



## ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS Y REDES SOCIALES

**Alberto Ramírez Martinell**  
Universidad Veracruzana

**Juan Carlos Ortega Guerrero**  
Universidad Veracruzana

**Miguel Angel Casillas Alvarado**  
Universidad Veracruzana

---

**Área temática:** Tecnologías de la Información y la Comunicación en Educación.

**Línea temática:** TIC Disciplinas Académicas y Educación Superior.

**Tipo de ponencia:** Reporte final de investigación.

---

### ***Resumen:***

Generalmente se cree que los estudiantes universitarios usan redes sociales digitales de forma obsesiva y que independientemente del lugar o la hora encuentran la manera de conectarse para poder acceder a ellas.

En esta ponencia presentamos un análisis sobre la percepción y uso que tienen los estudiantes universitarios sobre las redes sociales, principalmente en el contexto académico. El trabajo se deriva de la construcción de un índice de afinidad con las redes sociales digitales (iRS) construido a partir de una serie de variables que fueron contestadas por un poco más de dos mil estudiantes de distintas áreas académicas (Artes, Ciencias Biológico-Agropecuarias, Ciencias de la Salud, Económico Administrativas, Humanidades y Técnica) y regiones (Coatzacoalcos, Córdoba, Xalapa, Veracruz y Poza Rica) de la Universidad Veracruzana.

Para tratar de entender el fenómeno hemos observado el índice iRS bajo cuatro miradas: edad, sexo, región y área académica en la que están adscritas las carreras a las que pertenecen los estudiantes. Encontramos que los hombres y mujeres usan las redes sociales por igual y que las diferencias yacen en la edad, región y área académica de los estudiantes.

***Palabras clave:*** Estudiantes, Educación Superior, Redes sociales, Tecnologías de la Información y la Comunicación

## Introducción

Con la popularización de un Internet estable, móvil, de alta velocidad y que es accesible a través de dispositivos digitales fijos y portátiles se crea entre los usuarios más asiduos a los servicios de la Web una cultura basada en lo digital que modifica la manera en que la gente se comunica y accede a la información. Esta cultura digital referida como el “conjunto de referentes, técnicas, prácticas, actitudes, modos de pensamiento, representaciones sociales y valores que se desarrollan en torno del ciberespacio y del uso masivo de computadoras y dispositivos digitales portátiles” (Casillas y Ramírez, 2018, p. 318) ha tocado prácticamente todas las actividades productivas, culturales, académicas y de entretenimiento de la sociedad actual.

En el contexto de la educación superior, la cultura digital se ha instalado de manera gradual entre profesores y estudiantes universitarios, modificando prácticas arraigadas de enseñanza, de interacción y de consulta de información. La interacción a través de redes sociales en la universidad se ha expandido. Estudiantes y docentes tienen canales de comunicación asincrónicos permanentemente abiertos. Los docentes comparten publicaciones, lecturas y hacen comentarios; mientras que los estudiantes interactúan entre ellos, con los contenidos de sus profesores o de ellos mismos. Crean grupos para compartir información de interés común para sus miembros, emplean marcadores sociales para resaltar contenido y frecuentemente se comunican a través de su sistema de mensajes.

La génesis de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) en las instituciones de educación superior (Casillas y Ramírez, 2015) que es la base de este nuevo tipo de cultura de los universitarios se ha dado de manera escalonada. En un primer momento las computadoras se usaron además de cómo objeto de estudio de profesores y estudiantes del área de ingenierías, para optimizar procesos administrativos de la institución. Con la reducción de tamaños y precios se crearon laboratorios de cómputo que no dejaron de ser de uso exclusivo de estudiantes del área de ingenierías hasta que Microsoft con su sistema operativo y suite de ofimática se instalaron como el estándar de saber computación. La presencia e impacto de estos programas informáticos a finales de los 90 fue tal, que prácticamente todas las asignaturas de informática en todos los niveles educativos versaban sobre el manejo del sistema operativo, del procesador de palabras, las hojas de cálculo y administradores de presentaciones de esa compañía informática. Con el tiempo, el estándar de saber computación basado en ofimática quedaría superado y los desafíos que suponen la formalización de lo relativo a la cultura digital serían cada vez más evidentes. El pensamiento computacional, la navegación en Internet, el uso de multimedia (Brunner y Tedesco, 2003, p. 24), el empleo de software y fuentes de información propias de la disciplina en la que se están formando los estudiantes universitarios y la interacción social a través de redes sociales digitales, darían pistas para una renovación de las asignaturas básicas de computación y para la incorporación transversal de los saberes digitales a los programas de estudio en las Universidades.

Las redes sociales virtuales han desplazado a la llamada telefónica y al correo electrónico; y se han vuelto, junto con los mensajeros instantáneos, una opción ampliamente recurrida para la comunicación e interacción social en plataformas digitales. Se cree que todos los jóvenes sin excepción, especialmente los universitarios, buscan la conexión permanente a Internet para crear y procurar una presencia digital en redes sociales.

Una red social es un “portal de Internet que permite a las personas construir un perfil público o semipúblico dentro de los límites de la plataforma que ofrece los servicios que suelen ser muy variados y generalmente están constituidas por un grupo de personas ligado por intereses comunes, abierto a compartir pensamientos, pero también pedazos de la propia vida: desde enlaces a sitios que consideran interesantes hasta las fotografías o los propios videos personales (Constante, 2013, p. 28). Para Domínguez, González y Ortega (2016, p. 121) las redes sociales digitales refieren a “la evolución que ha tenido Internet donde los usuarios pueden interactuar de manera activa y simultánea con otros usuarios generando una relación mediada por un aparato tecnológico”. En el contexto universitario, los estudiantes hacen uso de las redes sociales como Facebook, Twitter o Instagram, que son concebidas como amplios espacios de participación y uso continuo para organizarse con compañeros y profesores; para informarse sin distinción sobre eventos académicos o de ocio sean de orden local o global; o para extender la socialización que se da en los salones al espacio virtual.

El estudio del uso de redes sociales por parte de los estudiantes universitarios resulta interesante para nosotros por al menos tres motivos. En primer lugar, porque hay una apreciación generalizada –y poco tratada en la investigación– de que todos los estudiantes universitarios sin distinción utilizan redes sociales y dispositivos móviles de manera intensiva; segundo, porque las redes sociales representan un cambio en el paradigma de comunicación y socialización que merece ser explorado desde el contexto de la universidad; y tercero porque la presencia en redes sociales de los estudiantes universitarios requiere de ciertas consideraciones para la construcción y procuración de nuevas identidades en el entorno virtual.

## Desarrollo

El análisis del uso de redes sociales por parte de los estudiantes universitarios que se reportan en este texto es una mirada que focaliza lo relacionado con saber colaborar y socializar en entornos digitales a partir de datos recabados en el proyecto Brecha Digital en Educación del cual han derivado investigaciones, reflexiones y publicaciones sobre el capital tecnológico de los actores universitarios (Casillas, Ramírez y Ortiz, 2014); sus saberes digitales (Ramírez y Casillas, 2015; Ramírez, Morales y Olguín, 2015); y su Afinidad Tecnológica (Morales y Ramírez, 2014; Casillas, Ramírez, Ortega, 2015).

Para estudiar las percepciones y valoraciones que tienen los estudiantes universitarios sobre el uso de redes sociales en el contexto universitario hemos propuesto un índice de Afinidad con las Redes Sociales

Digitales (iRS) mediante el cual se busca explorar el fenómeno a partir de cuatro niveles de afinidad –muy bajo, bajo, alto, muy alto– y su relación con cuatro características de los estudiantes: sexo, edad, región y área académica. El iRS tiene valores que van de 0 a 10 y está formado por la suma normalizada de las respuestas a 42 preguntas correspondientes a nueve secciones de la encuesta utilizada en la investigación Brecha Digital en Educación Superior sobre los saberes digitales específicos de ciudadanía digital (CDD), comunicación en entornos digitales (COM) y socialización y colaboración en entornos digitales (CLB). La fórmula para calcular iRS y la descripción general de sus componentes se presenta a continuación:

$$iRS=(CDD28.7+CDD28.9+COM22.2+COM22.5+COM22.6+COM23+CLB24+CLB25+CLB26)$$

Donde:

CDD 28.7 se refiere a la publicación de información sensible en Internet.

CDD 28.9 se refiere a la restricción de acceso y diferenciación de privilegios de acceso a redes sociales.

COM 22.2, COM22.5 y COM 22.6 se refieren al uso de chat y redes sociales según el dispositivo.

COM 23 se refiere a la frecuencia de uso de correo electrónico, redes sociales, blogs y plataformas de aprendizaje

CLB 24 se refiere a la frecuencia de uso de servicios específicos, como Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, blogs o repositorios en medios académicos y no académicos.

CLB 25 se refiere al tiempo de uso de computadoras, teléfonos móviles o tabletas.

CLB 26 se refiere a la frecuencia de actividades específicas en redes sociales.

### **Análisis general del iRS**

El iRS se calculó a partir de las respuestas de 2,046 estudiantes que participaron en la encuesta en línea del proyecto Brecha Digital. El software que se utilizó para el procesamiento de datos fue SPSS versión 22; y el análisis correspondiente se hizo en dos niveles. Primero, se hizo de forma global y posteriormente bajo miradas de sexo, edad, región y académica. Del análisis global del iRS se observó lo siguiente:

- Existen diversos servicios digitales de colaboración y socialización al alcance de los estudiantes universitarios, pero son las redes sociales las que acaparan su atención. Si bien se reportan usos académicos de repositorios (29%); Google Docs (11%); YouTube (9%) y blogs (5%); la plataforma preferida de los estudiantes para la comunicación, socialización y colaboración es Facebook que si bien no tiene cobertura completa si alcanza un 73% seguido muy de lejos por Twitter (13%) e Instagram (9%).
- Los estudiantes universitarios usan las redes sociales para mantener contacto con amigos (77%), compañeros de clase (71%) y familiares (61%) o incluso para sostener relaciones amorosas (34%). Aunque también las utilizan para ver noticias (64%), para compartir información en sus perfiles (74%) o para jugar (12%).

- La consulta de redes sociales y mensajeros instantáneos es una tarea común entre los estudiantes universitarios. Y aunque pensábamos que su uso sería mayor en dispositivos móviles (74% para redes sociales y 66% para mensajeros instantáneos) resultaron ser los equipos de escritorio (80%) los más empleados para estas cuestiones.
- El cuidado de los datos personales no es una cuestión que parezca ser relevante para los estudiantes pues solamente 34% de ellos cuidan constantemente su privacidad y datos personales en redes sociales evitando publicar información sensible como dirección, número de teléfono, fotos o ubicación geográfica. El 17% se preocupa por organizar sus contactos en grupos o círculos con privilegios específicos de acceso a la información que publican, siendo accesibles y de orden público la gran mayoría de los perfiles de redes sociales de los estudiantes.

De esta primera aproximación se observó que, si bien las redes sociales son populares entre los universitarios, su uso no es universal, no siempre está ligado a los dispositivos móviles y además encontramos que la seguridad de la información en redes sociales no está siendo tratada con la seriedad que se requiere.

### **Miradas para el análisis de redes sociales**

Para comprender con mayor detalle el significado del uso de las redes sociales, en un segundo momento se desagregaron los datos del iRS de acuerdo al sexo, edad, región y área académica a la cual se adscribe la licenciatura que cursan los estudiantes que participaron en la investigación. Para explorar los datos, primero se categorizaron los iRS de los 2,046 casos en cuatro cuartiles, es decir, cada clase contiene aproximadamente el 25% de estudiantes. En algunos casos agrupamos en dos clases el iRS (alto y bajo) para poder extremar y detectar las diferencias. Finalmente se analizaron los casos con mayor densidad por nivel de iRS, para buscar la explicación de la distribución del índice. A continuación se presentan los análisis de los niveles de iRS a partir del sexo, edad, región y área académica de la UV.

### **Redes Sociales y sexo**

En otros estudios (Casillas, Ramírez y Ortega, 2015) vimos que la afinidad a las TIC es más alta en los estudiantes varones comparado con las mujeres, sin embargo, en lo relativo a redes sociales, como puede verse en la Tabla 1, esta diferencia no se aprecia ya que todos los grupos tienen aproximadamente la cuarta parte de la población a excepción del Muy alto en los hombres que sólo tiene el 22.1%. Si obtenemos los porcentajes acumulados de los dos niveles altos se podrá ver que para el caso de las redes sociales aunque sea por una diferencia de 3.6% las mujeres (51.4%) tienen una afinidad mayor que la de los hombres (47.8%).

**Tabla 1: Redes Sociales y sexo**

REDES SOCIALES Y SEXO		
iRS	HOMBRES	MUJERES
MUY BAJO	283 26.2%	234 24.2%
BAJO	281 26.0%	236 24.4%
ALTO	278 25.7%	248 25.7%
MUY ALTO	238 22.1%	248 25.7%
TOTAL	1,080 100.0%	966 100.0%

**Fuente:** Elaboración propia

### Redes sociales y edad

La población de análisis está compuesta por estudiantes que tienen entre 11 y 54 años, pues hay quienes ingresan a las escuelas de iniciación musical a edades muy tempranas y adultos que regresan a la universidad a realizar estudios de licenciatura. Esta variedad en los rangos de edad facilita la búsqueda de diferencias etarias, por lo que agrupamos a los estudiantes en cuatro rangos de edades. Dos de ellos definidos por características peculiares para este nivel educativo: de 11 a 17 que son jóvenes que están en la Universidad, pero en el sistema de Iniciación Universitaria; de 18 a 23 que es la edad normativa para la licenciatura; de 24 a 30 años que son extra edad para este nivel educativo, y mayores de 30 que son adultos que o dejaron de estudiar por algún tiempo y regresan a la universidad o acceden a ella por primera vez.

Como se puede ver en la Tabla 2, el primer análisis evidencia que el 39.0% de los estudiantes mayores de 30 años tienen un iRS Muy bajo, mientras que las distribuciones de los otros rangos de edad se encuentran al menos 10% por debajo. Para corroborar la amplitud del grupo de mayores de 30 con iRS a la baja, agrupamos los niveles altos y bajos encontramos que efectivamente el 62.2% de los estudiantes del grupo en cuestión tiene iRS bajo. El grupo con mayor iRS es el de 24 a 30 años con 53.3% en los niveles Alto y Muy alto, y no los de 11 a 23 años como podría sugerir la teoría (Negroponte, 1995; Tapscott, 1998; Prensky, 2001).

Con esto se puede desmontar la idea de que los más jóvenes valoran y hacen mayor uso de las redes sociales (grupos de 11 a 17 y de 18 a 23) ya que son los estudiantes de entre 24 y 30 años los que tienen un iRS más alto; pero por otro lado comprobamos que los estudiantes mayores de 30 años si tienen un iRS más bajo.

**Tabla 2:** Redes sociales y edad

REDES SOCIALES Y EDAD				
iRS	11 A 17	18 A 23	24 A 30	MAYOR DE 30
MUY BAJO	34	369	82	32
	27.9%	24.1%	26.4%	39.0%
BAJO	30	405	63	19
	24.6%	26.4%	20.3%	23.2%
ALTO	32	404	78	12
	26.2%	26.4%	25.2%	14.6%
MUY ALTO	26	354	87	19
	21.3%	23.1%	28.1%	23.2%
TOTAL	122	1,532	310	82
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

**Fuente:** Elaboración propia

### Redes sociales y regiones geográficas

La UV es una institución de educación superior con presencia en cinco regiones del Estado de Veracruz, por lo que las características culturales, socioeconómicas y de acceso a las TIC tienden a ser distintas. La afinidad a las TIC en las regiones de la UV es diferente (Casillas, Ramírez y Ortega, 2016); y en lo relativo al iRS esto también aplica. El primer análisis nos revela que en Coatzacoalcos, Córdoba y Poza Rica hay un porcentaje muy alto de estudiantes con iRS Muy bajo (mayor al 32%), al contrario de lo que ocurre en Xalapa y Veracruz, donde solamente hay un 17.4% es este nivel. Este descubrimiento se confirma al observar que en el *campus* de Veracruz hay más del 26% de estudiantes con iRS Muy alto, superior a los de las otras tres regiones.

Al agrupar el iRS en dos niveles, alto y bajo, encontramos que en Córdoba hay 64.2% de estudiantes con iRS bajo, mientras que Veracruz hay solamente 44.6% en dicho nivel; y 48.9% en Xalapa. Esto coincide con el hecho de que los *campus* de Xalapa y Veracruz son los más grandes y desarrollados de la UV. En resumen, las ciudades de Xalapa y Veracruz tienen un porcentaje mayor de alumnos más afines a las redes sociales

**Tabla 3:** Redes sociales y región geográfica de los campus institucionales

REDES SOCIALES Y REGIÓN GEOGRÁFICA DE LOS CAMPUS INSTITUCIONALES					
iRS	COATZACOALCOS	CÓRDOBA	POZA RICA	VERACRUZ	XALAPA
MUY BAJO	49	69	62	69	265
	32.5%	39.9%	35.4%	17.4%	23.5%
BAJO	36	42	40	108	287
	23.8%	24.3%	22.9%	27.2%	25.4%
ALTO	32	28	41	115	304
	21.2%	16.2%	23.4%	29.0%	26.9%
MUY ALTO	34	34	32	105	274
	22.5%	19.6%	18.3%	26.4%	24.2%
TOTAL	151	173	175	397	1,130
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

**Fuente:** Elaboración propia

### Redes sociales y áreas académicas

La UV está organizada en seis áreas académicas que agrupan a una gran gama de programas de licenciatura y posgrado. Las áreas académicas de Artes, Biológico-Agropecuario, Ciencias de la Salud, Económico-Administrativa, Técnica y Humanidades representan campos de conocimiento con objetos de estudio distintos, tradiciones culturales y prácticas disciplinares diversas y arraigadas.

En una primera revisión destacan los extremos. Por un lado el área de Artes tiene casi un 40% de estudiantes con nivel de iRS muy bajo; y las áreas de Humanidades y Biológico Agropecuario tienen alrededor de 30% de estudiantes en el nivel Muy alto. Al acumular en alto y bajo confirmamos que Artes está muy lejos de las demás áreas con 67.5% en nivel bajo. El área con mejor iRS es la de Humanidades con 53.3% de estudiantes en el nivel alto. Llama la atención que contrario a lo que esperábamos el área Técnica tiene un 56.4% de estudiantes en nivel bajo. Este análisis nos permite inferir que hay áreas del conocimiento con mayor o menor proclividad hacia las TIC, con valoraciones y percepciones distintas sobre lo digital; y que al igual que otros rasgos de los estudiantes como el sexo, edad y región de procedencia la disciplina sí diferencia los usos de redes sociales de los universitarios.



**Tabla 4:** Redes sociales y áreas académicas

REDES SOCIALES Y ÁREAS ACADÉMICAS						
iRS	ARTES	BIOLÓGICO AGROPECUARIO	CIENCIAS DE LA SALUD	ECONÓMICO ADMINISTRATIVA	HUMANIDADES	TÉCNICA
MUY BAJO	17 39.6%	32 27.6%	68 22.6%	180 26.4%	125 23.8%	92 25.5%
BAJO	12 27.9%	30 25.9%	93 31.0%	147 21.5%	120 22.9%	111 30.8%
ALTO	9 20.9%	39 33.6%	68 22.7%	196 28.7%	125 23.8%	83 23.1%
MUY ALTO	5 11.6%	15 12.9%	71 23.7%	160 23.4%	155 29.5%	74 20.6%
TOTAL	43 100.0%	116 100.0%	300 100.0%	683 100.0%	525 100.0%	360 100.0%

**Fuente:** Elaboración propia

## Conclusiones

De los análisis de datos presentados en esta ponencia, podemos concluir desmontando la idea de que todos los jóvenes utilizan intensamente sus dispositivos móviles para atender sus redes sociales. Primero, los usos de redes sociales no son intensos. Segundo, aun cuando los dispositivos móviles son populares en esta población, la procuración de redes sociales se hace más intensamente en computadoras personales. Tercero, comparado con el uso de otros servicios como el correo electrónico (54%); blogs, páginas web o plataformas de aprendizaje (14%), las redes sociales son espacios altamente utilizados en el contexto estudiantil de la universidad, pero no son de uso universal. Ratificamos que de manera general Facebook sigue siendo la red de socialización más usada por los estudiantes tanto para temas de ocio como académicos.

Mujeres y hombres usan las redes sociales por igual y al diferenciar a la población por rangos etarios observamos que los más grandes son los más alejados de ellas pero que los más jóvenes no son los más asiduos. Hay un grupo de estudiantes con edades que oscilan entre 24 y 30 años que las usan más que el resto. Las diferencias regionales son importantes y en este caso se configura una brecha en el uso de redes sociales entre las ciudades más cosmopolitas del estado (Veracruz la ciudad más grande del estado y Xalapa, la capital) que tienen estudiantes con un iRS alto en comparación con Córdoba, Coatzacoalcos y Poza Rica. Finalmente y quizás de mayor interés para nosotros, el manejo disciplinario de la tecnología digital es una realidad que también se refleja en el uso de las redes sociales digitales. Los alumnos del área de Artes van a la zaga y los de Humanidades son lo que mayor uso hacen de las redes sociales.

## Referencias

- Brunner, J. J., y Tedesco, J. (2003). *Las nuevas tecnologías y el futuro de la educación*. Buenos Aires, Argentina: UNESCO.
- Casillas, M. A., y Ramírez, A. (2015). *Génesis de las TIC en la Universidad Veracruzana: Ensayo de periodización*. México: Productora de Contenidos Culturales Sagahón Repoll. | Editorial Tintable.
- Casillas, M. A., y Ramírez, A. (2018). El habitus digital: una propuesta para su observación. In R. Castro, y H. J. Suárez, Pierre Bourdieu en la sociología latinoamericana: el uso de campo y habitus en la investigación (pp. 317-342). Cuernavaca, Morelos, México: Universidad Nacional Autónoma de México, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias.
- Casillas, M. A., Ramírez, A. y Ortega, J. C. (2016). Afinidad tecnológica de los estudiantes universitarios. *Revista Innovación Educativa del Instituto Politécnico Nacional*, 16(70), 151-175.
- Casillas, M. A., Ramírez, A., y Ortiz, V. (2014). El capital tecnológico una nueva especie del capital cultural: Una propuesta para su medición. En A. Ramírez Martinell y M. A. Casillas Alvarado (Eds.), *Háblame de TIC: Tecnología Digital en la Educación Superior*. Argentina: Brujas.
- Casillas, M.A, Ramírez, A., y Ortega, J.C (2015). Percepciones y valoraciones de los estudiantes universitarios sobre las TIC. En *Memorias del XIII Congreso Nacional de Investigación Educativa*, Chihuahua. México.
- Constante, A. (2013). *Las redes sociales. Una manera de pensar el mundo*. México: UNAM.
- Domínguez, F., López, R., y Ortega, J. C. (2016). Hagan un grupo de facebook para esta clase ¿de qué hablamos cuando hablamos de redes sociales? 38 (2), 117-126.
- Morales, T. A., y Ramírez, A. (2014). Afinidad Tecnológica del Profesor Universitario. *Revista Ensayos Pedagógicos*, 9(1).
- Negroponte, N. (1995). *Being Digital*. Nueva York: Vintage Books.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants, Part I. *Horizon* , 9 (5), 1-6.
- Ramírez, A., y Casillas, M. A. (2015). Los saberes digitales de los universitarios. En J. Michelli (Ed.), *Educación virtual y universidad, un modelo de evolución* (pp. 77-106). México: UAM.
- Ramírez, A., Morales, A. T. y Olguín, P. A. (2015). Marcos de referencia de Saberes Digitales. *Edmetic: Revista de Educación Mediática y TIC*, 4(2), 112,136.
- Tapscott, D. (1998). *Growing up digital: The Rise of the Net Generation*. . Nueva York: McGraw-Hill.