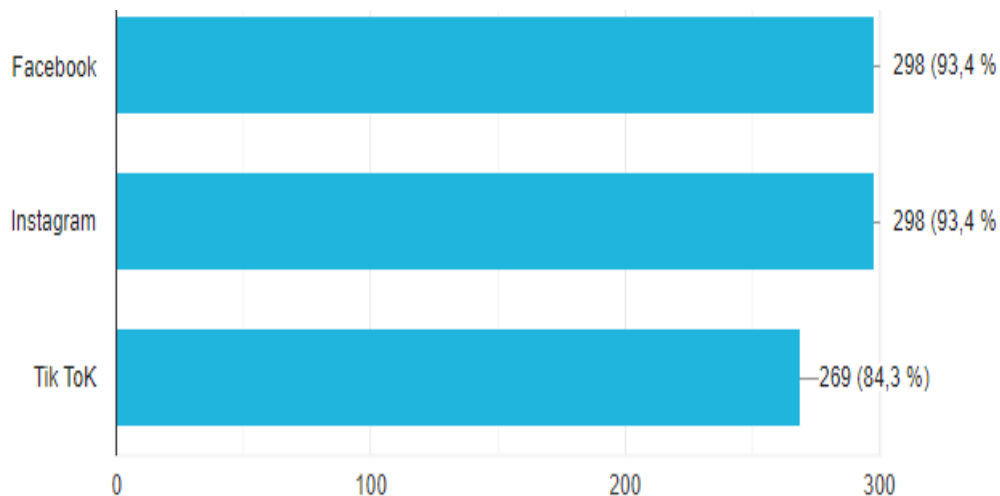
El tipo de consulta que se realiza por estudiantes son los siguientes: entre la más votada esta la música con 63,6%, segundo lugar se presentan los asuntos tecnológicos con un valor del 48,9%, entre los temas de educación y moda los porcentajes son similares con un 45,8% de opiniones, en tanto en contenidos de cultura es el 43,6%, para los deportes su numeración es del 41,4%, para los

espacios en las artes el número es de 40,4%, en motivo de espectáculos es del 38,6%, dentro de los tipos de consulta en estos medios está el cine con un 38,2%, los asuntos de medio ambiente se encuentra con un 36,7%, en cuestiones de política y ciencias hay una valorización idéntica con el 31% para cada una, mientras que para ítems de seguridad se detalla con un 28,2%, otros de las opciones que consumen los usuarios es la economía con el 25,7%, y por último en materia de salud laboral se localiza con un 25,1% para los encuestados.

Aplicación instalada en el celular

Figura 18.

¿Qué aplicación tiene instalada usted en su celular?



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 19.

Resultados de la pregunta número 10.

Aplicación	Porcentajes
Facebook.	93,4%
Instagram.	93,4%
Tik Tok.	84,3%
Total	100%

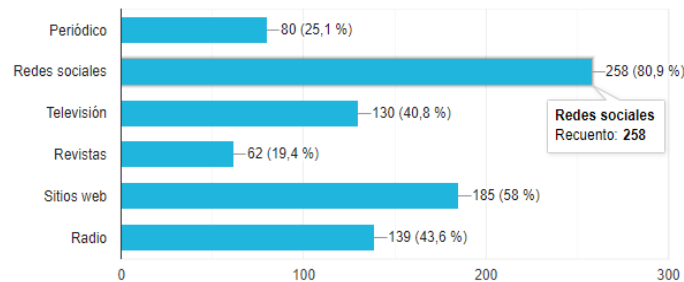
Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Las utilizaciones de las aplicaciones son distintas en cada usuario, Facebook e Instagram están empatadas en este punto con un 93,4% de estudiantes que tienen instaladas en sus celulares, por otro lado, para Tik Tok consta con un número determinado del 84,3% de alumnos que utilizan esta aplicación con distintos fines para su empleo.

Medios utilizados para informarse

Figura 19.

¿Qué tipos de medios utiliza usted con más frecuencia para informarse? Puede escoger uno o varios ítems.



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 20.

Resultados de la pregunta número 11.

Medios utilizados para informarse	
Medios	Porcentajes
Periódico.	25,1%
Redes sociales.	80,9%
Televisión.	40,8%
Revistas.	19,4%
Sitios web.	58%
Radio.	43,6%
Total	100%

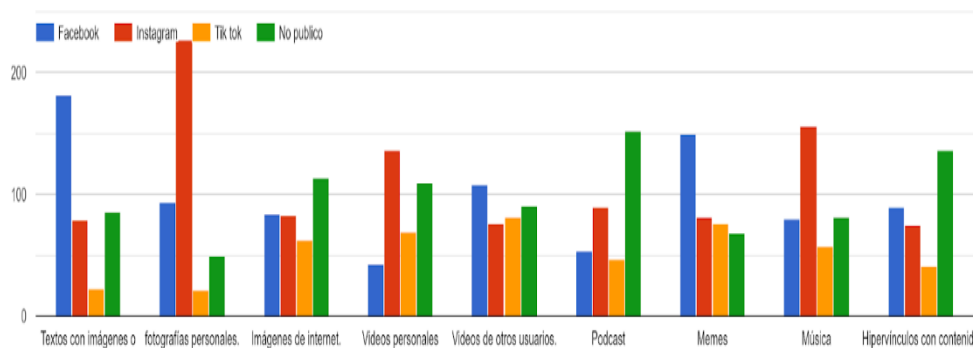
Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

En la figura 13, se muestran los medios que son utilizadas por los estudiantes para informarse continuamente, obteniendo que las redes sociales son la fuente principal para obtener información con un 80,9%, en la segunda referencia están los sitios web que son otro centro de búsqueda de contenido novedoso con un 58%, para el medio de comunicación tradicional, la radio es un sitio donde se consulta noticias de actualidad con un 43,6%, mientras que para un 40,8% de la población estudiantil utilizan la televisión como fuente informativa, el periodico lo utilizan un 25,1% de los jóvenes y las revistas son aplicadas por las personas como punto de consulta con un 19,4%.

Contenidos publicados en las redes sociales.

Figura 20.

¿Qué tipo de contenido publica usted en cada red social mencionadas anteriormente? Escoja uno o varios ítems.



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 21.

Resultados de la pregunta número 12.

Contenido publicado	Red social	N° de encuestados
Texto con imágenes.	Facebook	182
	Instagram	79
	Tik Tok	23
	No publico	86
Fotografías personales.	Facebook	93
	Instagram	227
	Tik Tok	21
	No publico	49
Imágenes de internet.	Facebook	84
	Instagram	83
	Tik Tok	63
	No publico	114
Videos personales.	Facebook	43
	Instagram	137
	Tik Tok	70
	No publico	110
Videos de otros usuarios.	Facebook	108
	Instagram	76
	Tik Tok	81
	No publico	91

Podcast.	Facebook	53
	Instagram	89
	Tik Tok	47
	No publico	152
Memes.	Facebook	150
	Instagram	81
	Tik Tok	76
	No publico	68
Música.	Facebook	80
	Instagram	157
	Tik Tok	58
	No publico	81
Hipervínculos con contenido.	Facebook	89
	Instagram	75
	Tik Tok	42
	No publico	137

Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

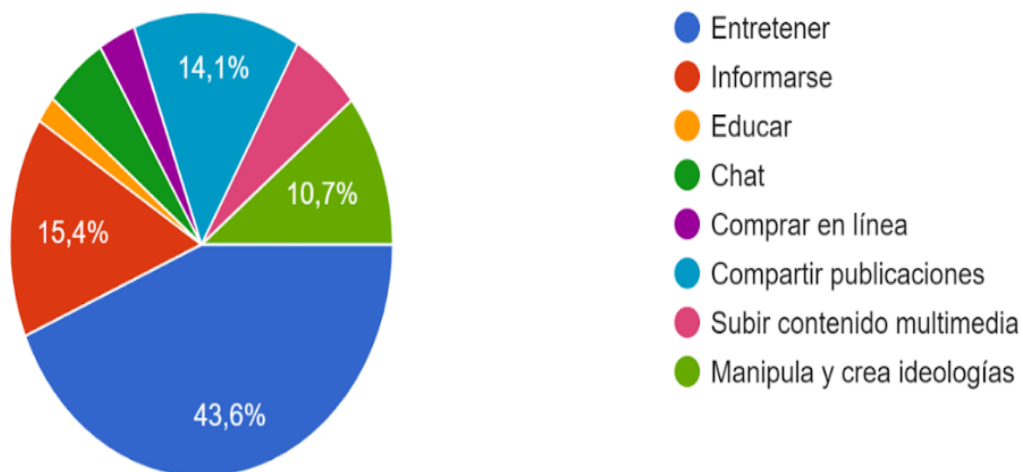
Según la interrogante de la figura 14, los ítems que han sobresalido en Facebook son: 182 votos que suben textos e imágenes, 150 opiniones la manejan para postear memes y 108 elecciones para ver o compartir vídeos de otros usuarios. Instagram por su parte, 227 puntos emplean para postear fotografías personales, 157 votaciones la utilizan para ver videos musicales, 137 referencias para subir videos propios. En cambio, Tik Tok tiene otra utilidad: 81 dictámenes que significan para ver videos de otras personas, 76 criterios para memes y 70 apreciaciones para videos personales, por último, encontramos las tres funciones que son las menos utilizadas en estas

plataformas virtuales: 152 valoraciones en podcast, 137 criterios en hipervínculos con contenido, 114 razonamientos para imágenes de Internet, estas son pareceres que menos se realizan en los medios antes mencionados.

Función principal de Facebook

Figura 21.

¿Cuál cree usted que es la función principal de Facebook?



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 22.

Resultados de la pregunta número 13.

Facebook		
Alternativas	Porcentaje	Número de Encuestados
Entretener.	43,6%	139
Informarse.	15,4%	49
Educar.	1,9%	6
Chat.	5,3%	17
Comprar en línea.	3,1%	10
Compartir publicaciones.	14,1%	45
Subir contenido multimedia.	6%	19
Manipula y crea ideologías.	10,7%	34
Total, de encuestas	100%	319

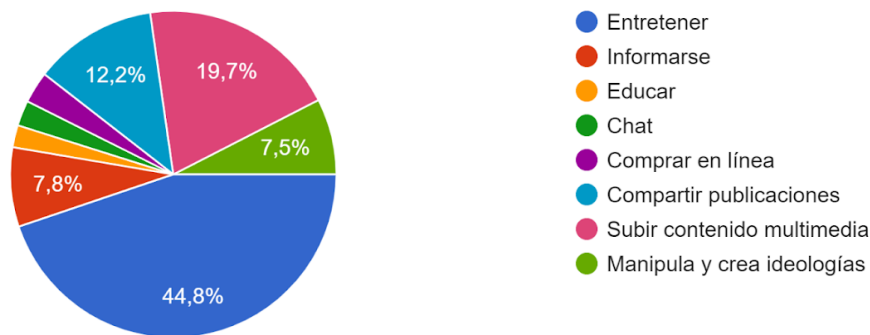
Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Después de haber realizado la encuesta a los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, respondieron que 139 universitarios utilizan esta red social que corresponde a 43,6% para entretenerse. En segundo lugar se encuentra la opción de informarse con 49 votos que equivale a 15,4%, donde el público objetivo utiliza este medio para informarse, para compartir publicaciones el 14,1% es decir 45 educandos cumplen con este ítem, manipulación y crear ideologías con el 10,7% que equivale a 34 estudiantes, subir contenido multimedia el 6% similar a 19 cibernautas, para chat el 5,3% correspondiente a 17 sujetos y para educar solo el 1,9% que son 6 personas utilizan Facebook con el propósito de comprender sobre su educación para sus fines de aprendizaje, de esta manera vemos cómo esta aplicación es utilizada en su mayoría con fines de pasatiempo.

Función principal de Instagram

Figura 22.

¿Cuál cree usted que es la función principal de Instagram?



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 23.

Resultados de la pregunta número 14.

Instagram		
Alternativas	Porcentaje	Número de Encuestados
Entretener.	44,8%	143
Informarse.	7,8%	25
Educar.	2,2%	7
Chat.	2,5%	8
Comprar en línea.	3,1%	10
Compartir publicaciones.	12,2%	39
Subir contenido multimedia.	19,7%	63
Manipula y crea ideologías.	7,5%	24

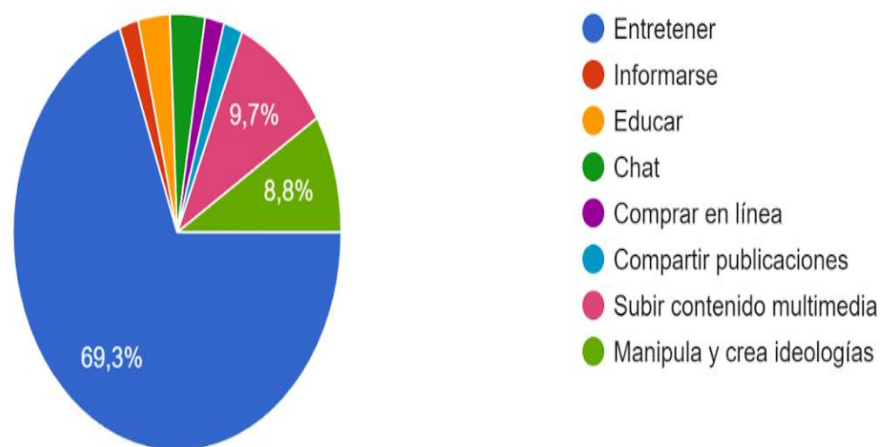
Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

En este ítem, se obtuvo que entretener tuvo 143 elecciones que corresponde a un 44,8% donde esta red está empleada para observar post. De la misma manera, tenemos en segundo lugar la opción, subir contenido multimedia con 63 personas que se refiera a 19,7% ; compartir publicaciones el 12,2% equivalente a 39 chicos, para informarse el 7,8% similar a 25 internautas, manipula y crea ideologías 7,5% registra 24 cibernautas, comprar en línea 3,1% correspondiente a 10 jóvenes, para chat el 2,5% que son 8 alumnos, y dentro de las menos votadas está la opción de educar con 2,2% igual a 7 personas, llegando a la conclusión que la mayoría utiliza con fines de entretenimiento.

Función principal de Tik Tok

Figura 23.

¿Cuál cree usted que es la función principal de Tik Tok?



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 24.

Resultados de la pregunta número 15.

Tik Tok		
Alternativas	Porcentaje	Número de Encuestados
Entretener	69,3%	221
Informarse	1,9%	6
Educar	3,1%	10
Chat	3,4%	11
Comprar en línea	1,9%	6
Compartir publicaciones	1,9%	6
Subir contenido multimedia	9,7%	31
Manipula y crea ideologías	8,8%	28
Total	100%	319

Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

En el análisis de la figura 17, se pudo comprender que la primera opción es entretener con 69,3% semejante a 221 estudiantes, en segundo lugar está subir contenido multimedia con 9,7% correspondiente a 31 alumnos, manipular y crear ideologías el 8,8% semejante a 28 sujetos, para chat el 3,4% dado como resultado a 11 jóvenes, para educar el 3,1% similar a 10 universitarios, y dentro de las menos votadas se encuentran tres opciones con mismo número de personas y porcentajes; comprar en línea, informarse y compartir publicaciones, con el 1,9% es decir 6 individuos.

Acciones en redes sociales frente a noticias importantes.

Figura 24.

¿Qué suele hacer usted si ve alguna noticia importante?



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 25.*Resultados de la pregunta número 16.*

Resultados de la pregunta número 16		
Alternativas	Porcentaje	N° encuestados
Solo lee el titular de la noticia, la fotografía o el video.	21,3%	68
Lee el contenido y además comparte la información en sus redes.	29,5%	94
Solo lo lee y no lo comparte.	43,3%	138
No lo comparte.	6%	19
Total	100%	319

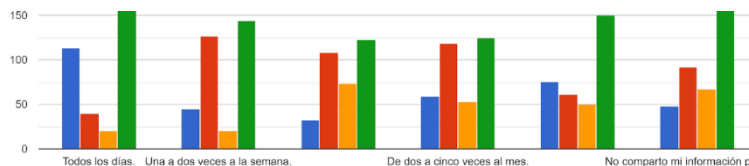
Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Un 43,3% de jóvenes solo lo lee y no lo comparte, en cambio el 29,5% lee el contenido y además postea la información en sus redes sociales, el 21,3% solo mira el titular de la noticia, la fotografía o el video y por último el 6% no comparte los datos que encuentra en los sitios web.

Frecuencia con la que se comparte información.

Figura 25.

¿Con qué frecuencia comparte usted su información personal en las redes sociales?



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 26.

Resultados de la pregunta número 16.

Alternativas	Facebook	Instagram	Tik Tok	No comparto
Todos los días.	113	40	20	173
Una a dos veces a la semana.	45	127	20	144
Los fines de semana.	33	108	74	123
De dos a cinco veces al mes.	59	118	53	125
De siete a diez veces al mes.	76	61	50	150
No comparto mi información personal.	48	92	67	163

Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Respondiendo a la consulta de la figura 19, se identificaron los resultados más votados:

En Facebook utilizan todos los días 113, una a dos veces a la semana 45, los fines de semana 33, de dos a cinco veces al mes 59, de siete a diez veces al mes 76, no comparto mi información personal 48.

En Instagram manejan todos los días 40, una a dos veces a la semana 127, los fines de semana 108, de dos a cinco veces al mes 118, de siete a diez veces al mes 61, no comparto mi información personal 192.

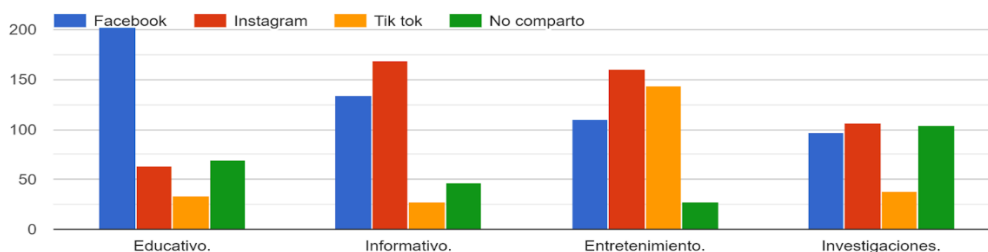
En Tik Tok usan todos los días 20, una a dos veces a la semana 20, los fines de semana 74, de dos a cinco veces al mes 53, de siete a diez veces al mes 50, no comparto mi información personal 67.

En la opción de los que no comparten información se obtuvo; todos los días 173, una a dos veces a la semana 144, los fines de semana 123, de dos a cinco veces al mes 127, de siete a diez veces al mes 150, no comparto mi información personal 163.

Información que intercambia en redes sociales.

Figura 26.

¿Qué tipo de información intercambia usted en cada red social? Escoja entre una o más opciones.



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 27.

Resultados de la pregunta número 17.

Alternativas	Facebook	Instagram	Tik Tok	No comparto
Educativo.	203	64	33	70
Informativo.	134	169	27	47
Entretenimiento.	110	160	144	27
Investigaciones.	97	107	38	104

Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Contestando a la interrogante sobre la información que intercambian los universitarios en redes sociales, un cierto número de encuestados no comparte ningún tipo de contenido en redes, mientras que el orden en otros votantes, es la siguiente:

En Facebook el tipo de información que intercambian es: Educativo 203, Informativo 134, Entretenimiento 110, Investigaciones 97.

En Instagram el tipo de información que intercambian es: Educativo 64, Informativo 169, Entretenimiento 160, Investigaciones 107.

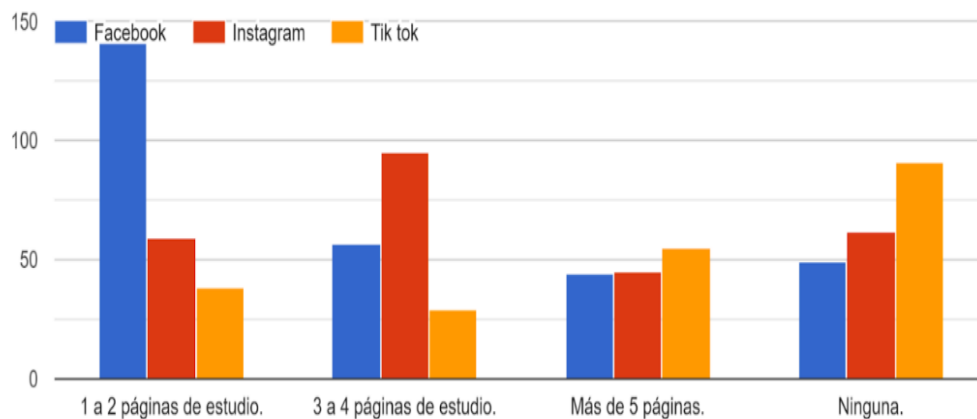
En Tik Tok el tipo de información que intercambian es: Educativo 33, Informativo 27, Entretenimiento 144, Investigaciones 38.

La opción no comparte tiene los siguientes resultados: Educativo 70, Informativo 47, Entretenimiento 27, Investigaciones 104.

Páginas a las que sigue

Figura 27.

¿Usted pertenece a alguna página o cuenta de educación que se relacione con sus estudios? Si la respuesta es Sí ¿Cuántas páginas o cuentas sigue? Si su respuesta es No siga a la siguiente pregunta.



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 28.

Resultados de la pregunta número 17.

Alternativas	Facebook	Instagram	Tik Tok
1 a 2 páginas de estudio.	141	59	38
3 a 4 páginas de estudio.	57	95	29
Más de 5 páginas.	44	45	55
Ninguna	49	62	91

Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Según la evaluación de la figura 20, el orden de páginas o cuentas que siguen son:

En la red social de Facebook siguen: 1 a 2 páginas de estudio 141, 3 a 4 páginas de estudio 57, Más de 5 páginas 44, Ninguna 49.

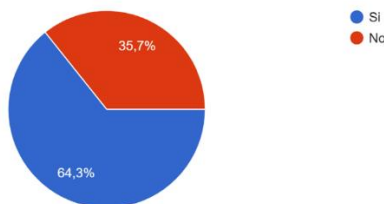
En la red social de Instagram siguen: 1 a 2 páginas de estudio 59, 3 a 4 páginas de estudio 95, Más de 5 páginas 45, Ninguna 62.

En la red social de Tik Tok siguen: 1 a 2 páginas de estudio 38, 3 a 4 páginas de estudio 29, Más de 5 páginas 55, Ninguna 91.

Redes sociales y educación

Figura 28.

¿Cree usted que los sitios de Facebook / Instagram / Tik Tok han contribuido a mejorar la calidad de su educación?



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 29.

Resultados de la pregunta número 18.

Resultados de la pregunta número 18.			
Pregunta		N° de personas	Porcentaje
¿Cree usted que los sitios de Facebook / Instagram / Tik Tok han contribuido a mejorar la calidad de su educación?	SI	205	64,3%
	NO	114	35,7%

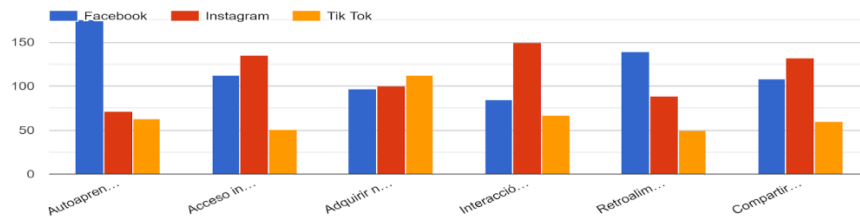
Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

La mayoría está de acuerdo de que las redes Facebook, Instagram y Tik Tok han ayudado a mejorar la calidad de su educación, el 64,3% que equivale a 205 alumnos se ha manifestado que estas plataformas digitales contribuyen con la información necesaria en cualquier momento, de fácil acceso y tiene diversas formas de aprender un tema en específico. Mientras que un 35,7%, dando como resultado 114 estudiantes han señalado que los medios sociales no aportan en su formación académica.

Redes sociales en la vida académica.

Figura 29.

Si la respuesta es SÍ ¿Cómo han contribuido en su vida académica?



Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

Tabla 30.

Resultados de la pregunta número 19.

Alternativas	Facebook	Instagram	Tik Tok
Autoaprendizaje.	175	71	63
Acceso inmediato a la información.	112	135	51
Adquirir nuevos conocimientos.	97	100	112
Interacción entre estudiantes de diversas universidades.	85	150	67
Retroalimentación mediante debates, charlas y actividades virtuales.	139	89	50
Compartir y difundir conocimientos.	108	132	60

Nota. Elaborado por: Adrián Méndez & Galo Morocho.

La red social Facebook ha contribuido en los jóvenes universitarios de la siguiente manera: Autoaprendizaje 175, Acceso inmediato a la información 112, Adquirir nuevos conocimientos 97, Interacción entre estudiantes de diversas universidades 85, Retroalimentación mediante debates, charlas y actividades virtuales 139, Compartir y difundir conocimientos 108.

La red social Instagram ha contribuido en los jóvenes universitarios de la siguiente manera: Autoaprendizaje 71, Acceso inmediato a la información 135, Adquirir nuevos conocimientos 100, Interacción entre estudiantes de diversas universidades 150, Retroalimentación mediante debates, charlas y actividades virtuales 89, Compartir y difundir conocimientos 132.

La red social Tik Tok ha contribuido en los jóvenes universitarios de la siguiente manera: Autoaprendizaje 73, Acceso inmediato a la información 51, Adquirir nuevos conocimientos 112, Interacción entre estudiantes de diversas universidades 67, Retroalimentación mediante debates, charlas y actividades virtuales 50, Compartir y difundir conocimientos 60.

3.2.2. Análisis y discusión de resultados

1 ¿Cuál es el uso que le da usted a las redes sociales?

El uso que los estudiantes les dan a los medios digitales que se están investigando (Facebook, Instagram y Tik Tok), la utilizan para distintos fines, es decir que los alumnos ocupan estas plataformas para: entretenimiento, las funciones que tienen estas plataformas para los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, es la de crear y ver *Reels*, subir fotografías de paisajes, lugares que visitan, tiempos o momentos en la Universidad, la

presencia de eventos deportivos, congresos, ferias, charlas, conversatorios, etc; han llevado por tal motivo una continua interacción con el contenido multimedia que se encuentran en estos espacios digitales, los videos, fotografías, subir contenido personal que se cuelgan todos los días y a cada momento; algunos de ellos han señalado que estos ciberespacios son una gran fuente de ingresos ya que emprender un negocio en estos medios digitales traen beneficios económicos; por otro lado, para los estudiantes es importante enterarse de lo que sucede a su alrededor, por tal motivo frecuentan estos medios virtuales para ver noticias ya que las redes son la forma más rápida y ágil para estar informados de lo que sucede en la ciudad y el mundo mediante cápsulas comunicativas, las noticias en la actualidad son emitidas de una forma sencilla para que los universitarios lleguen a estar al tanto de lo que sucede en su entorno.

Para la escuela Ergon (2021) los jóvenes han tomado esta red social para momentos de entretenimiento, con un fin para conversar, compartir sus ideas o pensamientos, contar historias, hacer *lives*, subir videos y fotografías, compartir inquietudes, hacer conocer un tema público, hacerse escuchar, promover noticias, entre otras actividades más que ofrecen estos medios virtuales. Sin embargo, pese a todas estas prestezas que se pueden realizar en este medio, hay que tener en cuenta que el fin principal se establece como una herramienta de comunicación, donde genera actividad comunicativa entre comunidades virtuales sobre temas de interés colectivo.

2 ¿Qué tipo de contenido pública usted en cada red social mencionadas anteriormente?

Escoja una o varios ítems.

Después de conocer que los estudiantes utilizan las redes con fines de entretenimiento, los temas que publican con frecuencia son: textos con imágenes, para compartir una idea o múltiples ideologías que cada usuario desea transmitir, también se comparten los famosos memes, que en

la actualidad ha servido para denunciar hechos, hacer viral a algún personaje, darse a conocer en redes, hacer conocer algún producto o servicio, etc., esto lo hacen a través del humor; otro de los temas que es de interés entre los más jóvenes es la de observar videos musicales, ya que les facilita compartir al instante algún tipo de contenido audiovisual, lo que les permite etiquetar y colocar alguna descripción para que sus amigos, familiares o pareja sentimental puedan ver el mensaje que trae aquel contenido multimedia; algunos usuarios adquieren estos medios para postear videos personales, donde tratan de mostrar partes de sus vidas a través de material audiovisual o proyectar lo que sienten por ayuda de letras acompañadas de post.

Entre los ítems con menos interacción por parte de los universitarios encontramos los podcasts, hipervínculos con contenido e imágenes de Internet, los mismo que no tiene mucha acogida ya sea por su poca difusión o por temas que no les llama la atención al momento de navegar en las plataformas, los jóvenes como se lo ha podido evidenciar les llama la atención el contenido audiovisual, donde los videos, imágenes y sonidos están entrelazados creando un material digital unificado.

Para Marín, Gutiérrez, Rivera, Gonzales & Velásquez (2015) refieren que las competencias mediáticas se manifiestan de diferentes maneras en los medios de comunicación. Los usuarios que pertenecen a estas redes sociales tienen la potestad de dar una crítica y una retroalimentación a los contenidos que se publican a diario en dichas plataformas. Se produce la difusión de ideologías y valores que se encierran en este tipo de publicaciones en diversas temáticas referentes a gustos y estilos de vida de los millones de internautas que se encuentran en la red.

3 ¿Qué tipo de información intercambia usted en cada red social? Escoja entre una o más opciones.

Facebook fue una de las redes sociales que ha alcanzado su auge y ocupa un espacio en los dispositivos de los estudiantes de la Facultad de Filosofía, sin embargo los usuarios frecuentan este medio para intercambiar todo tipo de información, lo que más se destaca es el contenido educativo, ya que da una retroalimentación a sus estudios y pueden compartir con docentes o estudiantes de otras universidades que pueden adquirir nuevos conocimientos, propuestas de estudio, dar y recibir datos que sean útiles para su formación estudiantil, es por ello que concurren a este espacio virtual para compartir estos temas de investigación e informativos, ya que no solo les permite encontrar investigaciones dentro del país, sino que gracias a la inmediatez y al mundo globalizado en el que nos encontramos sumergidos mediante los espacios digitales, pueden encontrar pdfs, artículos, charlas, tutoriales, etc, de expertos en temas relacionados con sus profesiones.

Fuentes & García (2019) recalcan que Facebook se ha abierto en el campo de las comunicaciones como una red social indispensable para interacción de los usuarios, la manera en la que se ha ido cambiando la comunicación ha sido de manera efectiva para que el mensaje que se desea transmitir sea de manera rápida, creando nuevas maneras de acelerar el proceso comunicativo. Se pasó del tradicional emisor y receptor, donde la información que se transmitía solo era unidireccional, mientras que ahora la información se la hace de manera bidireccional es decir que, los usuarios pueden enviar, recibir los mensajes y colaborar con los datos que se sube a diario en la plataforma de Facebook.

Por su parte en la plataforma de Instagram, la información que más intercambian los universitarios es en lo educativo ya que se ha podido apreciar, mediante fotografías en carrusel,

videos, *Reels*, etc; diversos canales tratan de proyectar información educativa para que los jóvenes puedan instruirse al momento que deslizan su dedo en sus dispositivos digitales y a través de esto los estudiantes comparten en sus historias, en mensajes privados con su amigos o grupos para distintos fines. La información se encuentra en segundo lugar en esta red, la mayoría de medios de comunicación están subiendo y creando contenido de múltiples maneras para cautivar el mayor público posible, así mismo los jóvenes se involucran etiquetando en mensajes a sus amigos, compartiendo contenido de interés que ellos se sienten identificados, la información de diferentes temas es fundamental y mucho más cuando el tema está involucrado con los alumnos.

Escuela Ergon (2021), alude que Instagram es una plataforma que ha tenido gran alcance en los más jóvenes ya que por medio de esta red pueden transmitir emociones, sentimientos, estilos de vida, mediante una fotografía instantánea, un videoclip, un *Reels* o una historia, ya que esto hace que los cibernautas puedan mirar este contenido interactivo compartido en esta red

Mientras que en Tik Tok, varios de sus usuarios intercambian contenido educativo, esto debido a que esta plataforma ha tenido éxito entre los más jóvenes, y gracias a su popularidad ha crecido considerablemente llevando a varias personas a formar parte de esta comunidad digital, entre ellos profesionales de distintas ramas que comparten tips, formación gratis en línea, videos educativos, etc., con el fin de que los estudiantes puedan obtener formación con personas que tienen absoluto conocimiento en materia educativa y laboral. Sin embargo, a pesar de que se utiliza para fines académicos, uno de los usos que también señalan los universitarios de la Universidad de Cuenca, son para fines de entretenimiento, ya que los videoclips que son colgados por otros usuarios son llamativos para los jóvenes, en donde se llegan a crear ideologías como las maneras de vestir, formas de actuar, adecuación de un lenguaje (jergas), etc.

Este medio social, según Ergon (2021), tiene a los jóvenes involucrados y revisando contenido a cada momento, la misma que mediante algoritmos propios de esta aplicación hacen que su contenido sea muy actual dependiendo las tendencias, hashtag o música alrededor del mundo, entre otras funciones más que le ha llevado a que sea una de las aplicaciones más usadas a nivel global

4 ¿Cuál de los siguientes temas consulta usted con más frecuencia? Puede escoger uno o varios ítems.

Los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, tienen temas preferidos donde pasan su mayor tiempo revisando y enterándose de las novedades que les atrae, entre estos se encuentra la música, donde se ha vuelto un asunto que a los jóvenes les tiene sumergidos escuchando, cantando y bailando para las plataformas digitales (Facebook, Instagram y Tik Tok). Estas redes sociales se han ido modificando al pasar los años para tener a su público de una manera virtual más cerca con sus artistas preferidos, así mismo los universitarios lo utilizan para acompañarse en sus actividades académicas, al momento de trasladarse a distintos lugares dentro o fuera del campus, ellos al momento de seleccionar a la música nos demuestra que este asunto es parte de sus vidas.

Los temas tecnológicos también es otro tema que los estudiantes no pasan por desapercibido ya que las diversas páginas, foros, charlas, grupos, medios de comunicación digitales, etc.; se encargan en difundir distintos aspectos científicos que aportan para el crecimiento educativo, los mismos que son indagados para varios temas de investigación. Por otra parte la educación y la moda es otra de las búsquedas frecuentes en las redes sociales por los académicos, comúnmente indagan canales que le aporten para su crecimiento y apoyo en sus materias de formación, cada

estudiante tienen sus dispositivos o laptops como herramienta de estudio y esto ha servido para que puedan respaldarse ante cualquier inquietud, la moda se ha trasladado a los canales digitales mediante catálogos virtuales para que los chicos puedan revisar, observar y comprar si lo desean, la imagen fotográfica forma parte día a día de los universitarios y se ha vuelto una manera idónea para que ellos observen y se dejen atraer por los estereotipos que se van imponiendo en sus vidas.

Por otro lado los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, hacen consultas a los contenidos que hagan referencia a la cultura y las artes, ya que gracias a los medios sociales las personas pueden tener una cercanía e inmediatez con artistas, proyectos culturales con asuntos que son de su agrado, y a la vez interactuar con personajes que están en las plataformas digitales, por la bidireccionalidad de la comunicación, ahora la manera de comunicarse es recíproca, donde los alumnos pueden contactar estos temas culturales para sus momentos de entretenimiento. Entre tanto los usuarios también consultan y son parte de temas deportivos, ya que gracias a los espacios digitales se ha hecho posible vivir de manera más cercana a los sucesos que están ocurriendo, mediante videos en vivo, chats en tiempo real, interacciones con emoticones, *stickers*, *emojis*, etc; las transmisiones de este tipo de eventos ha hecho que los estudiantes frecuenten estas nuevas tecnologías, del mismo modo se ha vuelto popular observar espectáculos de gran magnitud mediante las pantallas de los dispositivos, entre temas que agradan a cada persona, como eventos de artistas del canto, baile, desfiles de moda, *realitys show*, etc, que se transmiten a millones de kilómetros; otros alumnos frecuentan estos canales para consultar sobre asuntos de cine, ya que mediante estos portales web, se pueden colgar películas, series, e incluso carteleras de cines reconocidos en la ciudad, donde los usuarios puedan consultar sobre las cintas

que están de estreno en esa fecha y así poder comprar entradas *vía online*, o mirar a través de la pantalla películas que están siendo rodadas en el cine.

Según (Dèu, 2021), las redes desde que aparecieron, causaron un gran impacto en nuestras vidas, han ido revolucionando la forma de conectarnos desde diferentes lugares del planeta. Los medios sociales se han vuelto plataformas virtuales en los que nos formamos, construimos relaciones, configuramos y moldeamos nuestra identidad, nos expresamos y conocemos el mundo externo.

5 ¿Qué red social usa usted con mayor frecuencia? Escoja una o varias.

La red social más usada por los universitarios de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, es Instagram, la misma que se ha ido adaptando a través de las diversas demandas que los alumnos buscan; por ejemplo las funciones como subir fotos, crear *Reels* con más posibilidades de vistas y *likes* de usuarios que no siguen sus cuentas, postear historias en pequeñas cápsulas, publicar videos de corta duración, utilizar efectos para poder capturar momentos mediante la fotografía, seguir a personajes reconocidos, obtener información clara y precisa, el uso de las tiendas *online* es lo que les hace atractiva a esta plataforma, ya que tiene funciones tanto de vender como de comprar para todo tipo de usuarios, también algunos de los jóvenes utilizan esta herramienta para exhibir productos o darse a conocer como pequeños emprendedores. Otra de las funciones por la que los individuos la prefieren es por su acceso y fácil manejo, además por sus continuas actualizaciones que esta aplicación a realizado, sin embargo la mayoría de información es publicada mediante imágenes las mismas que tiene un trasfondo negativo específicamente en universitarios, que pueden llevar a un problema grave si no se toma las medidas preventivas.

Mera & Rojas (2018) Instagram está posicionándose como la red social que se adapta a las necesidades de sus consumidores, ya que cada vez crea más elementos para hacer más eficaz la experiencia de los que tengan esta aplicación en sus dispositivos electrónicos. Este medio atrae a los que lo utilizan por su facilidad de uso, en la edición de imágenes y varios filtros que se encuentran en la misma *App*, la imagen juega un papel fundamental ya que se vuelve parte de la vida cotidiana de las personas, muchos de los que están en esta red son personas visuales y por ende necesitan observar imágenes para captar el mensaje que se desea transmitir, y a la vez plasmar retratos idénticos a través de la creatividad de la fotografía, imágenes o videos similares a los de otros usuarios, para esto los creadores de este medio social han puesto a disposición herramientas para que los que navegan puedan divertirse y permanecer en esta red.

Dèu (2021) explica, que el uso de las plataformas digitales han causado que los estudiantes estén en peligro al momento de manipularlas. Como es en el caso de la red social de Instagram, que es catalogada como una de las aplicaciones más peligrosas para la salud mental en los usuarios que la utilizan, por el motivo de los estereotipos que vende este medio como, por ejemplo: ganar seguidores, fotografías de modelos, adicción de filtros, entre otros.

**7 ¿Usted pertenece a alguna página o cuenta de educación que se relacione con sus estudios?
Si la respuesta es sí ¿Cuántas páginas o cuentas sigue? Si su respuesta es No siga a la siguiente pregunta.**

Mediante las consultas realizadas a los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, se pudo conocer que la mayoría de universitarios tienen como opción

principal Facebook para su apoyo en las áreas de educación con páginas o cuentas de aprendizaje para sus estudios, si bien conocemos que con tan solo poner en el buscador hallaremos lo que estamos necesitando, las redes sociales también han llegado a vincular zonas exclusivas para los alumnos en su vida académica, como se lo mencionó anteriormente; Facebook es una *App* que mediante páginas, videos grabados, grupos, foros, etc., ha contribuido para que sea una herramienta más para la búsqueda de información y donde los internautas puedan compartir, enterarse, realizar una retroalimentación sobre varios temas de estudio.

(Monsalve & Granada , 2013) explica que una de las características que nos ofrecen las redes sociales es el potencial comunicativo; sin duda alguna, la red que los internautas frecuentan a menudo es la red social de Facebook, es ahí donde los educadores deben valerse de este medio y de las herramientas que ofrece para hacerse servir como un canal comunicativo en el ámbito pedagógico, para que los jóvenes aparte de estar sumergidos en las redes sociales con fines de ocio, puedan también valerse para temas relacionados a sus estudios y profesiones. Se muestra un beneficio en la red social de Facebook como un espacio para la comunicación, mediante la interacción de opiniones que se realizan en los post de esta red, la retroalimentación que se obtiene a partir de las reacciones de una publicación. En referencia con los estudiantes universitarios, se pretende analizar cómo utilizan los social media a su favor si son inclinadas más en lo educacional, en lo social o simplemente para entretenimiento.

Por otra parte, Instagram también ha ido modificando la forma y los usos de sus funciones para que sea un instrumento hacia los jóvenes académicos, mediante su algoritmo otorga lo que la persona está buscando y envía continuamente información sobre temas de interés, así mismo los

medios de comunicación son fundamentales para que las redes puedan ser un apoyo en su crecimiento educativo.

Muñoz, Fraguero, & Ayuso (2013) indican que las redes sociales se han convertido en una herramienta cada vez más imprescindible en aspectos sociales, como el profesional, de relación, educativo, entre otros ámbitos, pero siempre permitiendo el intercambio de información entre personas que han marcado un hito en materia de difusión masiva, debido a su alcance, características e impacto en la sociedad actual.

El crecimiento de estos canales de autoaprendizaje ha llegado a ser un pilar fundamental para el apoyo en temas de estudio, y donde además cada vez conforme la tecnología sigue evolucionando estos soportes serán fundamentales para cumplir con sus objetivos. Sin embargo Tik Tok al ser una red en pleno desarrollo, transmite asuntos atractivos mediante hashtags con videos cortos, con material conciso y directo, varios de los usuarios afirman que revisan contenido a diario, por lo que han aprendido cosas nuevas en esta plataforma (Ortografía, matemática, arte, literatura, historia, inglés, geografía, etc), sin duda alguna este medio ha facilitado que se encuentre el contenido deseado mediante los hashtag, ya que para los internautas es más sencillo buscar a profesionales que se encuentran en esta red, para interactuar mediante los *lives* y comentarios.

Este medio social, según Ergon (2021), tiene a los jóvenes involucrados y revisando contenido a cada momento, la misma que mediante algoritmos propios de esta aplicación hacen que su contenido sea muy actual dependiendo las tendencias, hashtag o música alrededor del mundo, entre otras funciones más que le ha llevado a que sea una de las aplicaciones más usadas a nivel global.

Es decir que los cibernautas de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, prefieren esta *App* ya que no es necesario seguir al usuario para obtener videos que sean de su interés ya que Tik Tok cuenta con algoritmos que ayudan al individuo a encontrar videos similares a los que observa, guarda, envía, interactúa con contenido de personas a las que sigue. Tik Tok tiene un gran potencial para incentivar a los alumnos a aprender de una manera distinta a las otras aplicaciones, esta red lo hace de forma creativa y divertida. En otras palabras, se puede afirmar que Tik Tok mantiene una interconexión con estudiantes para que al mismo tiempo dispersen su mente y a la vez puedan adquirir conocimientos a nivel global, e interactuar con los videos interactivos de lo que sucede a nivel local e internacional, sobre noticias actuales, *tips* de belleza y académicos.

Para la “*BBC NEWS*” (2018) Tik Tok tuvo un incremento en sus descargas, en el periodo de la pandemia, ya que fue de mucha utilidad en el campo de trabajo; como los negocios o emprendimientos, así mismo en el campo del entretenimiento como, por ejemplo: la elaboración de bailes, noticias, recetas, *tips* de casa, películas de todo tipo, etc.; en pequeños cortos para sus usuarios, y es ahí donde se sintieron conectados e identificados con esta *App* para aportar a su evolución y alcance a nivel global.

8 ¿Cree usted que los sitios de Facebook / Instagram / Tik Tok han contribuido a mejorar la calidad de su educación? Si la respuesta es SÍ ¿Cómo han contribuido en su vida académica?

Facebook, Instagram y Tik Tok sin lugar a dudas han llevado a que los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, puedan hacer de sus vidas académicas algo más interactivas en la forma en que estas redes ofrecen sus servicios ya sean mediante charlas, eventos, conferencias virtuales, grupos, páginas, videos, foros, debates en línea; estos y otras actividades más; las *Apps* a medida que el tiempo avanza tratan de ir con la vida y necesidad del ser humano

para su progreso personal, todo lo antes mencionado será fundamental además de necesario siempre y cuando exista una guía adecuada que acompañe a los universitarios.

Para (Roses, Farias, & Gómez, 2012) mediante sus indagaciones, muestra que la universidad se enfrenta a aulas de nativos digitales y de tal manera un nuevo tipo de enseñanza, en este sentido los estudiantes están todo el tiempo aprendiendo por medio de varios elementos que se encuentran en las redes, los universitarios han ido adaptándose a la influencia de lo audiovisual, estos medios les ha dado el poder de compartir, de crear, informar y comunicarse de distintas maneras. Las aplicaciones surgidas de la *web 2.0*, suponen la participación activa de los usuarios, convirtiéndose a la vez en productores y destinatarios, transformándose en un auténtico fenómeno de masas, estos canales se han universalizado, es decir que se ha convertido en un espacio donde los alumnos intercambian información y sus conocimientos de manera rápida, sencilla y cómoda, los docentes son una parte fundamental dentro de este campo; en las instituciones de la educación superior pueden valerse de estas plataformas para incorporarles a la enseñanza académica, de introducir esa información de manera adecuada al lugar que los internautas están inmersos y asociarlos con el entretenimiento y donde es posible que se acerquen con los menores perjuicios.

CAPITULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**4.1 Conclusiones**

Esta investigación nos presenta resultados relevantes sobre las redes sociales (Instagram, Facebook y Tik Tok) que más frecuentan los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca y su uso.

Las redes sociales llegaron para facilitar la vida de los seres humanos y acercar el contenido existente en bases de datos ubicadas en diversas partes del mundo mediante el uso de los espacios virtuales. Los universitarios utilizan estas herramientas como medios de información, por la inmediatez que estas ofrecen, por lo que pueden obtener conocimientos científicos, tecnológicos y temas de actualidad.

Así, en el caso de los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, conforme a los datos recolectados, Instagram fue la *App* de mayor preferencia ya que brinda a sus usuarios diversas herramientas para mantener a sus seguidores dentro de la plataforma constantemente navegando. Por ejemplo, la información es emitida como cápsulas, mediante fotografías creativas y vídeos cortos, ya sean posteados en los perfiles o colgados en las llamadas historias. En cuanto a sus usos, se observa una mayor dirección hacia el entretenimiento, en específico, mediante publicaciones donde dan a conocer una parte de su vida, mostrando los lugares que visitan, logros que han obtenido, parentesco, estatus social y económico. Además, les permite subir contenido multimedia, crear y defender ideologías, compartir publicaciones de otras

personas, e intercambiar información. En adición, se puede apreciar otros de los usos, entre los que se destaca el autoaprendizaje, mediante la retroalimentación que se obtiene en canales educativos, charlas y actividades virtuales, por la interacción que existe entre estudiantes de diferentes universidades y el acceso inmediato a los datos pertinentes.

(Alcázar Ponce, 2022), como lo explica en el documento de Mentinno Asociados, en el mes de abril de 2022, se realizaron sondeos en el Ecuador donde se pudo conocer las diferentes percepciones que los usuarios tienen con las múltiples redes sociales. Facebook destaca en primer lugar en preferencia con 13,5 millones de personas a nivel nacional, seguido de Instagram que entre enero de 2021 y enero de 2022, tuvo un crecimiento del 25%; en cambio, la red de Facebook solo tuvo un 2% en ese mismo periodo.

En el ámbito educativo dentro de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, se pudo evidenciar que la mayoría de universitarios cuentan con estas aplicaciones en sus dispositivos y que además, no tienen un límite definido en sus horas de conexión. Esto permite que los estudiantes interactúen entre el entorno virtual y el entorno físico por medio de contenido que estos suben para sus “amigos” o seguidores.

4.2. Recomendaciones

Para que los universitarios tengan un acercamiento hacia las redes sociales de manera positiva, la Universidad de Cuenca debe brindar capacitaciones sobre el uso de las redes sociales, tanto para los estudiantes como para los maestros, que vaya enfocado en el aprendizaje académico

mediante el manejo de los medios sociales e implementar de manera creativa a las plataformas en las aulas de la Facultad de Filosofía.

Proponer cursos al inicio de la carrera de los estudiantes de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca sobre las funciones, usos, ventajas y desventajas de las redes sociales de Instagram, Facebook y Tik Tok; para que los estudiantes tengan los conocimientos necesarios de como sobrellevar estas redes en su vida académica, personal y profesional, siempre y cuando tenga un apoyo por parte de sus tutores.

Referencias

(s.f.).

- Albert, A. (13 de diciembre de 2012). *ABC TECNOLOGÍA*. Obtenido de https://www.abc.es/tecnologia/abci-jovenes-despiertan-revisan-moviles-201212120000_noticia.html
- Alcázar Ponce, J. (Abril de 2022). *Mentinno Consultores*. Obtenido de <https://www.mentinno.com/gracias-aqui-esta-tu-informe-estado-digital-ecuador-abril-2022/>
- Andreassen, C. (2015). Adicción a sitios de redes sociales en línea: una revisión exhaustiva.
- Araf, E., & Díaz, A. (2015). IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES E INTERNET EN LA ADOLESCENCIA: ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS . *Revista Médica Condes*, 2.
- Ballesteros, C. (2020). "La propagación digital del coronavirus: Midiendo el engagement del entretenimiento en la red social emergente TikTok" . *Asociación Sanitaria de Comunicación Sanitaria*, 15.
- Bell, J. (2002). *¿Cómo hacer tu primer trabajo de investigación?* Barcelona : Gedisa.
- Bernal, C., & Angulo, F. (2012). Interacciones de los jóvenes andaluces en las redes sociales. *Comunicar* , 6.
- Bolaños, M. (Febrero de 2015). *Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10296/1/UPS-GT001190.pdf>
- Bolaños, M. F. (Febrero de 2015). *Bitstream* . Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10296/1/UPS-GT001190.pdf>
- Botas, D. (2021). El uso de la fotografía de perfil como herramienta de creación de identidad digital. Consecuencias en la empleabilidad de los jóvenes universitarios. *Tesis Doctoral*.
- Brito , J., Laaser, W., & Tolaza, E. (s.f.). El uso de redes sociales por parte de las universidades a nivel institucional. Un estudio comparativo. *revistas.um*, 38.
- Cam, E., & Onur, I. (2012). A new addiction for teacher candidates: Social networks. 12.
- Cámara, J., Molero, M., Pérez, C., & Mercader, I. (2014). REDES SOCIALES EN INTERNET Y CONSECUENCIAS DE SU USO EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS. *INFAD*, 8.
- Candale, V. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. . *Universidad de Bucarest*, 1.
- Cardoso, G. (2014). *Movilizaciòn social y redes sociales* . Obtenido de Enero: https://www.researchgate.net/profile/Gustavo-Cardoso-2/publication/301867379_Movilizacion_social_y_redes_sociales/links/572a5b0708ae2efbdbc1f6c/Movilizacion-social-y-redes-sociales.pdf

- Castells. (2001). *La Galaxia Internet*. Madrid: Brosnac.
- Catagua, J., & Ángela, C. (2019). EL USO ACADÉMICO DE LAS REDES SOCIALES: ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE APLICACIÓN EN EL AULA DE CLASES. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 10.
- Chanquisij, J., Flores, G., Constante, M., & Cadena, J. (2019). Las redes sociales y su incidencia en el proceso de enseñanza aprendizaje en bachillerato general unificado. *ResiMundo*.
- CHAPPLE, C. (Abril de 2020). *Sensor Tower*. Obtenido de <https://sensortower.com/blog/tiktok-downloads-2-billion>
- Cortés, M., & Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. Ciudad del Carmen, Campeche, México: Impreso en México.
- Davalos, N. (1 de Febrero de 2021). *Primicias*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/14-millones-ecuatorianos-usuarios-redes-sociales/>
- Delgado, A., Escurra, L., Atalaya, M., Constantino, J., Cuzcano, A., Rodriguez, R., & Álvarez, D. (2016). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. 1.
- Dèu, S. J. (2021). Los riesgos de las redes sociales en la salud mental de los adolecentes . *FAROS* .
- Domínguez, F., & López, R. (2015). Uso de las redes sociales digitales entre los jóvenes universitarios. *Revista de comunicación*, 22.
- Domínguez, F., & López, R. (2015). Uso de las redes sociales digitales entre los jóvenes en México. *Revista de comunicación*, 22.
- Domínguez, F., & Lopez, R. (2015). Uso de las redes sociales digitales entre los jóvenes universitarios de Mexico. Hacia la construcción de un estado de conocimiento. *Revista de comunicación*, 22.
- Ergon, E. (1 de Marzo de 2021). *Escuela Ergon*. Obtenido de <https://escuelaergon.com/las-10-redes-sociales-mas-usadas-del-mundo/>
- Española, R. A. (S,F). *RAE*. Obtenido de RAE: <https://dpej.rae.es/lema/red-social>
- Espumony, C., Gonzáles, J., Lleixa, M., & Gisbert, M. (2010). Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en estudiantes universitarios. *sociedad del conocimiento*, 15.
- Fernandez, A., & Ruiz, I. (2014). Los adolescentes y el uso de las redes sociales . *Dificultades educativas* , 7.
- Fernández, Y. (7 de Abril de 2021). *Xataka Basics*. Obtenido de <https://www.xataka.com/basics/que-tiktok-donde-viene-que-ofrece-red-social-videos#:~:text=Detr%C3%A1s%20de%20la%20aplicaci%C3%B3n%20est%C3%A1,millones%20de%20usuarios%20en%20China>

- Flores , G., Chancusij, J., Cadena, J., Guaypatín, O., & Moltaluisa, R. (2017). La influencia de las redes sociales en los estudiantes universitarios. *Dialnet*, 1.
- Flores, G., Chancusig, J., Cadena , J., Guayapatín , O., & Montaluisa, R. (14 de Abril de 2017). Obtenido de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-LaInfluenciaDeLasRedesSocialesEnLosEstudiantesUniv-6119348%20(3).pdf
- García, A., & Fuentes, M. (2019). EDUNOVATIC. En *El Facebook de un Rey: Propuesta Educativa para la Enseñanza de la Historia Mediada por Redes Sociales*. (pág. 36). Madrid: Adaya press.
- Gomez, M., Roses, S., & Farias, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Dialnet*, 1.
- Gonzales, M. A. (2015). El uso de las redes sociales por los jóvenes. *Pensamiento Crítico*.
- González, M. (2015). El uso de las redes sociales por los jóvenes. *Pensamiento Crítico* .
- Griffiths, M., Kuss, D., & Demetrovics, Z. (2014). Adicción a las redes sociales : una descripción general de los hallazgos preliminares.
- Guaña, J., Quinatoa, E., & Arequipa, L. (2018). ESTUDIO PRELIMINAR DEL USO DE LAS REDES SOCIALES EN LOS JÓVENES ECUATORIANOS. 12.
- Gudiño, D. (s.f.). Los riesgos de las redes sociales y su prevencion en los mayores. En J. Valverde, *CAMPUS DIGITALES EN EDUCACION SUPERIOR* (págs. 305-306). Badajoz: servicio de publicaciones de la universidad de extremadura.
- Guichardo, A. (2019). Diagnóstico de la percepción de los estudiantes universitarios de comunicación de República Dominicana sobre las polataformas online y el uso del lenguaje trans. *Título de Tesis*.
- Hernández, K., Yanez, J., & Carrera, A. (2017). Las redes sociales y adolescencias. Repercusion en la actividad fisica. *Revista universidad y sociedad*, 10.
- Hernández, R., & Mendoza , C. (2018). *Metodología de la Investigación: als rutan cuantitativa, cualitativa y mixta*. México : Mc Graw Hill Education.
- Hernández, R., Fernández , C., & Baptista, P. (2010). *Metología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hütt Herrera, H. (2012). LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN. *Reflexiones*, 2.
- Jódar , M., & Juan , À. (2010). LA ERA DIGITAL: NUEVOS MEDIOS, NUEVOS USUARIOS Y NUEVOS PROFESIONALES. . *Razòn y palabra* , 12.
- Juca , F., & Juca , A. (2020). La desinformación en las redes sociales y su influencia en los jóvenesdel siglo XXI, una mirada desde la academia. *Conference Proceeding UTMACH* , 10.

- Llamas Salguero, F., & Pagador Otero, I. (2014). ESTUDIO SOBRE LAS REDES SOCIALES Y SU IMPLICACION EN LA ADOLESCENCIA. *Enseñanza & Teaching.*, 15.
- Marin, I., Gutiérrez, Rivera, D., Gonzales, M., & Velásquez, A. (28 de septiembre de 2015). *Maskana*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/23801>
- Martínez, L. (2013). Facebook y los jóvenes universitarios: qué comunican según el género. *Historia y comunicación social*, 11.
- Mata, L. (21 de mayo de 2019). *Investigalia*. Obtenido de El enfoque cuantitativo de investigación: <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cuantitativo-de-investigacion/#:~:text=Metodol%C3%B3gicamente%2C%20el%20enfoque%20cuantitativo%20de%20recolecci%C3%B3n%20de%20datos%20estad%C3%ADsticos>
- Mendoza, B., Ferrera, I., Díaz, M., & Flores, R. (12 de Abril de 2014). *wordpress*. Obtenido de https://metodologiadeinvestigacioncuantitativa.files.wordpress.com/2014/05/informe-ventajas-y-desventajas-del-uso-de-las-redes-sociales-en-el-estudio-universitario_-alejandra_belkis_ixchel_ruth.pdf
- Mendoza, B., Ferrera, I., Díaz, M., & Flores, R. (12 de Abril de 2014). *Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán*. Obtenido de https://metodologiadeinvestigacioncuantitativa.files.wordpress.com/2014/05/informe-ventajas-y-desventajas-del-uso-de-las-redes-sociales-en-el-estudio-universitario_-alejandra_belkis_ixchel_ruth.pdf
- Mendoza, H., Zambrano, K., & Alcívar, E. (2015). Influencia de las redes sociales en la identidad personal. *Dominio de las ciencias.*, 10.
- Mendoza, J. (2018). Uso excesivo de redes sociales de internet y rendimiento.
- Mendoza, K., & Garces, M. (2020). Jóvenes universitarios y redes sociales. *REHPA*, 17.
- Mera, T., & Rojas, C. (Marzo de 2018). *Repositorio.uchile.cl*. Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/150648/tesis-instagram.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Molero, M., Martínez, A., Cardila, F., Barragán, A., Pérez, M., Jázquez, J., & Roales, J. (2014). Universidad de Almería. *Dialnet*, 1.
- Monsalve, J., & Granada, L. (2013). REDES SOCIALES: APROXIMACIÓN A UN ESTADO DEL ARTE. *Lámpsakos*, 8.
- Muñoz, C. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. México: PEARSON.
- Muñoz, M., Fragueiro, M., & Ayuso, M. (2013). LA IMPORTANCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL AMBITO EDUCATIVO. *Escuela universitaria CEU*, 14.

- Naso , F., Balbi, L., Grazia, N., & Peri, J. (2012). *Red de Universidades con Carreras en Informática (RedUNCI)*. Obtenido de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/18296>
- NEWS, B. (21 de Mayo de 2018). *BBC NEWS*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-44168690>
- Ortiz, D. (27 de Junio de 2019). *CyberClick*. Obtenido de <https://mott.marketing/informacion-sobre-que-es-quien-creo-y-como-funciona-la-aplicacion-whatsapp/>
- Pereira, M. (14 de Agosto de 2020). *Hotmat*. Obtenido de <https://hotmart.com/es/blog/historia-de-youtube>
- QuestionPro. (2022). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/tama%C3%B1o-de-la-muestra.html>
- Robles, E. (2016). Indicadores de adicción a las redes sociales en universitarios de Lima. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*.
- Roses, S., Farias, P., & Gómez, M. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios.
- Salas, J. (21 de Mayo de 2017). Instagram, la peor red para la salud mental de los adolescentes.
- Sánchez, J., Ruiz, J., & Sánchez, E. (2015). Uso problemático de las redes sociales en estudiantes. *Univesidad de Málaga*, 1.
- Stake, R. (1998). *Investigación con estudio de casos*. Madrid : Morata .
- Tello, L. (2013). Intimidación y «extimidación» en las redes sociales. Las demarcaciones éticas de facebook . *Comunicar*, 10.
- Thompson, S., & Loughed, E. (2012). Un estudio exploratorio de las diferencias de género en la comunicación en redes sociales entre hombres y mujeres universitarios.
- Torres, L., & Vaillard, L. (2012). ¿Cómo usan las redes sociales los jóvenes de latinoamerica? *Ecos de la Comunicación*, 30.
- UNAD. (27 de Septiembre de 2018). *Universidad Nacional Abierta y a Distancia* . Obtenido de <https://noticias.unad.edu.co/index.php/gidt/2444-los-riesgos-en-redes-sociales>
- Ureña, G., & González, R. (2011). REDES SOCIALES y ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS :DEL NATIVO DIGITAL AL INFORMÍVORO SALUDABLE. *Personal de la Información*, 1.
- Velázquez, A., & Aguilar , N. (2005). MANUAL INTRODUCTORIO AL ANÁLISIS DE REDES SOCIALES. *Sin nombre* , 49.
- Ybarra, M., Mitchell, K., Finkelhor, D., & Wolak, J. (2007). Mensajes de prevención en Internet: dirigidos a los comportamientos en línea correctos.

Anexos

Preguntas Respuestas **319** Configuración





Uso de las redes sociales por los estudiantes de la facultad de filosofía de la Universidad de Cuenca.

La presente encuesta está enfocada a los estudiantes de la Universidad de Cuenca de 18 a 25 años de la Facultad de Filosofía, con la finalidad de registrar los hábitos de los usuarios en las redes sociales, en Facebook, Instagram y Tik Tok. Las respuestas serán de manera anónima, la información será utilizada con fines académicos.

Señale el sexo al que pertenece usted. •

Femenino. ✕
 Masculino. ✕
 Añadir opción o [añadir respuesta "Otro"](#)

Obligatorio

Indique su edad. *

18
 19
 20
 21
 22
 23
 24
 25

De los siguientes dispositivos ¿Con cuál se conecta usted con mayor frecuencia a internet? *

Teléfono móvil.
 Ordenador portátil.
 Computadora de escritorio(PC).
 Tablet.

¿Cuánto tiempo al día se conecta usted a internet? *

- Menos de 1 hora.
- De 2 a 3 horas.
- De 4 a 5 horas.
- De 6 a 7 horas.
- De 8 a 9 horas.
- Más de 9 horas.

¿En qué lugar se conecta usted con más frecuencia a internet? *

- En la universidad.
- En la casa.
- En la calle.

¿Qué red social usa usted con mayor frecuencia? Escoja una o varias. *

- Facebook.
- Instagram.
- Tik Tok.

En qué orden usa usted estas redes sociales (lista), siendo uno como la más usada y tres como la menos usada. *

	1	2	3
Facebook.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tik Tok.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Cuál es el uso que le da usted a las redes sociales? *

	Facebook	Instagram	Tik tok	No lo hago
Crear y ver reels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Emprender un neg...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Subir fotografías	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ver noticias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entretenimiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Subir contenido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
multimedia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Cuál de los siguientes temas consulta usted con más frecuencia? Puede escoger uno o varios ítems. *

- Política.
- Seguridad.
- Educación.
- Economía.
- Artes.
- Espectáculos.
- Ciencias.
- Moda
- Deportes.
- Cultura.
- Tecnología.
- Salud laboral.
- Medio ambiente.
- Cine.
- Música.

¿Qué aplicación tiene instalada usted en su celular? *

- Facebook
- Instagram
- Tik ToK

¿Qué tipos de medios utiliza usted con más frecuencia para informarse? Puede escoger uno o varios ítems. *

- Periódico
- Redes sociales
- Televisión
- Revistas
- Sitios web
- Radio

¿Cuál cree usted que es la función principal de Facebook? *

- Entretener
- Informarse

¿Cuál cree usted que es la función principal de Facebook? *

- Entretener
- Informarse
- Educar
- Chat
- Comprar en línea
- Compartir publicaciones
- Subir contenido multimedia
- Manipula y crea ideologías

¿Cuál cree usted que es la función principal de Instagram? *

- Entretener
- Informarse
- Educar
- Chat
- Comprar en línea
- Compartir publicaciones

¿Cuál cree usted que es la función principal de Tik Tok? *

- Entretener
- Informarse
- Educar
- Chat
- Comprar en línea
- Compartir publicaciones
- Subir contenido multimedia
- Manipula y crea ideologías

¿Qué tipo de contenido publica usted en cada red social mencionadas anteriormente? Escoja * una o varios ítems.

	Facebook	Instagram	Tik tok	No publico
Textos con imagen...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fotografías person...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Imágenes de inter...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Videos personales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Qué suele hacer usted si ve alguna noticia importante? *

- Solo lee el titular de la noticia, la fotografía o el video.
- Lee el contenido y además comparte la información en sus redes sociales.
- Solo lo lee y no lo comparte.
- No lo comparte.

¿Con que frecuencia comparte usted su información personal en las redes sociales? *

	Facebook	Instagram	Tik tok	No comparto
Todos los días.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Una a dos veces a ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los fines de sema...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De dos a cinco vec...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De siete a diez vec...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No comparto mi in...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Qué tipo de información intercambia usted en cada red social? Escoja entre una o más opciones. *

	Facebook	Instagram	Tik tok	No comparto
Educativo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informativo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entretenimiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Investigaciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Usted pertenece a alguna página o cuenta de educación que se relacione con sus estudios? Si la respuesta es sí ¿Cuántas paginas o cuentas sigue? Si su respuesta es No siga a la siguiente pregunta.

	Facebook	Instagram	Tik tok
1 a 2 páginas de estudio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 a 4 páginas de estudio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Más de 5 páginas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ninguna.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Cree usted que los sitios de Facebook / Instagram / Tik Tok han contribuido a mejorar la calidad de su educación? *

Si

No

Si la respuesta es SI ¿Cómo han contribuido en su vida académica?

	Facebook	Instagram	Tik Tok
Autoaprendizaje.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Acceso inmediato a la i...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adquirir nuevos conoci...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interacción entre estudi...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Retroalimentación medi...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compartir y difundir con...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>