

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Facebook, Instagram y X en la formación académica de los estudiantes de primer ingreso de la Escuela de Ciencias de Comunicación

Giselle Aida Fabiana Figueroa Sagastume

Guatemala, enero 2024

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación



Facebook, Instagram y X en la formación académica de los estudiantes de primer ingreso de la Escuela de Ciencias de Comunicación

Estudiante:

Giselle Aida Fabiana Figueroa Sagastume

Registro Académico: 200923094

Carné: 2195232311801

Asesor:

PhD. Walter Estuardo Pérez Rodríguez

Guatemala, enero 2024

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Directora en funciones

M.A. Silvia Regina Miranda López

Consejo Directivo

Representante Estudiantil
Oscar Eduardo García Orantes

Representante Egresados
M Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario
M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Tribunal Examinador

PhD. Walter Estuardo Pérez Rodríguez, asesor-presidente.

M.A. Josue Othoniel Andrade de la Cruz, lector-examinador vocal 1.

M.A. Pablo Alexander Dávila Montenegro, lector-examinador vocal 2.

Licenciada
Giselle Aida Fabiana Figueroa Sagastume
Carné: 2195 23231 1801
Registro académico: 200923094
19920530 Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimada Licenciada Figueroa Sagastume

Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de trabajo de grado por asesor, con el título Facebook, Instagram y X en la formación académica de los estudiantes de primer ingreso de la Escuela de Ciencias de Comunicación. Se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados en un plazo no mayor de 30 días calendario

- a) Un (1) ejemplar impreso y un CD conteniendo el archivo digital del Trabajo de Grado para la Biblioteca Central.
- b) Dos (2) ejemplares impresos para la Biblioteca Flavio Herrera y dos (2) CD conteniendo el archivo digital del Trabajo de Grado

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

"Íd y enseñad a todos"



Va. Bo. Silya Regina Miranda López
Directora en Funciones



PhD. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Grado

Para efectos legales la autora
es la única responsable del contenido de este trabajo

Dedicatoria

A Dios, por ser mi guía y fuente inagotable de fortaleza en este largo y desafiante proceso.
A cada una de las personas que, caminaron conmigo en este trayecto para alcanzar esta meta.

 Mi agradecimiento por su apoyo, comprensión y amor.

 Este logro también es de ustedes.

Índice de contenido

Resumen	1
Introducción	3
Marco conceptual	4
1.1. Título del Tema	4
1.2. Antecedentes	4
1.3. Justificación	5
1.4. Planteamiento del problema	8
1.5. Descripción y delimitación del tema	9
1.5.1. Delimitación	9
Marco Teórico	10
2.1. Internet	10
2.2. Redes sociales	11
2.2.1. Ranking de las redes sociales más populares en el siglo XXI	13
2.2.2. Acceso a la tecnología en Guatemala	14
2.2.3. Acceso al internet en Guatemala	14
2.2.4. Redes sociales en Guatemala	15
2.2.5. Facebook	17
2.2.6. Instagram	18
2.2.7. X	18
2.3. Comunicación	20
2.3.1. Proceso de comunicación	20
2.3.2. Medios de comunicación	21
2.3.3. Estructura física de los medios de comunicación	22

2.3.4.	Estructura según su carácter	23
2.3.5.	Interactividad en los medios	25
2.4.	Tecnología Informática	25
2.5.	Organizaciones de la industria	26
2.5.1.	Industrias dependientes	27
2.5.2.	Relación entre medios de Comunicación y Tecnología	27
2.6.	Lenguaje Hipertextual	27
2.7.	Adicción a las Redes Sociales digitales	28
2.7.1.	Escala de adicción a Facebook	28
2.7.2.	Solución al mal uso de las redes sociales	29
2.8.	Jóvenes con mayor consumo a redes sociales	30
2.8.1.	Uso de redes sociales jóvenes adultos	31
2.9.	Pedagogía en redes sociales digitales	32
2.10.	Uso de las redes sociales en entornos educativos	33
2.11.	Redes Sociales y el impacto en los jóvenes	35
2.12.	Mal uso de redes sociales en jóvenes	37
	Marco metodológico	43
3.1.	Método	43
3.2.	Tipo de investigación	43
3.3.	Objetivos	43
3.3.1.	Objetivo general	43
3.3.2.	Objetivos específicos	43
3.4.	Técnica	44
3.5.	Instrumento	44

3.6. Población y muestra	44
3.6.1. Población	44
3.6.2. Muestra	44
3.7. Procedimiento	45
Análisis y descripción de resultados	45
4.1. Presentación de resultados por objetivos	47
4.1.1. Características de Facebook, Instagram y X y las fortalezas o debilidades que tienen para los entornos académicos	47
4.1.2. Percepción del estudiante en relación con la utilidad de Facebook, Instagram y X para su formación académica.	50
4.2. Utilidad de las redes sociales en la educación, desde el punto de vista de los estudiantes.	50
4.3. Entrevistas a profesionales de las Ciencias de la Comunicación	87
4.3.1. Matriz de relaciones entre categorías	89
4.4. Ejes estratégicos como propuesta para uso de Facebook, Instagram y X para entornos académicos del estudiante	94
4.4.2. Acceso a información especializada	95
4.4.3. Interacción entre pares	96
4.4.4. Plataforma de ensayo para ejecución de campañas reales	97
4.4.5. Viralizar contenido académico relevante	97
Conclusiones	98
Recomendaciones	99
Referencias	101
Anexos	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Redes sociales en Guatemala.....	15
Tabla 2 Facebook para entorno educativo.....	47
Tabla 3 Instagram para entorno educativo	47
Tabla 4 X para entorno educativo.....	48
Tabla 5 Rangos de edad de los estudiantes encuestados	51
Tabla 6 Genero de los estudiantes encuestados.....	52
Tabla 7 Jornada de los estudiantes encuestados	52
Tabla 8 Red social digital que más utiliza.....	55
Tabla 9 Tiempo estimado que permanece en las redes sociales digitales	56
Tabla 10 Fines con los que utiliza las redes sociales digitales s.....	58
Tabla 11 El tiempo que se dedica a las redes sociales es suficiente.....	60
Tabla 12 En su opinión las redes sociales digitales son útiles para la formación académica	62
Tabla 13 Redes sociales digitales y su contribución a las competencias académicas	64
Tabla 14 En redes sociales digitales interactúa con contenido educativos.....	67
Tabla 15 Redes sociales digitales necesarias para la formación académica	70
Tabla 16 El impacto de las redes sociales digitales para la formación académica.....	72
Tabla 17 Utiliza Facebook, instagram o redes sociales digitales al mismo tiempo que está en sus clases virtuales.....	74
Tabla 18 Antepone la revisión de sus redes sociales digitales al tiempo dedicado a su estudio y formación académica.....	76
Tabla 19 En su opinión las redes sociales digitales influyen de manera positiva o negativa.....	78
Tabla 20 Utiliza las redes sociales digitales para indagar sobre las temáticas de la publicidad o comunicación.....	80
Tabla 21 Los catedráticos utilizan las redes sociales digitales como mecanismos de comunicación para sus asignaturas	82
Tabla 22 Los catedráticos utilizan las redes sociales digitales como mecanismos para la formación académica.....	84
Tabla 23 Los catedráticos le han asignado tareas que vinculen el uso de redes sociales	84

Tabla 24 En su actividades académicas del semestre, considera que las redes sociales tienen un rol protagonista	86
Tabla 25 Los catedráticos utilizan las redes sociales digitales en forma estratégica y orientada al entorno académico	86

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ranking de las redes sociales más populares en el siglo XXI	14
Figura 2 Objetivos de la investigación	45
Figura 3 Rangos de edad de los estudiantes encuestados.....	51
Figura 4 Genero de los estudiantes encuestados	52
Figura 5 Jornada de los estudiantes encuestado	53
Figura 6 Redes digitales en las que tiene una cuenta o usuario.....	54
Figura 7 Red social digital que más utiliza	55
Figura 8 Tiempo que permanece interactuando en redes sociales digitales	57
Figura 9 Tiempo que se dedica a las redes sociales digitales es suficiente	58
Figura 10 El tiempo del tiempo que dedica a las redes sociales	60
Figura 11 Redes sociales digitales y su contribución a las competencias académicas	62
Figura 12 Las redes sociales digitales y su contribución a las competencias académicas	64
Figura 13 tiene acceso regular a redes sociales digitales.....	66
Figura 14 con contenidos educativos en redes sociales digitales	67
Figura 15 Actividades Actividades educativas que utiliza en redes sociales digitales	69
Figura 16 Las redes sociales digitales son necesarias para la formación académica	70
Figura 17 El que tienen las redes sociales digitales en la formación académica.....	72
Figura 18 con que se utiliza Facebook, Instagram, X al mismo tiempo que clases virtuales ...	74
Figura 19 Antepone Frecuencia que antepone la revisión de redes sociales digitales y estudio	76
Figura 20 En de las redes sociales digitales en el desempeño académico	78
Figura 21 Utiliza sociales digitales para indagar temáticas vinculadas a la formación.....	80
Figura 22 Redes sociales digitales donde se busca contenido relacionado a las materias	81
Figura 23 Los catedráticos utilizan las redes sociales digitales como mecanismos de comunicación	82
Figura 24 Los las redes sociales digitales como mecanismos para formación académica	84
Figura 25 Los que los catedráticos asignan tareas académicas que vinculen el uso de redes sociales digitales	85
Figura 26 En le asigna un rol protagonista a las redes sociales digitales.....	86

Figura 27 Los de las redes so en formas estratégicas y entornos educativos	87
Figura 28 Ejes estratégicos para el uso de las redes sociales digitales en entornos educativos....	95

Resumen

El estudio presenta una exploración sobre la utilidad de las redes sociales en el ámbito educativo, específicamente en el contexto guatemalteco. La introducción establece la importancia de abordar este tema, destacando la necesidad de comprender cómo estas plataformas digitales influyen en la dinámica educativa y social del país. El tema es de suma importancia debido a la actualidad y el extenso uso de las redes sociales en la actualidad.

En el marco conceptual, se abordan definiciones sobre la utilidad de Facebook, Instagram y X en la formación académica de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de Comunicación, dando una visión precisa del enfoque de la investigación. Los antecedentes explorados proporcionan un contexto evolutivo y contextual de los eventos previos que han llevado a la imperante necesidad de profundizar en este campo. La justificación refuerza la relevancia del estudio, mientras que el planteamiento del problema formula interrogantes fundamentales que servirán como hilo conductor para la investigación. La descripción y delimitación del tema arrojan luz sobre los límites y alcances de la indagación, contextualizando la relevancia de esta en el ámbito guatemalteco.

El marco teórico ahonda en diversos aspectos que contextualizan el estudio. Se explora minuciosamente el papel de Internet en la sociedad actual, identificando su función clave como facilitador de la comunicación y el acceso a la información. En el análisis de las redes sociales, se presenta un ranking detallado de las plataformas más populares en el siglo XXI, subrayando la situación específica en Guatemala con respecto al acceso a la tecnología e Internet. Se detallan las características de plataformas como Facebook e Instagram, y se aborda la comunicación desde su proceso hasta los medios, contextualizando la creciente influencia de las redes sociales en este aspecto. Además, se discuten temas clave como tecnología informática, organizaciones de la industria, lenguaje hipertextual y diversos aspectos relacionados con las redes sociales, tales como el mal uso y la adicción, proporcionando un panorama integral.

El marco metodológico es fundamental en la estructura, una descripción detallada del enfoque metodológico empleado en la investigación. Se abordan aspectos cruciales como el método, tipo de investigación, objetivos generales y específicos, técnicas de recolección de datos, instrumentos, universo de estudio, muestra y procedimientos utilizados. La meticulosidad en la descripción garantiza la rigurosidad y validez del estudio.

En el análisis y descripción de resultados, se detallan los procedimientos metodológicos, la descripción del estudio y el análisis de los resultados obtenidos a través de cuestionarios y entrevistas, donde el 90.3% de los encuestados considera que el impacto de las redes sociales en su formación académica es positivo y 44.2% de los encuestados indicó que "definitivamente sí" interactúan con contenidos educativos. Esto podría deberse a que, en la vida profesional, las campañas reales se ejecutan en redes. La comparación entre los puntos de vista de estudiantes y catedráticos añade una capa significativa de complejidad y comprensión al análisis general.

La principal conclusión del estudio es que las redes sociales digitales demuestran que las plataformas Facebook e Instagram, aún son una parte notable dentro del ecosistema de redes digitales de los estudiantes; sin embargo, muestran que X presenta un descenso y es la red social digital TikTok una de las que presenta más influencia, al lado de YouTube. Y se recomienda que se incluya dentro del contenido del primer semestre un módulo donde se le den criterios de selección a los alumnos para tomar contenido adecuado de las redes sociales. Esto con el fin de que desde el inicio de la carrera sean capaces de "sanear" o "curar" el contenido que consumen diariamente. Analizando el pensum de estudios del primer semestre se considera que sería adecuado incluir esto en el curso Vida Universitaria

Introducción

La investigación tiene como finalidad describir la utilidad de las redes sociales digitales en la vida académica de las personas. Lo anterior, toda vez que, en la actualidad el apogeo de la tecnología propició cambios en el entorno de los seres humanos, entornos como: el personal, laboral, académico, entre otros. Las redes sociales digitales, representan soluciones para muchos sectores de la sociedad, por ejemplo, para las empresas son una opción para publicitar sus productos, para las instituciones son una posibilidad para interactuar con sus públicos y para los estudiantes (en el entorno académico) representan un acceso a contenidos especializados, gestión del conocimiento, entre otras ventajas.

El uso de las redes sociales como plataformas de comunicación abarca muchos de los espacios de la vida de una persona: personal, familiar, laboral, económico, académico, entre otros. Es por ello por lo que al exponer los puntos mencionados anteriormente se contribuye al conocimiento sobre la incidencia que poseen estas en los seres humanos hoy en día y los efectos positivos y negativos que causan en el ámbito educativo.

Como parte de la investigación se recurre a presentar datos obtenidos mediante fuentes primarias, secundarias y terciarias. Esta investigación aporta resultados cualitativos sobre la relación entre los estudiantes y la utilización de las redes sociales para fines de aprendizaje académico en un nivel de educación superior y también contribuye con información cuantitativa relacionada con la frecuencia en el uso de los dispositivos móviles en el que acceden a redes sociales digitales.

Marco conceptual

1.1. Título del Tema

Facebook, Instagram y X en la formación académica de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de Comunicación.

1.2. Antecedentes

La última década se ha caracterizado por cambios drásticos en la forma cómo las redes sociales afectaron a la cultura y comportamiento de los jóvenes; de hecho, la Web es una expresión cultural, en sí misma, que abarca numerosas actividades de la sociedad. El progreso de la tecnología, en la última década, ha dado un impulso notable a nuevos medios de comunicación, los cuales hasta hace pocos años no pasaban de ser experimentos comunicacionales (Díaz Arias, 2012).

Es posible señalar que los estudiantes utilizan las redes sociales como fuente de información, el uso de esta debe ser aplicado correctamente para no ser influenciados de manera negativa. Al respecto del uso de las redes sociales en los entornos académicos, se realizó una revisión de literatura para identificar antecedentes sobre el tema de estudio:

Calel Colaj (2011) publicó la investigación titulada “*La influencia de las redes sociales y sus consecuencias en la formación de la afectividad de los jóvenes, del seminario menor en la etapa de discernimientos vocacional*”. El objetivo de la investigación fue comprender la noción de las redes sociales como medios de comunicación útiles para el desarrollo integral, se obtuvo el análisis de aspectos psicológicos de las redes sociales en los adolescentes, utilizó el método cualitativo por medio de entrevistas. En conclusión, los alumnos del seminario menor, que cursan el cuarto y quinto bachillerato pasan por una etapa de discernimiento vocacional, que para el equipo de formadores es de vital importancia velar para que los candidatos logren su cometido: que respondan con coherencia y responsabilidad a la vocación que Dios ha suscitado en ellos.

En la investigación realizada por Portillo García (2017) titulada: *Influencia que tienen las redes sociales, sobre el comportamiento de compra en los consumidores de la industria de restaurantes en la ciudad de Guatemala*, el objetivo fue determinar la influencia que tienen las redes sociales, sobre el comportamiento de compra en los consumidores de la industria de restaurantes en la ciudad de Guatemala, fue dirigido a gerentes y propietarios de restaurantes, mediante entrevistas semi estructuradas se recopiló la información con la finalidad de establecer una propuesta del correcto uso de las redes sociales, motivando a los restaurantes a participar y tener una presencia online activa para comunicarse con sus clientes actuales y potenciales se obtuvo la conclusión de la importancia del correcto manejo de las redes sociales, que puede llegar a generar confianza y obtener que la comunidad interactúe con el contenido, compartiéndolo con sus contactos, amigos y así tener presencia en las redes.

En el caso de la investigación desarrollada por Romero Vela (2013) *Factores de riesgo que predisponen a los adolescentes de una Institución Educativa Privada, al uso adictivo de las redes sociales en Internet*; el objetivo de ese estudio fue dar a conocer los riesgos que enfrentan los adolescentes en cuanto al nivel de adicción a las redes sociales en internet, estudio que se realizó con adolescentes entre las edades de 14 y 16 años que se relacionaban con los grados de 1ro. A 3ro. Básico. Se llegó a conclusión que la mayor parte de la población que participó en esta investigación se encontró ubicada en el rango de adicción leve; tomando en cuenta que, entre los factores fisiológicos, existen padecimientos como dolores de cabeza, sentimientos de ahogo o pérdida de aliento. En los factores de riesgo psicológicos la mitad de la muestra tomada posee herramientas para controlar sus impulsos mientras que la otra parte no. (Romero Vela, 2013)

Además, que se presentan los síntomas como la agresión, irritabilidad y depresión, en cuanto a los riesgos sociales, la mayoría de los adolescentes consideran ser capaces de formar nuevas amistades, sin embargo, dentro de la población adicta a las redes sociales, no se observó en los resultados el mismo interés por las relaciones interpersonales de forma directa. (Romero Vela, 2013)

Se identificó en los estudios presentados los cuales brindan un contexto de las redes sociales y su importancia, con un método cualitativo basado en encuestas hacia su grupo objetivo, considerando que en Guatemala se puede comprar tiempo de uso de redes sociales a través del celular es económico y de fácil acceso, respondiendo a las estadísticas que, en el 2021, el 90% de los jóvenes de entre 18 y 29 años utilizaban al menos una plataforma de redes sociales en todo el mundo. Las plataformas más populares entre los jóvenes son Instagram, Snapchat y TikTok; se observa que los jóvenes pasan varias horas al día en plataformas de redes sociales, consumiendo contenido, interactuando con amigos y siguiendo tendencias.

No se identificaron estudios o antecedentes directos del tema de tesis *La influencia de Facebook, Instagram y X en la formación académica de los estudiantes de primer ingreso de la Escuela de Ciencias de Comunicación, en las tres jornadas, sin embargo, las tesis que fueron descritas, a modo de antecedentes, exponen y explican a las categorías de estudio de interés: redes sociales digitales, jóvenes y entornos educativos.*

1.3. Justificación

La comunicación ha sido importante para el desarrollo humano, todos los seres humanos son sociales y es una de las principales necesidades; con el paso del tiempo la comunicación ha cambiado y se ha desarrollado, ya que por medio de la tecnología es posible estar comunicados a grandes distancias, así como, obtener nuevos conocimientos a través de ellas.

En la actualidad los jóvenes desde muy pequeños inician sus pasos en la tecnología debido a que cuentan con aparatos tecnológicos y aplicaciones virtuales; se exponen al mundo virtual, donde encuentran una variedad de información que tiene ventajas y desventajas. Una situación con la que se puede ejemplificar es con la COVID 19 (2020-2023) que tuvo como consecuencia que la tecnología aumentó su importancia en todos los aspectos como laboral,

social y educación ya que se volvió una nueva era donde seguir con la vidas desde casa aislados del contacto físico, sin embargo, conectados a las redes sociales, se logró que empresas siguieran con su desempeño; en el campo de la educación se siguieron impartiendo clases, cursos y el aporte de conocimiento no se dejó de impartir. En el campo del entretenimiento y la cultura los conciertos musicales fueron adaptables a nuevas plataformas para seguir su curso y hacer de ellos eventos exitosos con más de un millón de personas de todo el mundo conectadas a un enlace, son cosas que ha permitido la tecnología, demostrando que no hay límites para continuar con la dinámica social, a pesar de la emergencia sanitaria ocasionada por la pandemia COVID-19.

Además, las redes sociales actualmente son parte importante de la vida, cambiando constantemente, surgiendo nuevas y siendo obsoletas otras; en la actualidad, se calcula que 9 de los 18 millones de habitantes de Guatemala, son usuarios dinámicos de redes sociales, esto equivale a poco más de la mitad de la población (51.4%), cantidad que está en constante aumento, alrededor de 1.4 millones cuentan con Facebook, lo que hace que esta sea la red social con más usuarios. (Del prete & Rendón Pantoja, 2020)

Los jóvenes escogen pasar más tiempo frente a un computador o en un celular chateando, en lugar de realizar otras actividades más productivas como leer o aprender algo nuevo, siendo para ellos más practico expresarse de forma impersonal y facilitando emitir opinión sin tener al frente a alguien. Afectando el comportamiento, la comunicación y el nivel de relaciones interpersonales de los jóvenes y adolescente.

En igual forma las redes sociales tienen varios beneficios, así como desventajas y la influencia que genera en la educación de los jóvenes que se exponen día con día a un entorno cibernético, se infiere que las personas pierden la atención de lo que acontece fuera del entrono virtual , por lo que se justifica el estudio de Facebook, Instagram y X en la formación académica de los estudiantes de primer ingreso de la Escuela de Ciencias de Comunicación, en las tres jornadas en que se imparte, vespertina, nocturna y plan fin de semana, durante el transcurso de la pandemia por COVID19.

Debe ser analizado el uso de estas aplicaciones y la forma que influyen en los jóvenes, con la intención de demostrar qué las hace tan atractivas para el público juvenil, atrayéndolos a través de la conexión social instantánea que ofrecen, permitiendo la expresión creativa y la construcción de identidad. Actúan como fuentes de información y aprendizaje, manteniendo a los jóvenes actualizados y proporcionando oportunidades de desarrollo personal. Además, las plataformas ofrecen validación social a través de interacciones en línea, afectando la autoestima de los jóvenes. La influencia se extiende a las decisiones de compra, estilos de vida y opiniones políticas, pero es crucial abordar desafíos como la gestión del tiempo y la presión social para mantener un equilibrio saludable en el uso de las redes sociales.

El mundo digital de ahora en día se da un aislamiento al mundo exterior, con su acceso instantáneo y constante a conexiones virtuales, han transformado la experiencia de los jóvenes al punto de crear un entorno virtual absorbente que puede conducir al aislamiento del mundo exterior. La facilidad con la que se pueden sumergir en interacciones en línea, compartiendo y consumiendo contenido, puede resultar en una desconexión física con su entorno inmediato. Esta

inmersión digital lleva a una disminución en las interacciones cara a cara, afectando las relaciones fuera del ámbito virtual y generando un aislamiento que, aunque paradójico en una era de hiperconectividad, es una realidad para muchos jóvenes inmersos en el mundo de las redes sociales.

Las redes sociales han propiciado la creación de un lenguaje virtual propio, envolviendo a los jóvenes de manera persuasiva. Este nuevo idioma, compuesto por abreviaciones, emojis y tendencias lingüísticas específicas de cada plataforma, actúa como un medio de comunicación distintivo que refuerza la identidad digital. La persuasión radica en la rápida evolución y adopción de este lenguaje, generando una sensación de pertenencia y complicidad entre los usuarios. Esta forma de expresión virtual no solo se convierte en un medio comunicativo eficaz, sino que también, contribuye a la conformación de una cultura digital única que refleja la conexión constante y la influencia mutua entre los jóvenes en el ciberespacio.

Durante la pandemia, se ha observado una amplia adopción de herramientas educativas en línea que han facilitado el proceso de enseñanza y aprendizaje. Plataformas de aprendizaje virtual han permitido la creación de aulas digitales, asignación de tareas y comunicación efectiva entre profesores y estudiantes. Herramientas de videoconferencia han posibilitado la realización de clases virtuales y reuniones en tiempo real. Además, recursos digitales como bibliotecas en línea y plataformas de contenido educativo han brindado acceso a materiales de estudio variados, la evaluación en línea se ha simplificado con herramientas interactivas, y la colaboración se ha fomentado mediante plataformas que permiten trabajar de manera conjunta en proyectos virtuales; estas herramientas han desempeñado un papel esencial en apoyar la continuidad de la educación durante circunstancias desafiantes.

La presencia constante de estudiantes en redes sociales puede tener implicaciones directas en su rendimiento académico y en su capacidad para concentrarse en actividades educativas. Identificar patrones de uso, distracciones potenciales y la relación entre el tiempo dedicado a estas plataformas y el rendimiento académico puede ayudar a desarrollar estrategias educativas más efectivas y adaptadas a las necesidades actuales de los estudiantes.

Al tratarse de estudiantes de la Escuela de Ciencias de Comunicación, la investigación se enfoca en un grupo específico que, por su naturaleza académica, está estrechamente vinculado con la comunicación. Comprender cómo estas plataformas afectan la formación académica de los estudiantes en este campo puede ser crucial para adaptar las estrategias educativas y preparar a los estudiantes para los desafíos y oportunidades que surgen en la era digital.

Por lo expuesto es necesario realizar la presente investigación “Facebook, Instagram y X en la formación académica de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de Comunicación” con lo cual se conocerá como las redes sociales en mención intervienen en los estudios, pueden tener un impacto significativo en el comportamiento académico de los estudiantes, pueden influir en sus hábitos de estudio, enfoque y rendimiento académico, los resultados proporcionan los estudiantes las utilizan para interactuar entre sí y con el contenido académico.

1.4. Planteamiento del problema

En Guatemala, se estima que alrededor del 60% de la población tiene acceso a Internet, con una conectividad más sólida en áreas urbanas en comparación con zonas rurales. Las redes sociales desempeñan un papel significativo en la vida digital, siendo Facebook la plataforma más utilizada, con más del 80% de los usuarios activos en el país. Instagram y WhatsApp también gozan de popularidad, con tasas de adopción del 60% y 70%, respectivamente. (Del prete & Rendón Pantoja, 2020)

El impacto de Internet en la educación es evidente, mejorando el acceso a recursos educativos en línea para los estudiantes guatemaltecos. Aunque las plataformas de aprendizaje en línea han ganado terreno, la adopción es más pronunciada en entornos urbanos. Sin embargo, existen desafíos considerables, ya que alrededor del 30% de los estudiantes enfrentan obstáculos debido a la falta de acceso a dispositivos tecnológicos y conectividad inconsistente. La brecha digital persiste, siendo más pronunciada entre áreas urbanas y rurales. (Social media Guatemala, 2020)

Comprender la incidencia de las redes sociales en la formación académica es importante por el gran número de guatemaltecos que se matriculan en las distintas opciones de educación superior, ya que, según estimaciones del Instituto Nacional de Estadística, INE (2023) en el anterior periodo se tiene un ingreso total a la universidad pública de 207,315 personas y en universidades privadas se contabilizaron 198,351 matriculados.

Las redes sociales permiten a las personas tener contacto social con amigos y familiares, las cuales aumentan su uso en la población, convirtiéndose en un medio necesario de comunicación. Con el avance de la tecnología, las personas recurren a medios alternos para la búsqueda de información y para expresarse. Esto se traduce en mayor tiempo invertido en redes sociales y cibernéticas y una declinación en las relaciones personales, académicas, laborales y de cualquier otra índole. Tanto es así que ahora, las campañas publicitarias se ejecutan en las redes sociales y es por ello por lo que cualquier estudiante de la materia de las comunicaciones se prepara para llegar a una situación real donde desenvuelva sus habilidades para publicitar productos o servicios en estas plataformas digitales. El cuestionamiento es ¿de qué manera se relacionan en su vida académica con estas para estar preparados al llegar este momento?

En el ámbito normativo, el vertiginoso avance de la tecnología, con énfasis en la educación presencial y a virtual, hace necesaria una detallada pesquisa, iniciando en los centros de formación, en los que se generan los procesos de socialización. A los jóvenes actualmente, se les conoce como “*chicos del mañana*”, debido a la facilidad que enfrentan para acceder a casi cualquier cosa, esto genera explosiones de consumismo y facilismo, es conocido que la satisfacción se genera al esforzarse para alcanzar lo deseado (Calel Colaj, 2011). Los diferentes medios de comunicación pueden ser utilizados para unir, también para aislar, según el mensaje que transmitan, esto debido a que la sociedad está inmersa en la virtualidad.

La investigación surge por la necesidad de conocer las características de Facebook, Instagram y X y las fortalezas o debilidades que tienen para los entornos académicos, la

percepción del estudiante en relación con la utilidad de estas redes sociales y el uso de redes sociales digitales por parte de los docentes del primer semestre de la ECC para los entornos educativos.

A nivel personal, la relación que se genera entre los alumnos, los maestros y las redes sociales, surge según el avance de las tecnologías, el no estar actualizado, genera rezagos importantes, debido a la utilización constante de los medios audiovisuales y que hace necesario indagar en los paradigmas que se han generado en torno al ámbito informacional.

Por lo anterior se establece la pregunta general que guía este estudio: **¿Cuál es el uso de Facebook, Instagram y X en la formación académica de los estudiantes de primer ingreso de la Escuela de Ciencias de Comunicación?**

1.5. Descripción y delimitación del tema

1.5.1. Delimitación

Para la realización de la tesis se han tomado en cuenta los siguiente alcances y límites:

- Objeto de estudio: estudiantes de primer ingreso en la Escuela de Ciencias de la comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en las tres jornadas, vespertina, nocturna y plan fin de semana, para conocer la situación en la vida académica del uso de redes sociales Facebook, Instagram y X.
- Ámbito geográfico: la investigación se desarrolla con información de estudiantes inscritos y cursantes en la Escuela de Ciencias de la Comunicación en el Campus Central de la ciudad de Guatemala en las tres jornadas, en la zona 12 de la ciudad capital de Guatemala.
- Ámbito institucional: el estudio se desarrolla en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la sede central de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Ámbito temporal: el estudio de campo se realizó con datos obtenidos durante el primer semestre del año 2023.
- Ámbito poblacional: se toma en cuenta a estudiantes, hombres y mujeres, del primer semestre de la carrera de Publicidad Profesional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Límites: No se incluyeron, en la investigación, a estudiantes que pertenezcan a otra universidad que no sea la Universidad de San Carlos de Guatemala y que no pertenezcan a la Escuela de Ciencias de la Comunicación; tampoco estudiantes que pertenezcan a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, pero que no estén matriculados en el año en curso.

Marco Teórico

2.1. Internet

Es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que funciona a través de los protocolos TCP/IP que permiten la transmisión de datos entre computadoras. Algunos definen Internet como "la red de redes", y otros como "la autopista de la información" (UAEH, 2019, pág. 23).

Se indica que es la red de redes porque está hecha a base de unir muchas redes locales de computadoras, o sea de un grupo de computadoras en un mismo edificio o empresa, prácticamente todos los países del mundo tienen acceso a la Internet, en algunos países en vías de desarrollo sólo acceden las personas con posibilidades económicas más altas, en la red circulan constantemente cantidades increíbles de información, lo que le ha generado el nombre de autopista de la Información, hay alrededor de 2,000 millones de personas que navegan en la red en todo el mundo. (Mejía Cruz, 2012, pág. 21)

El Internet es una pieza importante en el desarrollo y la historia contemporánea de la humanidad, resulta poco probable que esta evolución se haya podido prever o siquiera pronosticar, con el acceso a dispositivos electrónicos móviles, el cual brinda el acceso total a un nuevo mundo virtual. El impacto que internet tiene es visible en cuestiones laborales, sociales, recreativas y científicas, por lo cual un número amplio de personas puedan acceder a información actualizada e inmediata, para investigaciones médicas, por ejemplo, se puede acceder a información, formación y comunicación en tiempo real, lo que conyeva de manera amplia el desarrollo de este campo.

Con la facilidad que brinda el Internet de desvanecer las distancias, constituye un medio de comunicación importante en el desarrollo social. Las diversas herramientas de Internet se presentan como algo sencillo e intuitivo, como una máquina, que, dicho sea de paso, requiere un aprendizaje inicial tanto en la teoría y luego la práctica, misma que genera la habilidad, de manera que se pueda conocer lo que se puede alcanzar, descubrir y conocer con esta, además de los beneficios que se logran al trabajar en la red. Según (Arranz, 2007, pág. 1)

El internet, además de constituir una gran fuente de información y datos al que tiene acceso todo el mundo, brinda establecer comunicaciones, mismas que se fortalecen debido al desarrollo constante de la tecnología, esto propicia, a la vez, el crecimiento rápido de la industria, lo que

cambia la perspectiva del ser humano hacia los medios de comunicación. Sagastume (2011, pág.45), en Martínez (1999, pág.31)

Al comparar la evolución de la red de internet con otros medios de comunicación, en cuatro años logró llegar a 50 000,000 de usuarios en comparación con la radio, que para alcanzar una cifra similar tardó alrededor de 40 años, en el caso de las redes sociales, alcanzaron 100 millones de usuarios en menos de nueve meses, esto evidencia lo rápido que crece el uso del internet. En algunos ámbitos se tiene la creencia que el internet en si no es un medio de comunicación, sino que constituye un canal que permite el tráfico de la información que generan los medios de comunicación y abre la posibilidad de que más personas puedan acceder a ella. (Martinez Sur, 2014, pág. 22)

2.2. Redes sociales

La difusión masiva de información se ha impulsado de formas no imaginadas por la sociedad contemporánea, la utilización se da de forma colectiva (organizaciones, empresas, colectivos, compañías) como de forma personal, para generar interacción y una comunicación dinámica e interactiva, con las redes sociales que han surgido en los últimos años, se han especializado para realizar negocios, relaciones académicas, sociales y grupales de temas específicos, teniendo todas el objetivo común, facilitar la comunicación de forma fluida, supliendo de esta forma la necesidad de pertinencia de las personas, proporcionar además el posicionamiento y lograr la proyección de las empresas, para dar a conocer los bienes y servicios que generan, además, los canales de comunicación se han utilizado por personas y colectivos para generar campañas políticas, debido a la facilidad de alcance hacia un público masivo; ya que como es sabido, genera la posibilidad de conectarse y comunicarse con muchos usuarios de forma inmediata, está definido, según autores, como:

(El-Sahili Gónzales, 2014, pág. 6) define que “Las redes sociales generan espacios que permiten a los usuarios interactuar entre sí, con amistades que se estén en el mismo grupo de intereses, pueden ser utilizadas para enviarse entre ellos, material audiovisual y mensajes de texto y audio”

Para analizar las redes sociales se parte del avance de la tecnología y en la comunicación moderna, existe la necesidad conocer la relación entre la tecnología de la comunicación con las instituciones sociales, es decir que los medios de comunicación inciden en los individuos y la sociedad, en el pensamiento y las acciones es decir que toda la información que se recibe influye en las acciones, de manera innegable, la tecnología es un medio que es parte de lo que se es en la sociedad y genera una imagen hacia la sociedad (Silverstone, 2006, pág. 56).

Esto se puede evidenciar de forma sencilla, al revisar un perfil en la red social Facebook, ya que en este se retrata la vida de una persona en un medio virtual.

La revolución tecnológica permite la inmediatez, de esta manera, un suceso en Japón y de forma inmediata se conoce en todo el mundo, con el acceso a redes sociales como X, en el que una persona observa lo que sucedió, le puede tomar una fotografía y la comparte, sus seguidores lo comparten y así al poco tiempo se difunde, llegando a un medio que verifica la información y la comparte de forma oficial y se comparte al mundo entero. Luego de muchas horas, en las que se dio a conocer la muerte de Osama Bin Laden, y se confirmó por el presidente Obama en cadena nacional queda la interrogante ¿Cuáles serían los pensamientos del individuo que compartió en su perfil de la red social como mataban a Bin Laden?". (Silverstone. 2009, pág. 56).

Según Mata (2014) los medios difunden la cultura qué significa este cambio simbólico de mediatización, porque los medios ya no son considerados sólo "fuentes de información y entretenimiento", sino que también deben ser considerados " (pág. 12) fuentes de construcción del imaginario colectivo" se tiene un sentido de pertenencia, es necesaria la confirmación de que se pertenece, son necesarios los recordatorios y las afirmaciones constantes de que la participación y la pertinencia son valiosos, Facebook explicó la idea, envíe solicitudes y acepte amigos, cargue y tome fotos para mostrárselas a sus amigos, escriba estados y más.

Se argumenta que Facebook, es utilizada por más de 800 millones de personas en todo el mundo, se crea un mundo subterráneo o virtual donde la percepción temporal y espacial cambia. Los

desplazamientos hacen que se reduzca el tiempo que se tarda en hablar con alguien, no en un espacio compartido, sino en un tiempo compartido, si se considera que en la red social es un espacio, en el que los usuarios la comparten de forma virtual, entonces el espacio también se corta.

Es necesario entender que las redes sociales no son un concepto aislado que aparece de repente y se implementa, sino un proceso de desarrollo constante/máximo, apoyado en medios tecnológicos

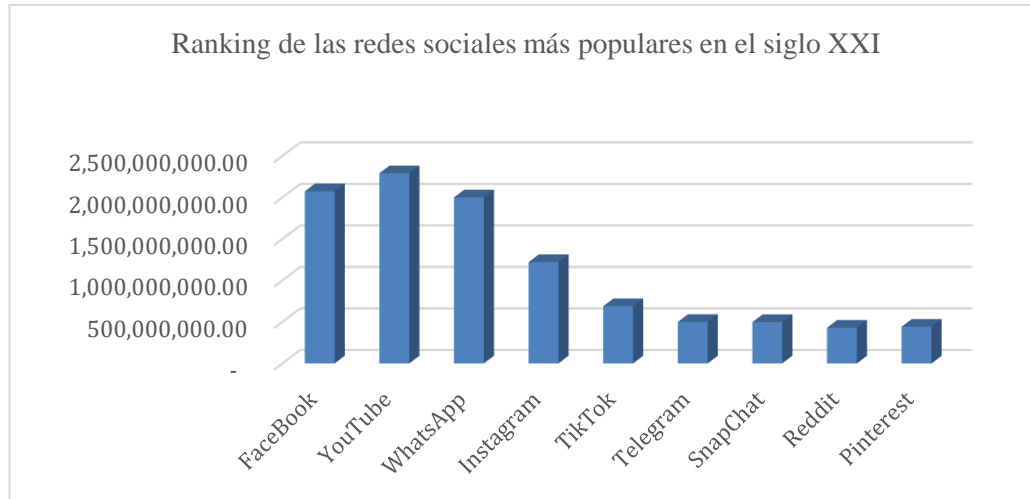
De la misma forma Noguera (2011), afirma “las redes sociales permiten la comunicación y la característica principal es lo inmediato y fuertes que son” son sistemas agrupadores de usuarios, permiten que estos se conozcan y generen un contacto constante. La apertura de estas permite el contacto con muchas comunidades, si bien algunas son privadas, son siempre los usuarios los que deciden sobre la aceptación de nuevos miembros. (Noguera Vivo et al., 2011, pág. 2)

2.2.1. Ranking de las redes sociales más populares en el siglo XXI

Con información obtenida de <https://mott.marketing/redes-sociales-mas-usadas-en-el-mundo-top-10/> según la pagina <https://mott.marketing> como especialistas de marketing digital, en la que se vigiló en el año 2021 el número de usuarios de las redes, expresados en millones de usuarios activos:

Figura 1

Ranking de las Redes Sociales Más Populares en el Siglo XXI



2.2.2. Acceso a la tecnología en Guatemala

Según investigaciones recientes, se tiene acceso a 21.12 millones de terminales telefónicas, de estos el 65% tiene acceso a internet, y personas con acceso a internet es de 11.9 millones, pero solo 9.5 millones utilizan al menos una red social. (PNUD, 2018, pág. 1).

El acceso a la tecnología en Guatemala presenta desafíos y avances que reflejan disparidades geográficas y socioeconómicas. Aunque ha habido mejoras en la conectividad en áreas urbanas, algunas zonas rurales aún enfrentan limitaciones en el acceso a Internet. La posesión de dispositivos tecnológicos varía, y a pesar de los esfuerzos gubernamentales para distribuir equipos en entornos educativos, persisten brechas notables.

2.2.3. Acceso al internet en Guatemala

El 29,3 % de la población censada en Guatemala utiliza internet, un total de 3.672.979 personas censadas a partir de los 7 años usa internet (el 29,3 por ciento) en el país centroamericano que, además, solo cuenta con 566.736 hogares con servicio de internet residencial (PNUD, 2018, pág. 1).

La red con mayor público es Facebook que registra a 8.45 millones de usuarios, una diferencia significativa al compararlo con Instagram y X que mantienen a 2.95 millones y 662 mil 100 usuarios respectivamente.

2.2.4. Redes sociales en Guatemala

Los siguientes estudios ofrecen una perspectiva exhaustiva sobre la relación entre los estudiantes y las redes sociales en el contexto guatemalteco. Cada investigación aborda aspectos específicos, desde las preferencias de plataformas hasta los impactos en el comportamiento social y político.

Tabla 1

Redes sociales en Guatemala

No.	Título	Descripción	Enlace
1	Adicción a redes sociales en estudiantes de la especialización en investigación científica	El 48% de los participantes prefirió WhatsApp como red social, 29% se inclinó por Facebook, 20% por Instagram y 3% por X. La obsesión por las redes sociales se estableció en el 19% de los estudiantes, de esta proporción el 56% eran del sexo femenino; la falta de control personal se presentó en el 20%, donde 51% también fueron mujeres; el uso excesivo se reportó en el 7%, del cual 55% eran hombres.	https://www.revistamedicagat.org/index.php/RevMedGuatemala/article/view/116/86
2	Jóvenes universitarios en entornos virtuales: estudio exploratorio de la generación global de Honduras y Guatemala	En Guatemala los jóvenes de 26-29 años presentan los mayores rezagos en esta habilidad de cooperación y colaboración en lo virtual la participación en internet para cambiar las cosas injustas, así como de reflexión acerca de los dominios del sistema, este índice se clasifica como de nivel medio, en Guatemala el nivel bajo es de 15.2%, uno de cada cinco en los dos lugares, las mujeres tienen un mayor porcentaje de nivel bajo del índice de activismo político, es decir, participan menos en la vida política del país. Sin embargo, la mayor parte de jóvenes hombres y mujeres tienen un nivel medio. Solo un siete por ciento en ambos sexos tienen un nivel alto de participación	https://www.camjol.info/index.php/FAREM/article/view/15138/17842

3	El internet, un espacio dominado por los Jóvenes	Actualmente las redes sociales son las herramientas de comunicación más apetecidas por la mayoría de las personas, especialmente de los adolescentes en quienes recaen influencias tanto positivas como negativas ya que además de publicar fotos, mensajes y ampliar amistades en las redes sociales también se da la oportunidad de interactuar con otras personas a pesar de ignorar información acerca de ellas debido a que cuenta con un sistema abierto en el cual cualquier persona puede formar parte de ella dando lugar a que los usuarios corran riesgos de usurpación de identidad, robo de la privacidad, entre otros	http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrcd/2017/05/01/Morales-Susan
4	Frecuencia de uso de redes sociales en adolescentes de 14 a 16 años del colegio colonial bilingüe de la Antigua Guatemala	Los jóvenes estudiantes del se encuentran en un rango en donde no presentan indicios de malestar al privarse del uso de las redes sociales y que no son propensos a sufrir características de síntomas de abstinencia ni abuso en la frecuencia de las redes sociales El país se ubica en el puesto 49 del ranking mundial en cuanto a usuarios de redes sociales y que la mayoría de los jóvenes utilizan estas aplicaciones para intercambiar información o conocer nuevos amigos.	http://biblio3.url.edu.g t/publijrcifuentes/TESI S/2018/05/42/Moreira -Liza.pdf
5	Caracterización del uso de las redes sociales que utilizan los alumnos del programa de bachillerato avanzado del Colegio Americano de Guatemala	El 86% de los jóvenes usan dichas aplicaciones de manera negligente y este uso excesivo puede afectar el comportamiento en las relaciones interpersonales con las personas que están a su alrededor	<a href="http://biblio3.url.edu.g
t/Tesario/2014/05/09/
MoralesTelma.pdf">http://biblio3.url.edu.g t/Tesario/2014/05/09/ MoralesTelma.pdf

Nota. La información en la Tabla 1 corresponde a la descripción en relación con las redes sociales en Guatemala. Elaboración propia, 2023.

2.2.5. Facebook

Como principal red social con mayor número de usuarios, sobre todo adolescentes y jóvenes, fue creada por Mark Zuckerberg; con difusión desde el año 2004, pensada para ser utilizada por estudiantes de la Harvard, actualmente, debido a la popularidad que alcanzó, es de uso público, cualquier persona que desee puede ser parte de esta, genera espacios que dan oportunidad de postear información de índole personal y profesional, según sean los intereses que el individuo tenga.

Borja, (2014, pág. 45) indica que es “una de las redes con más usuarios en el mundo, en España cada día son más usuarios nuevos diarios, lo que le genera un aumento acelerado en comparación con otras redes sociales”.

Para contextualizar, si la red Facebook se compara con un país, tendría una tasa de crecimiento demográfico enorme, que representaría inconvenientes debido a este, aunque es necesario tener claridad ya que debido a su rápida expansión se considera que crece unos quinientos mil nuevos usuarios cada día, al inicio del Internet, se tenía la idea que era principalmente para buscar e intercambiar información, que, si bien es una de sus funciones, actualmente es más utilizado para mantener contacto entre humanos; afirma González (2014, pág. 34). De la misma forma, según Reig y Wilchez (2013, pág. 41) Facebook genera la necesidad de tener contactos e interactuar con ellos, dejando la búsqueda de información en un plano menor.

La facilidad de utilizar palabras e imágenes en Facebook genera ventajas adicionales en relación con otros que únicamente tienen texto” asevera González (2014, pág. 34). Siendo esto una demostración de las ventajas que genera Facebook en comparación con otras redes.

Facebook ha revolucionado la forma en que las personas se conectan en línea. Permite a los usuarios mantenerse en contacto con amigos y familiares, compartir momentos importantes de sus vidas, y construir y mantener relaciones a través de la distancia.

2.2.6. Instagram

Instagram, surgió en octubre del año 2010, como una APP para dispositivos móviles, fue el surgimiento de una red que transformo la manera en que se entienden y transmiten las fotografías en la red, Alonso (2015, pág. 23), creada por Kevin Systrom, matriculado en Stanford, quien perfeccionó sus conocimientos en el arte de la fotografía en un viaje a Italia, lo que le permitió generar un proyecto empresarial, meses después.

Pensado como una red que permita compartir de forma inmediata únicamente imágenes, al estilo de X (a partir de 2023 denominada X), en el que se tiene un número limitado de caracteres, en conjunto decidieron agregar filtros que cambiaban el aspecto original de la fotografía sin perder la esencia, lograron generar una red que permite compartir fotos en redes sociales, las ventajas de Instagram es la sinergia que tiene con los contenidos online, por ejemplo, de X, Facebook, Foursquare, Flickr, Tumblr: en donde es posible enlazar las cuentas al perfil de Instagram. (Savini Taché, 2014, pág. 1)

En Instagram el uso de Hashtags es para lograr popularidad Instagram la clave es colocar hashtags, en el instante correcto, en algunas páginas web, se pueden conocer las etiquetas más populares al momento, por ejemplo: #tbt para ThrowBackThursday, #FF para FollowFriday o incluso #yolo para YouOnlyLiveOnce. Las publicaciones se clasifican por palabra clave, con los hashtags, de modo que al introducir una palabra en el explorador es posible buscar y encontrar contenidos interesantes. (Lorenzo Maroto, 2016, pág. 23)

Instagram se centra en el contenido visual, especialmente en imágenes y videos. Esto ha llevado a una proliferación de creatividad visual, convirtiéndolo en un lugar donde artistas, fotógrafos y creadores de contenido comparten su trabajo de manera significativa.

2.2.7. X

El cambio de nombre de X a 'X' es una apuesta para transformar la plataforma y diversificar sus servicios, el cual se dio en el año 2023 luego de haber sido adquirida por Elon Musk, quien pretende ampliar las funciones y mejorar el uso de esta aplicación.

Inicialmente con el nombre de X, esta red permite publicar información al instante sobre acontecimientos que se presenciaron, todo en tiempo real, es una herramienta que toma en cuenta la movilidad, misma a la que se ha estado adaptando, en la actualidad hay más de 500 millones de cuentas, en las que se publican unos 175 millones de tweets al día, en la lista de países más utilizados están: Japón, Estados Unidos, y Brasil

Funciona de forma fácil y sencilla, todos los usuarios pueden publicar y consultar todos los tweets los de otros usuarios, esto hace de esta una herramienta inmediata de información, es primordial conocer que también tiene conexión con Facebook, de manera que lo que se publique en este, se podrá reflejar en el muro de Facebook. (Tecnología e informática, 2019, pág. 1)

X es conocido por su capacidad para difundir información de manera rápida. Noticias de última hora, eventos en tiempo real y tendencias globales pueden difundirse de manera eficiente a través de la plataforma, convirtiéndola en una fuente de noticias en tiempo real. X facilita la participación en conversaciones a nivel mundial sobre una amplia gama de temas. Desde política hasta cultura pop, los usuarios pueden unirse a debates y compartir sus opiniones, permitiendo una participación más amplia y diversa.

Para entender X se explican los principales elementos

2.2.4.1. El tweet

Es una unidad inicial de información, básicamente un mensaje pequeño que se puede publicar y consultar, al estilo de mensajes de texto, con una longitud máxima de 140 caracteres. (Tecnología e informática, 2019, pág. 1)

2.2.4.2 El hashtag

Es el símbolo numeral # es también llamado etiqueta, permite clasificar y localizar el contenido relacionado a un tema en toda la red. (Tecnología e informática, 2019, pág. 1)

2.3. Comunicación

El Diccionario Panhispánico (www.dpej.rae.es) quien define el acto, gesto o actitud que permite trasladar mensajes entre los integrantes de un grupo social o entre diversos grupos sociales.

La comunicación se genera de formas importantes, por medio de palabras y a través de gestos, en ocasiones, no se dice con palabras, pero las formas de comportamiento demuestran los pensamientos, los procesos de comunicación suelen ser dificultosos entre los humanos, generando muchas veces controversias que pueden alcanzar dimensiones que afecten y deterioren la existencia de los involucrados. (Mejía Cruz, 2012, pág. 45)

Es necesario que la comunicación sea un proceso fluido en el que esté presente la retroalimentación

2.3.1. Proceso de comunicación

El Diccionario Panhispánico (www.dpej.rae.es) indica que es un proceso que tiene las fases de un fenómeno natural, en este proceso de transmisión de un mensaje concreto pueden intervenir elementos como:

Emisor, mensaje o señal inicial, contenido del mensaje, remitente, señal enviada, canal de transmisión, recibido, viceversa receptor, mensaje, el receptor, situación, contexto, código y retroalimentación) son ciertas funciones, por otro lado, factores disfuncionales (fuentes de ruido).

El proceso de comunicación es un fenómeno natural complejo que sigue una secuencia de fases fundamentales para la transmisión efectiva de un mensaje. En este proceso, intervienen diversos elementos que desempeñan roles específicos. El emisor, que origina la idea o mensaje, codifica la información en una señal inicial que constituye el contenido del mensaje. Esta señal es transmitida a través de un canal de transmisión, y luego es recibida por el receptor, quien la descodifica para interpretar el mensaje. En este contexto, la situación y el contexto desempeñan un papel crucial al influir en la comprensión del

mensaje. Además, el código utilizado para transmitir el mensaje debe ser compartido por el emisor y el receptor para garantizar una comunicación efectiva.

La retroalimentación es otra función esencial en este proceso, ya que permite al emisor saber si el mensaje ha sido comprendido correctamente por el receptor. Esta interacción bidireccional es vital para ajustar y mejorar la calidad de la comunicación. Sin embargo, factores disfuncionales, como las fuentes de ruido, pueden interferir en el proceso. El ruido puede manifestarse en diversas formas, como interferencias físicas, distracciones, o incluso diferencias en la interpretación del código utilizado. Estos factores pueden distorsionar la señal original y afectar la comprensión del mensaje. La comprensión profunda del proceso de comunicación implica el reconocimiento y la gestión tanto de sus funciones como de los posibles obstáculos que puedan surgir durante la transmisión del mensaje. (Calel Colaj, 2011, pág. 6)

2.3.2. Medios de comunicación

Diariamente es posible conocer, ya sea por la vista o el oído la información que disponen los medios de comunicación, estos mensajes pueden ser confusos y definirlos se convierte en una compleja tarea, pues el significado varía según el entorno que se esté atravesando, si bien, a través de los medios de comunicación son la manera más eficaz para transmitir un mensaje, también estos pueden ser utilizados para enviar información con el fin de manipular la información que se da a la sociedad, de manera que se tiene por un lado la ventaja de informar lo que está pasando en la actualidad, como también es posible tergiversar y dar el mensaje para adaptarlo a otros contextos.

La sociedad actual ha dado a los medios de comunicación un poder amplio, lo que hace necesario definir su acepción inicial, su naturaleza, de manera que se puedan entender la función que desarrollan, como formas de comunicar e informa a las masas, en todos los ámbitos de una comunidad, a nivel económico, político, social, cultural, tecnológico, por mencionar algunos, son los encargados de buscar, acceder, procesar, trasladar y expresan la información.

2.3.3. Estructura física de los medios de comunicación

Según la estructura física que mantienen, es posible dividir los medios de comunicación se dividen en:

- a) Audiovisuales: son los que se escuchan y se visualizan, es decir tiene base en sonidos e imágenes, para transmitir el mensaje, en esta división están incluidos, los que son por medio de pantallas, como el cine, la televisión, principalmente la televisión, ya que el alcance del cine es mínimo, dada la población que asiste a estas salas, por lo que éste se considera más bien una fuente de entretenimiento ya sea de forma cultural, académica, incluso científica, la televisión, se considera un medio de comunicación masiva, debido a la inmediatez en la transmisión, la capacidad de transmitir el mensaje, dados los recursos de los que dispone (personas, imagen, sonidos) para permitir que el receptor del mensaje pueda enterarse de forma directa del suceso o noticia sin la necesidad de estar en el lugar en que ocurre.
- b) Radio: este medio es rápido, solo es necesario transmitir por medio de sonidos la información de forma instantánea, además el alcance de este medio es amplio, el alcance de este medio es muy amplio, muchos de los hogares tienen un aparato de radio, que acompaña las actividades diarias de los habitantes, incluso en los dispositivos de teléfono móvil es posible acceder a escuchar una radio, sin tener que realizar un gasto adicional, no necesita saldo de internet o de tiempo de aire, lo que amplía su alcance, esto permite que la oferta de emisoras de radio sea amplia, con una variedad de enfoques, desde noticias, deportes, música en todos los géneros, culturales e incluso religiosas. La radio tiene la ventaja de poder llamar la atención de los escuchas, al relatar los detalles, por medio de los sonidos es posible trasladar a los oyentes las imágenes que se están visualizando. De esta cuenta se dice que es un medio que genera magia al lograr trasladar al oyente al lugar de la acción.
- c) Escritos/ impresos: este rubro se conforma con medios de prensa impresa, revistas, carteles y folletos que son impresas en papel, con información que debe ser conocida por las personas, es un medio de alcance bajo, debido a que es necesario realizar un gasto

para adquirir un ejemplar, en la mayoría de ocasión de estos, ya que, si bien tienen imágenes, es necesario muchas veces leer un texto para entender el contexto de estas es necesario realizar la lectura. Como ventaja, los medios escritos tienen el proceso de producción más elaborado, lo que hace que la información sea investigada de forma más profunda e incluso algunos incluyen análisis de las situaciones de la coyuntura nacional que permiten al lector mejorar el panorama y, entender la realidad, aunque esto, requiere comprensión lectora, una cualidad que no todas las personas tienen.

La vigencia de los medios impresos se mantiene por más tiempo, pues es un bien que no se destruye cuando se consume, es posible almacenar un ejemplar y poder volver a releerlo o bien compartirlo con otras personas, compararla y comentarla, lo que enriquece la información que tiene al alcance el lector, esto facilita el acceso a la información, pues la distribución de ejemplares impresos conlleva la utilización de otros recursos, aspecto que dificulta el acceso a los mismos. Es posible encontrar publicaciones generales y especializadas.

d) Digitales: de estos son los que han surgido con las nuevas tecnologías de comunicación e información, tienen un alto grado de uso, sobre todo en la población joven, el acceso a dispositivos electrónicos ha ido en aumento, sobre todo en el contexto mundial derivado de la pandemia COVID19 se masificó el uso de Internet, aunque no se puede generalizar y afirmar que es un medio masivo, como lo es la radio o la televisión, la inmediatez y lo creativo que puede ser la forma en que comunican hace de este medio una herramienta muy atractiva, y la abundancia de recursos hace que su popularidad crezca día a día. Otra ventaja de esto es que no requiere mucho dinero o personas para producirlos a nivel de producción, ya que solo se necesita una persona que tenga el conocimiento suficiente para utilizar los recursos disponibles en la web, la diversidad es amplia, casi ilimitada, lo que hace que cada día un gran número de personas tienda a utilizar estos medios para crear, expresar, desarrollar, informar y comunicar.

2.3.4. Estructura según su carácter

El carácter de los medios de comunicación permite dividirlos en:

- a) Informativos: el propósito de estos es comunicar sobre cualquier evento o suceso y generar conciencia sobre el mismo, los más destacados son los informativos de las emisoras de radio incluso algunas emisoras se especializan en emitir noticias casi las 24 horas del día, de la misma manera en estaciones de televisión, existen revistas analíticas e informativas y los periódicos diarios o revistas de actualidad.

- b) Entretenimiento: se incluyen medios que están ideados para entretener a las personas, se valen de herramientas relacionadas al humor, la farándula y el mundo del espectáculo, películas, concursos, programas musicales, dibujos animados, deportes, por mencionar algunos ámbitos. En la actualidad es unas formas de comunicación más utilizadas y exitosas, en todos los medios de comunicación hay un lugar destinado para el entretenimiento, es importante enfocar de forma adecuada la forma de entretenimiento para no caer en desvirtuar el carácter informativo de los medios, de manera que bien manejado puede servir para propósitos específicos e importantes.

- c) Analíticos: estos medios se enfocan en eventos y noticias actuales sin ignorar hechos históricos, tiene el propósito básico de investigar, estudiar y explicar lo que está pasando para darle más profundidad a las noticias, lo más importante es informar al público sobre los porqués y para qué de las noticias. Uno de los medios que más se utiliza para realizar análisis es el impreso, aunque también existen en radio, televisión y medios electrónicos espacios que se dedican al análisis, por medio de espacios destinados a ello o bien con la creación de documentales y cortos en los que se analiza la política, la economía y la sociedad, en conjunto con expertos los temas se realizan análisis profundo para establecer hechos transferibles en proporciones justas.

- d) Específicos: existen medios de comunicación que se especializan para transmitir información de un ámbito de la sociedad en específico, puede ser de tipo cultural, científico, deportivo, musical, son temas que generan interés a un sector específico de la audiencia, es menester que los temas sean investigados de forma amplia y tratados de forma estricta. Se mencionan entre estas especificidades los documentales, canales especializados, las publicaciones científicas, musicales, deportivas o culturales.

2.3.5. Interactividad en los medios

Hay muchas definiciones de interactividad, es posible condensarlas en tres definiciones principales:

La que se enfoca en el programa de medios, la que coloca al usuario, la tercera es el enfoque de máquina de medios.

En la que se enfoca en el programa de medios, se indica que son los requisitos de acción del usuario para un producto multimedia, misma que se expresa de formas como: tocar la pantalla, ingresando texto, moviendo el *mouse* para hacer clic, hacer doble clic, arrastrar y soltar.

Según el usuario, se da la interacción según el control que tenga el usuario sobre el contenido, es decir la forma en que la plataforma es amigable para ser utilizada, al ingresar caracteres, claves o preferencias, por ejemplo, al adquirir un producto, de manera que, el usuario es propietario de la secuencia y del tiempo dedicado al contenido. Si la interactividad es mayor, el producto es más complejo, ya que requiere un mejor desarrollo de la plataforma, y por ende implica mayores costos.

El enfoque situado en tercer lugar se genera en la interacción más profunda del usuario con la plataforma, es decir ya no con acciones simples, sino, con material interactivo, que no toma una u otra perspectiva, para generar reflexión y pensamiento crítico de parte del usuario en el uso de la plataforma.

2.4. Tecnología Informática

La Tecnología Informática (IT), está definida por la Asociación de Tecnología Informática de América (ITAA) como: los procesos de investigación, diseño, desarrollo, implementación, soporte o gestión de sistemas de información basados en computadora, particularmente aplicaciones de software y hardware. En resumen, implica el uso de computadoras y software electrónico para transformar, almacenar, proteger, procesar, transmitir

y recuperar información.

En la actualidad, el término tecnología de la información se ha ampliado para abarcar muchos aspectos de la informática y la tecnología de la información, los profesionales realizan tareas que van desde la instalación de aplicaciones hasta el diseño de complejas redes informáticas y bases de datos, algunas de estas tareas, que son realizadas por profesionales, ingenieros e ingenieros informáticos incluyen: gestión de datos red informática base de datos diseño de sistemas gestión de diseño de software sistemas de información y gestión de sistemas de todo tipo.

2.5. Organizaciones de la industria

La Alianza Mundial de Servicios y Tecnologías de la Información (WITSA) es una alianza de 60 asociaciones comerciales de tecnologías de la información (TI) de economías de todo el mundo, fundada en 1978 como la Asociación Mundial de la Industria de Servicios de Computación, WITSA se ha vuelto cada vez más activa en cuestiones de política pública internacional que afectan el desarrollo de una sólida infraestructura de datos global.

La Asociación de Tecnología de la Información de América (ITAA) es la asociación comercial de empresas de tecnología de la información en los Estados Unidos. Fundada en 1961 como la Asociación de Organizaciones de Servicios de Procesamiento de Datos (ADAPSO), la Asociación de Tecnología de la Información de América (ITAA) proporciona políticas públicas globales, redes comerciales y liderazgo nacional para promover el rápido crecimiento continuo de la industria de TI. ITAA consta de aproximadamente 325 miembros corporativos en todo Estados Unidos. Estados Unidos es la secretaría de la Alianza Mundial de Servicios y Tecnologías de la Información (WITSA), una red mundial de TI con 67 países miembros.

NASSCOM es el organismo/cámara de la industria de las empresas de tecnología de la información en la India. Ha sido fundamental para ayudar a la industria de TI en la India.

2.5.1. Industrias dependientes

Las organizaciones dependen cada vez más de la tecnología de información, existen unas que, en mayor medida, hacen uso de estas para el desarrollo de sus actividades, entre estas están:

Las relacionadas con computación, sistemas de Software, los procesos de consultoría TI, prestadoras de comunicaciones y también las de Outsourcing.

2.5.2. Relación entre medios de Comunicación y Tecnología

La tecnología ha contribuido a la evolución de la comunicación humana, contribuyendo a satisfacer la necesidad humana de comunicación e interacción, al observar en retrospectiva, es posible conocer esta evolución, desde grabados y símbolos jeroglíficos en cuevas y cavernas; la invención de formas específicas de comunicación como el alfabeto y el papel; para alcanzar métodos sofisticados de reproducción de las comunicaciones y que promueven la comunicación masiva, como la imprenta y de forma contemporánea la tecnología, con sus redes e internet, siendo el último escalón el que ha permitido aumentar la interconexión de la humanidad y la expansión de las relaciones en el mundo.

La adecuada comunicación entre seres humanos he permitido que se logren satisfacer mayor número de necesidades y se simplifiquen procesos, según Cordeiro (2015) "La tecnología es la que precisamente ayuda al progreso de la humanidad. Permitiendo que se tenga más tiempo para sí mismo y mejorando en cada revolución tecnológica la mejora de la vida humana." (pág.12)

Etimológicamente, Tecnología se traduce en "Ley o tratado de la técnica" pues está compuesta por las palabras *techne* (Técnica) y *logos* (Ley o Tratado); Mc Anany, es: "resultado de la aplicación de principios científicos y de ingeniería y manufactura de herramienta que está destinada para deberes puntuales." Entonces se puede afirmar que es la técnica en la que el conocimiento científico controla, transforma para crear objetos o procesos, es el conocimiento científico ejecutado en la mejora de rutinas.

2.6. Lenguaje Hipertextual

Se refiere a la organización de información de una base de datos, en bloques de diferentes

contenidos que se conectan por medio de enlaces que al ser accionados permiten recuperar la información almacenada.

Se ha dicho que el hipertexto es una forma de gestionar la información en la red es por medio de enlaces, en nodos que tienen textos, gráficos, imágenes, audio, animaciones y video, así como código ejecutable u otra forma de datos se les da el nombre de hipermedio, es decir, una generalización de hipertexto. (Barrios, 2009, pág. 56)

Dado el modo en que se organiza el conocimiento humano, las personas tienden a operar mediante asociaciones, cambiando de un tema a otro de manera casi instantánea. El paradigma hipermedia busca modelar este proceso mediante la conexión de fragmentos de información almacenados en nodos. A diferencia de la lectura secuencial de un libro impreso, la "lectura" en un entorno hipermedia puede ser no lineal, permitiendo a los usuarios moverse intuitivamente a través de la información y navegar por la estructura asociativa sin seguir un orden específico.

2.7. Adicción a las Redes Sociales digitales

Tendencias en el uso de Internet por parte de los adolescentes nacidos en los años 2000, ha convertido a la tecnología en una parte cada vez más importante de la vida de las personas. El progreso ha hecho la vida más fácil y cómoda, pero como muchos creen, el progreso también ha vuelto a las personas más torpes, dentro de las consecuencias incluyen perderse otras formas más saludables de recreación o entretenimiento, e incluso verse empujado a una espiral de trabajo, de esta manera, las personas se vuelven cada vez más dependientes de los dispositivos tecnológicos, llegando a un punto de saturación y confiando en estos dispositivos, que están inherentemente diseñados para hacer la vida más fácil, pero que a veces la hacen muy difícil si no se usan adecuadamente.

2.7.1. Escala de adicción a Facebook

Debido a la popularidad de las redes sociales, la gente comenzó a hablar mucho sobre la adicción a las redes sociales y más específicamente a Facebook. Esta red social se ha vuelto tan importante que incluso se ha desarrollado una escala de adicción de Facebook Bergen. La mayoría de las personas tienen una red social llamada Facebook, y sin ella se

sienten desactualizados o fuera de lugar, lo que les hace pensar que no encajan con el resto del mundo.

Fue desarrollado por Ph.D. Cecilia Schou Andreassen, en colaboración con la Bergen Clinic Foundation, realizó un estudio en enero de 2011 en 423 estudiantes (227 hombres y 196 mujeres) del Departamento de Psicología de la Universidad de Bergen (UIB) en Noruega. Según los investigadores, la escala puede contribuir a la investigación del tratamiento y las evaluaciones clínicas pueden usarse para estimar la prevalencia de la adicción a Facebook en la población mundial. Los hallazgos fueron publicados recientemente en la revista *Psychological Reports*. A partir de esto, se consideraron seis elementos esenciales de la adicción (relaciones, cambios de humor, tolerancia, retraimiento, conflicto y recaída). (Del prete & Rendón Pantoja, 2020)

El experto considera que las redes sociales son más adictivas entre los jóvenes, y aquellos que son más ansiosos o inseguros socialmente usan más Facebook que aquellos que puntúan más bajo en estas características. Por otro lado, las personas más ambiciosas y organizadas tenían menor tendencia a volverse adictos a las redes sociales. Según Andreassen, las mujeres también son más dependientes que los hombres. (García, 2011, pág. 55).

Señales de alarma:

1. Estar bastante tiempo repasando en Facebook o hacer planes para el uso.
2. Tener la necesidad de estar más tiempo en la red social.
3. Tratar de abstraerse de los problemas cotidianos al usar la red social.
4. Pensar en disminuir el tiempo de uso, sin éxito.
5. Inquietarse al ser prohibido usar la red.
6. Descuidar las actividades cotidianas por el uso de la red.

2.7.2. Solución al mal uso de las redes sociales

Las señales de advertencia y las precauciones son importantes para evitar la exposición o evitar que suceda, consejos útiles que puede usar para evitar que las redes sociales se apoderen de su vida personal incluyen:

1. Limite el tiempo de uso y cree un programa de consultas a seguir.
2. Puede comenzar con más tiempo y reducirlo gradualmente.
3. También se puede hacer en intervalos de tiempo, por lo que no será tan difícil al principio.
4. Desactive las notificaciones por correo electrónico porque siempre le recuerdan las redes sociales, incluso si está haciendo otra cosa.
5. Limpiar la lista de amigos para mantener a los que realmente importan y evita las listas largas llenas de nuevas "diversiones". (Borja Romero, 2014, pág. 6)
6. Limita el uso de apps, porque la diversión del juego también puede ser adictiva, lograr que sea fácil usar todo el potencial de las redes sociales sin que se rompan ocupando más tiempo del debido.

2.8. Jóvenes con mayor consumo a redes sociales

El acceso a las redes sociales es un hábito para gran parte de la población, pero los jóvenes lo perciben como una parte más de la vida, en España, el 97,4% de los jóvenes de entre 18 y 25 años tiene un perfil público en al menos una red social, y más de la mitad de las personas se comunica con ellos una media de al menos 10 horas a la semana. En Guatemala, al igual que en muchos lugares del mundo, el acceso a las redes sociales se ha convertido en una parte integral de la vida diaria para gran parte de la población. Según datos generales, la penetración de Internet ha ido en aumento en el país, llegando alrededor del 50% y se espera que muchos guatemaltecos, especialmente jóvenes, utilicen activamente las redes sociales para diversos fines, desde la comunicación hasta la expresión personal.

La utilización frecuente de plataformas sociales para la comunicación, compartiendo información y expresando opiniones refleja patrones similares a nivel internacional. Sin embargo, la cantidad exacta de tiempo dedicada y la prevalencia de perfiles públicos pueden variar según factores socioeconómicos, culturales y demográficos específicos de Guatemala.

En un trabajo que analiza el impacto de las redes sociales en el consumo de la industria textil por parte de los jóvenes, el 56,4% de los encuestados admitió sentirse influenciado por

la información que recibe a través de estos canales sociales en Internet. (Barón Pulido y otros, 2021, pág. 33)

La importancia de las redes sociales como medio de comunicación con los consumidores ha crecido enormemente en los últimos años y es esencial para llegar a la demografía más joven para crear una conexión emocional entre los usuarios y una marca. Para los jóvenes, las redes sociales son una de las vías para encontrar nuevos productos.

2.8.1. Uso de redes sociales jóvenes adultos

El adulto joven es aquella persona comprendida entre los 20 y 40 años, la cual por lo general está en el punto más alto de la salud, fuerza, energía y resistencia. Así mismo, se encuentra en el máximo de su funcionamiento sensorial y motor, tienen más energía que cualquier otra persona. Dentro del desarrollo cognoscitivo del adulto joven, los autores mencionan que el sentido común diferencia la manera de pensar de estas personas a la de un niño o un adolescente; esto es debido a que los adultos jóvenes mantienen diferentes tipos de conversaciones, comprenden situaciones más complicadas y utilizan su experiencia para resolver problemas prácticos. (González, 2000, pág. 25).

El pensamiento en esta etapa se le denomina pensamiento pos formal, al parecer es modificable, y se adaptativo a las ideas nuevas, además de ser individual; este se basa en la intuición, de la lógica y la emoción, las cuales ayudan a la persona a enfrentarse al mundo que en la vorágine de acontecimientos.

Así mismo, se caracteriza por tener la capacidad para manejar de manera adecuada lo incierto, que no es consistente, o bien se contradice, carece de perfección y genera compromiso, esa es una muy peculiar característica del adulto joven.

En cuanto al desarrollo moral, los adultos jóvenes aumentan el juicio moral según se da la liberación del egocentrismo y se vuelven capaces de pensamiento abstracto. Así mismo, este se estimula en consecuencia de dos experiencias, las cuales son encontrar valores en conflictos fuera del hogar y ser responsable del bienestar de otros, que los hace pensar de una manera muy diferente.

Es importante mencionar que es la experiencia la que los lleva a repensar los criterios sobre lo justo y adecuado.

Por otra parte, en la etapa adulta temprana suceden grandes cambios en las relaciones personales, los cuales se dan conforme las personas se establecen, renegocian o consolidan vínculos que se basan en la amistad, el amor o la sexualidad. (González, 2000, pág. 6)

2.9. Pedagogía en redes sociales digitales

La pedagogía en redes sociales se refiere al enfoque educativo que aprovecha las plataformas de redes sociales para facilitar la enseñanza y el aprendizaje, las redes sociales se utilizan como herramientas pedagógicas que van más allá de la simple comunicación y el intercambio de información. Los educadores pueden crear entornos virtuales dinámicos que fomentan la participación de los estudiantes, la colaboración y el acceso a recursos educativos diversificados, se centra en la construcción de comunidades de aprendizaje en línea. Estos entornos permiten que los estudiantes se conecten entre sí y con los profesores, compartan ideas, realicen discusiones y colaboren en proyectos. La interactividad inherente a las redes sociales facilita la creación de un espacio educativo más participativo y dinámico. (Islas Torres & Carranza Alcántar, 2011, pág. 5)

Se puede aprovechar el poder de la multimedia y el contenido visual para enriquecer la experiencia educativa, compartir videos educativos, infografías, imágenes y otros recursos visuales para explicar conceptos de manera más efectiva. Esto no solo hace que el aprendizaje sea más atractivo, sino que también atiende a diferentes estilos de aprendizaje, en tercer lugar, la pedagogía en redes sociales enfatiza el desarrollo de habilidades digitales y la alfabetización mediática. Los estudiantes aprenden a discernir información, evaluar fuentes, y construir una identidad digital responsable. Este enfoque prepara a los estudiantes para participar de manera crítica y ética en el mundo digital en constante cambio. (Andrada, 2020, pág. 4)

Es importante abordar los desafíos éticos y de seguridad asociados con el uso de redes sociales en entornos educativos. Los educadores deben educar a los estudiantes sobre la privacidad en línea, el comportamiento digital responsable y la prevención del acoso cibernético. La pedagogía en redes sociales requiere un equilibrio cuidadoso para aprovechar los beneficios educativos sin comprometer la seguridad y el bienestar de los estudiantes, representa un cambio significativo en la forma en que se concibe la enseñanza y el aprendizaje. Al aprovechar el potencial interactivo y multimedia de las redes sociales, los educadores pueden crear experiencias educativas más participativas, relevantes y adaptadas a las necesidades de los estudiantes en el mundo digital.

Se concluye con este recorrido el marco teórico de esta investigación donde se ha explicado qué son las redes sociales y qué tipo de plataformas son. Siendo específicos en Facebook, X e Instagram y se ha adentrado en los efectos positivos y negativos que casan en las personas en la vida diaria y en el entorno educativo. Temas importantes por tratar, puesto que en la vida real las campañas publicitarias (teniendo en cuenta que la finalidad de los estudiantes de esta carrera es estar involucrados en procesos publicitarios a nivel profesional al finalizar sus estudios) se ejecutan en estas plataformas.

2.10. Uso de las redes sociales en entornos educativos

El uso de las redes sociales en entornos educativos ha emergido como una herramienta valiosa para enriquecer la experiencia de aprendizaje, facilitan la comunicación entre profesores y estudiantes, permitiendo discusiones interactivas y la colaboración en proyectos educativos, estas plataformas sirven como canales para compartir recursos educativos, noticias relevantes y oportunidades de aprendizaje, ampliando así el acceso a información diversa y actualizada, se debe evitar desafíos como problemas de privacidad, distracciones y el riesgo de cyberbullying. Es esencial establecer políticas claras, educar sobre la responsabilidad digital y garantizar un uso equitativo que no amplíe las brechas digitales entre los estudiantes. (Andrada, 2020, pág. 4)

Cuando se emplean de manera cuidadosa, las redes sociales pueden potenciar la educación al fomentar la interacción, el intercambio de conocimientos y el acceso a recursos

educativos. Puede tener tanto beneficios como desafíos.

Los beneficios como la interacción y colaboración pueden facilitar la interacción y la colaboración entre estudiantes y profesores, plataformas como X, Facebook o incluso plataformas diseñadas específicamente para entornos educativos pueden fomentar la discusión y el intercambio de ideas, tener acceso a recursos educativos, enlaces, artículos y otros materiales relevantes. Esto puede ampliar el acceso a información valiosa y diversificar las fuentes de aprendizaje, en un entorno educativo puede ayudar a los estudiantes a desarrollar habilidades digitales importantes, como la alfabetización mediática, la comunicación en línea y la gestión de la identidad digital. (Venegas Loor y otros, 2019, pág. 260)

Aprendizaje informal, las redes sociales ofrecen oportunidades para el aprendizaje informal, los estudiantes pueden aprender de manera más relajada y autodirigida a través de la exploración de contenido en línea y la participación en discusiones informales.

Aunque también puede plantear preocupaciones sobre la privacidad y la seguridad de los estudiantes, es crucial establecer políticas claras y educar a los estudiantes sobre cómo proteger su información personal en línea, pueden convertirse en distracciones si no se utilizan adecuadamente, es posible perder el enfoque en las tareas académicas si están constantemente conectados a sus perfiles sociales, en ocasiones puede generar cyberbullying o acoso cibernético o el bullying. Es importante implementar políticas y medidas preventivas para abordar este problema, aunado a que no todos los estudiantes tienen igual acceso a la tecnología y a las redes sociales. La brecha digital puede resultar en desigualdades en el acceso a recursos educativos y oportunidades de aprendizaje. (Venegas Loor y otros, 2019, pág. 260)

El uso de las redes sociales en entornos educativos puede ser beneficioso si se implementa de manera cuidadosa y se abordan los desafíos asociados. Es esencial establecer directrices claras, promover la responsabilidad digital y garantizar un entorno seguro y equitativo para los estudiantes.

2.11.Redes Sociales y el impacto en los jóvenes

Las redes sociales se definen como “tipos de interacción social que permiten a las personas conectarse con amigos e incluso hacer nuevos; en estas redes sociales se pueden formar relaciones personales o profesionales, así como información que se comparte, interacciones y comunidades o grupos de intereses similares” Las más utilizadas son Facebook y X; que han crecido en usuarios de forma significativa en los últimos años, ya que cada vez más usuarios desean hacer uso de estas. (Sandoval Parra y otros, 2015, pág. 56)

El ser humano se ha relacionado de forma permanente con sus iguales en grupos, por ejemplo, la familia, que es el primero con el que interactúa, luego la escuela, el trabajo, otras de ocio y entretenimiento, una red social hace que las personas se interconecten, interactúen y se relacionen entre ellos según sus intereses afines. El análisis de las redes ha trascendido en la actualidad, para ser tomado en cuenta como un área de estudio en ciencias sociales como Antropología o Sociología, más cuando el internet y la tecnología benefician el desarrollo y ampliación estos.

Las redes sociales en Internet son aplicaciones web que facilitan las conexiones entre individuos, estas personas pueden reunirse con anticipación a través de Internet, conectarse por Internet puede conducir a conocidos directos e incluso a nuevos amantes. El concepto está en constante cambio, para estar actualizado, los sitios de internet permiten la formación de conjuntos, en torno a los intereses de los miembros, se comparten imágenes, audios documentos, vídeos e información en general.

En la actualidad Facebook, cuenta con más de 1300 millones de usuarios, que intercambian mensajes y archivos informáticos, hacen de esta la red social más popular Jasso (2017, pág. 61).

Se encuentran redes sociales para casi cualquier interés, por ejemplo, LinkedIn, crea nexos entre profesionales, estudiosos y parte del campo laboral, en las redes, todos los usuarios invierten gran parte de su tiempo en vigilar lo que pasa. las causas que los motivan son diversas

y deben ser motivo de análisis, también las consecuencias que estas interacciones generan para conocer como se ha modificado las comunicaciones.

No busca comportamientos y hechos sobre el ataque a dichas redes; tampoco trata de convencer a nadie para que sea miembro de una red social o para que siga siendo miembro de una red social, sino que lo que intenta es reconocer quiénes son realmente y usarlos adecuadamente. crítica neutral porque se puede dar esta afirmación.

Es importante mencionar que la comunicación entre los jóvenes es un factor que valoran mucho, ya que requiere un contacto constante con otras personas, el intercambio de opiniones, puntos de vista, impresiones, experiencias, etc.

La facilidad de la tecnología para acortar distancias ha convertido a las redes sociales en el atractivo de la Internet actual, otra característica de las redes es su uso en los medios de comunicación, varias redes conocidas se mencionan en los programas, ya sea de entretenimiento, noticias o comerciales, además es posible enterarse de lo que está pasando en las series favoritas o enterarse de las últimas actividades de los artistas favoritos puede ser otro factor que lleve al aumento del número de usuarios de las redes sociales, en lo que por supuesto influyen todos los medios.

Las redes sociales han influido de manera significativa en la vida de los jóvenes, abarcando diversos aspectos que van más allá de la simple conectividad social. En términos positivos, estas plataformas les ofrecen la oportunidad de mantenerse en contacto con amigos, familiares y compañeros de todo el mundo. No obstante, esta conexión constante también puede conducir a una dependencia excesiva de las interacciones en línea, desplazando las relaciones cara a cara. (Tecnología e informática, 2019, pág. 11)

Uno de los impactos más evidentes es el relacionado con la autoimagen. La exposición constante a imágenes e información idealizada en las redes sociales puede afectar la percepción de sí mismos, llevando a problemas de autoestima y ansiedad. La comparación constante con los demás, así como la búsqueda de validación a través de "me gusta" y comentarios, puede

tener repercusiones significativas en la salud mental de los jóvenes.

Además, las redes sociales también han dado lugar a fenómenos como la presión social y el bullying en línea. La necesidad de ajustarse a determinados estándares de belleza o comportamiento puede generar ansiedad, y el ciberacoso puede tener consecuencias graves para la salud emocional de los jóvenes. (Gómez, 2013, pág. 6)

En cuanto al consumo de información, las redes sociales son una fuente primordial de noticias e información para muchos jóvenes. Sin embargo, la facilidad con la que se difunde información falsa o sesgada puede distorsionar su percepción del mundo y afectar la toma de decisiones informada.

La adicción y la distracción son también preocupaciones válidas. El uso excesivo de las redes sociales puede convertirse en una adicción, afectando el rendimiento académico y la productividad. La constante verificación de notificaciones y la necesidad de estar siempre conectado pueden interferir con actividades importantes, como el estudio y el tiempo personal. (Morales, 2021, pág. 3)

Además, la falta de conciencia sobre la privacidad en línea puede exponer a los jóvenes a riesgos relacionados con la seguridad, como el robo de identidad o el acoso en línea. La información compartida en las redes sociales puede permanecer en línea de manera permanente, lo que plantea preocupaciones sobre la privacidad a largo plazo. (Morales, 2021, pág. 3)

Mientras que las redes sociales ofrecen oportunidades para la conexión y el intercambio de información, también presentan desafíos significativos para la salud mental, la autoimagen y la privacidad de los jóvenes. Es esencial que tanto los jóvenes como sus padres estén conscientes de estos impactos y trabajen juntos para fomentar un uso saludable y equilibrado de las redes sociales.

2.12. Mal uso de redes sociales en jóvenes

Existen sucesos importantes que han tenido los jóvenes en el uso de la red social, que

están enlistados, relacionados con el uso de la cuenta, y lo que ello relacionado, imágenes, fotos, y privacidad, se desarrolla el relato relacionado a lo que se ha denominado el mal uso de la red social, en este caso Facebook, en uno de los casos, una chica de Holanda, que decidió hacer una fiesta por su cumpleaños, a la que quería invitar a sus amigos, por accidente la invitación llegó a unos 25,000 usuarios, lo que generó que su pueblo estuviera en alerta, pues en este únicamente 18,000 habitantes. Se decidió prohibir la venta de licor en la estación ferrocarrilera, otros comercios cerraron sus puertas y lo más extremo fue el remover el nombre de las calles aledañas a la casa de la chica, con la esperanza que los invitados no pudieran encontrar la dirección del lugar de la fiesta. (Jasso Medrano y otros, 2017, pág. 24)

En otro contexto, en Alemania, se dio el caso de una mujer, que organizó una celebración y por error invitó a sus todos los contactos de Facebook, de los que recibió respuesta de 14,000 usuarios de los que asistieron 1,500 a su fiesta, como resultado se generaron disturbios, se detuvieron a 6 personas, además de la conmoción en la comunidad aledaña, sin duda generó una lección de aprendizaje a la persona generadora. (García del Castillo, 2013, pág. 12)

Estos casos son un nuevo despertar a la necesidad de asumir la responsabilidad de administrar una red social tan vasta, ya que se ha evidenciado que puede dañar a las personas si no se usa de manera consciente y cuidadosa.

Otro tema que te hace pensar cada vez más en las deficiencias de Facebook es el factor de amenazas, el problema ha llevado a muchos individuos prácticamente a amenazar a otro diciéndole que publicarán algo personal o algo así, la amenaza se refleja en el siguiente incidente que involucra a tres jóvenes en Quebec, Canadá, fueron noticia al ser arrestados por presuntamente amenazar con matar al personal y a los estudiantes de las escuelas a las que asistían utilizando las redes sociales antes mencionadas. En Guatemala, aunque la situación específica descrita se refiere a un incidente en Quebec, Canadá, es relevante examinar cómo las deficiencias y amenazas en las plataformas de redes sociales, como Facebook, pueden tener implicaciones globales y, potencialmente, afectar a diversas comunidades, incluida la guatemalteca. La influencia de las redes sociales en Guatemala ha

crecido significativamente en los últimos años, y su impacto se extiende a través de varios aspectos de la sociedad, incluyendo la comunicación, la información y, en algunos casos, los desafíos relacionados con la seguridad en línea.

El problema de amenazas y extorsiones a través de las redes sociales no es ajeno a muchos países, y Guatemala no es una excepción. La conectividad digital ha permitido que los incidentes de amenazas se perpetúen a través de plataformas en línea, afectando la seguridad y el bienestar de los ciudadanos. La situación destaca la necesidad de abordar no solo las deficiencias en las plataformas de redes sociales, sino también la importancia de promover la conciencia y la educación sobre el uso responsable de estas tecnologías. En un contexto guatemalteco, donde la infraestructura digital ha avanzado, es crucial implementar medidas adecuadas para mitigar los riesgos asociados con el mal uso de las redes sociales, protegiendo así la integridad y seguridad de la comunidad en línea.

La edad de los chicos era de 14 y 15 años armaron un plan, en Facebook, si bien no se hallaron armas en sus *lockers*, si se logró reunir información para que enfrenten hasta dos años de prisión por el cargo de “Conspiración para cometer un crimen” o lo que se llama “Tentativa de homicidio.” Otro aspecto para gestionar adecuadamente las redes sociales es, por supuesto, controlar lo que se posee y lo que no; los usuarios, especialmente los jóvenes, suelen tener muchos “amigos” en sus redes sociales, y estas cifras se vuelven alarmantes cuando se analizan. Un incidente relacionado al respecto se publicó en el diario mexicano El Informador, que afirmaba en un artículo que alrededor del 33% de los jóvenes estadounidenses no conocen a sus amigos en Facebook, o al menos no los conocen en absoluto.

En Huehuetenango, en 2017 un estudiante de secundaria fue expulsada de un colegio luego de que publicó en Facebook una fotografía de un arma de fuego y municiones en una mochila con cuadernos, con el mensaje “todo listo”, la coordinadora del área de Psicología de la clínica de Atención Integral del Hospital Regional de Huehuetenango, señaló que algunas personas no pueden concentrarse en lo laboral y educativo por el uso inadecuado de las redes sociales, lo más peligroso es que por el uso indebido se expone la vida al caer en

engaños o ser víctima de trata, algunos internautas son influenciados negativamente, en algunos casos se publican imágenes con intención de una broma, pero sus consecuencias sociales y emocionales son graves. (Prensa Libre, 2017, pág. 25)

La Procuraduría de los Derechos Humanos, afirmó que la falta de cuidado de padres de familia ha expuesto la integridad de niños y adolescentes, pues muchos menores fingen tener más edad para abrir un perfil, Echeburúa (2010) menciona que una gran proporción de jóvenes comparten datos personales con los desconocidos, en modo público, a esto se suma que estos mismos usuarios tiene un perfil en otras redes, como X o Instagram, un hecho muy extraño, es que jóvenes abandona Facebook porque esta red se está llenando de perfiles de adultos, incluidos sus padres. (2010, pág. 44).

Esto da como resultado una reducción del tráfico en la red social, lo que genera una pérdida de ingresos para los anunciantes y los creadores de contenido, la razón, es la que muchos padres han anunciado: Facebook está volviendo a los jóvenes antisociales, en un estudio se demostró que el uso excesivo de esta red u otras redes puede provocar trastornos psicológicos y actitudes narcisistas o antisociales en los jóvenes. (Echeburúa, 2010, pág. 44).

El comportamiento maníaco (agresivo) también se puede observar en casos individuales entre los jóvenes que son muy activos en las redes sociales. El estudio también concluyó que los adolescentes que usaban demasiada tecnología a diario (redes sociales, videojuegos) eran más propensos a tener dolores de estómago, problemas para dormir, ansiedad o insomnio; Además, se encontró que los estudiantes que usaron Facebook durante el período de estudio (15 minutos) tuvieron calificaciones más bajas y los estudiantes que abrieron Facebook en sus computadoras tuvieron niveles más bajos de atención. (Romero Vela, 2013, pág. 44)

El mal uso de las redes sociales entre los jóvenes puede tener repercusiones significativas en varios aspectos de sus vidas, planteando desafíos tanto a nivel emocional como social. Uno de los problemas más graves es el ciberacoso, donde los jóvenes pueden ser víctimas de intimidación, insultos o difamación en línea. Este tipo de comportamiento

puede tener un impacto devastador en la salud mental y emocional de los afectados, contribuyendo a la ansiedad y la depresión. (Sebastián, 2017, pág. 45)

Además, la adicción a las redes sociales es una preocupación creciente. La constante necesidad de revisar notificaciones, publicar actualizaciones y mantenerse al día puede conducir a una dependencia perjudicial. Esta adicción puede interferir significativamente con las responsabilidades diarias, como el rendimiento académico y las actividades extracurriculares, afectando negativamente el equilibrio entre la vida en línea y fuera de línea.

La comparación constante es otra área problemática. Las redes sociales suelen exponer a los jóvenes a las vidas "idealizadas" de otros, creando un terreno fértil para la comparación y la competencia. Esto puede generar sentimientos de insatisfacción, baja autoestima e incluso depresión, ya que los jóvenes sienten que no están cumpliendo con ciertos estándares poco realistas. (Sevilla, 2017, pág. 14)

Asimismo, la desinformación en las redes sociales puede ser perjudicial. Dado que muchos jóvenes confían en estas plataformas como su principal fuente de noticias e información, están expuestos a la posibilidad de malentendidos y sesgos, lo que puede afectar sus opiniones y percepciones sobre el mundo.

La falta de privacidad es una preocupación constante. Compartir información personal en exceso puede exponer a los jóvenes a riesgos como el robo de identidad y la utilización indebida de su información. Establecer límites y comprender la importancia de la privacidad en línea son aspectos esenciales para abordar este problema.

Finalmente, el mal uso de las redes sociales puede tener un impacto negativo en la productividad. La distracción constante que proviene de la participación excesiva en plataformas sociales puede afectar la capacidad de los jóvenes para concentrarse en tareas académicas o laborales importantes, lo que puede repercutir en su desarrollo y desempeño. (Sebastián, 2017, pág. 12)

Para abordar estos problemas, es crucial que tanto los jóvenes como sus tutores estén conscientes de los riesgos asociados con el uso inapropiado de las redes sociales. Fomentar un uso consciente, establecer límites saludables y educar sobre la importancia de la privacidad y la empatía en línea son pasos fundamentales para mitigar los efectos negativos del mal uso de estas plataformas.

Marco metodológico

3.1. Método

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó un enfoque mixto con método deductivo e inductivo por que se utilizaron métodos deductivos como la búsqueda de información general, para una adaptación de enfoque particular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación e inductivo por medio de las encuestas y entrevistas realizadas a una población determinada como es los estudiantes de primer semestre de publicidad profesional curso publicidad I y profesionales de Escuela de Ciencias de la comunicación.

3.2. Tipo de investigación

Por el alcance que tiene es una investigación de tipo descriptiva. En relación con el enfoque es una investigación cualitativa, toda vez que, para la comprensión y descripción del fenómeno se utilizan datos cualitativos, sin embargo, se utilizan datos cuantitativos mediante tablas de frecuencia, porcentajes, proporciones para complementar la investigación. Es importante aclarar, que la investigación es con preponderancia en el enfoque cualitativo.

3.3. Objetivos

3.3.1. Objetivo general

Describir el uso de las redes sociales Facebook, Instagram y X en la formación académica de los estudiantes de primer ingreso de la Escuela de Ciencias de Comunicación.

3.3.2. Objetivos específicos

- Explicar las características de Facebook, Instagram y X y las fortalezas o debilidades que tienen para los entornos académicos.
- Describir la percepción del estudiante en relación con la utilidad de Facebook, Instagram y X para su formación académica.

- Identificar el uso de redes sociales digitales por parte de los docentes del primer semestre de la ECC para los entornos educativos.
- Establecer ejes estratégicos para optimizar el uso de Facebook, Instagram y X para entornos académicos del estudiante.

3.4. Técnica

- Revisión documental
- Encuesta
- Entrevista

3.5. Instrumento

- Cuestionario
- Guía de entrevistas

3.6. Población y muestra

3.6.1. Población

La población de interés son todos los estudiantes del primer semestre de publicidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en la jornada vespertina, nocturna y Plan de Autoformación a Distancia (PAD). Adicional, de tener la característica en común de ser estudiantes del primer semestre de publicidad en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, los estudiantes son usuarios de redes sociales digitales y comparten un entorno educativo virtual en el momento del trabajo de campo para la investigación, lo anterior debido a la situación política de la Universidad de San Carlos de Guatemala y a la pandemia por COVID-19 entre 2020 y 2023.

3.6.2. Muestra

Debido a que el enfoque del estudio es mixto, con un diseño concurrente, en el que la información cuantitativa y cualitativa se recolecta en forma simultánea, así como, por factores asociados como al cierre de la Universidad de San Carlos entre en el 2020 y 2023, se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, en el que la muestra se conformó

por 113 estudiantes del primer semestre de publicidad a quienes se tuvo acceso para que respondieran el formulario de Google. Por ser una estrategia de muestreo no probabilística, no se pretende la representatividad de los datos obtenidos, sino explorar y describir información de los casos en la muestra que forman parte de la población de interés. También, es importante mencionar que se realizaron entrevistas a 3 expertos en la comunicación digital, redes sociales digitales y entornos educativos.

3.7. Procedimiento

La investigación utiliza un enfoque mixto, con preponderancia en el enfoque cualitativo. Es cuantitativo en relación con la presentación de los resultados mediante el uso de la estadística descriptiva, que principalmente utiliza tablas de frecuencia, porcentajes y gráficos de barras o circulares para la descripción de información. El tipo de variables o categorías fueron de tipo nominal. En relación con el enfoque cualitativo, el diseño es fenomenológico debido a que se pretende la comprensión del fenómeno de estudio mediante las experiencias comunes en el uso de redes sociales digitales y su influencia en entornos educativos y la formación académica de los estudiantes.

Por lo anterior, en el proceso de investigación implicó la delimitación del tema, así como, verificar su importancia para el gremio de la comunicación y la educación, lo cual se resume en que las redes sociales digitales, se utilizan principalmente para entretenimiento y fines informativos, aunque por las herramientas, el algoritmo y los públicos objetivos que las utilizan es posible que estas influyan para la formación académica.

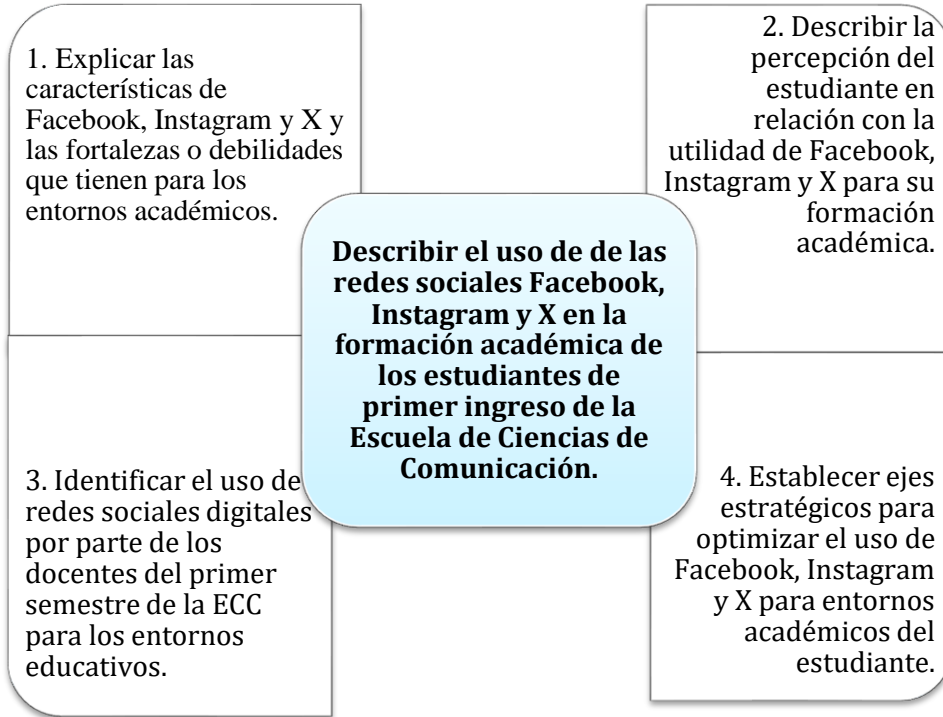
Además, se estructuró un marco teórico, que permitió identificar variables o categorías de interés para la obtención de datos e información cuantitativa y cualitativa. En este sentido, se resalta que fue importante reconocer las características, ventajas y desventaja de las redes sociales para describir la influencia en el entorno académico de los estudiantes. El procesamiento de los datos cuantitativos se realizó en el paquete estadístico SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences) para la expresión de los resultados utilizando estadística descriptiva (frecuencias, porcentajes y gráficos). En relación con las entrevistas se utilizó una matriz para relacionar las respuestas de los expertos y su análisis respectivo.

Análisis y descripción de resultados

A continuación, se presentan los objetivos de la investigación, debido a que la presentación de resultados se realiza con base a cada uno de ellos.

Figura 2

Objetivos de la investigación



Nota. Elaboración propia, 2023.

4.1. Presentación de resultados por objetivos

4.1.1. Características de Facebook, Instagram y X y las fortalezas o debilidades que tienen para los entornos académicos

A continuación se presentan las características y las fortalezas y debilidades que tienen las redes sociales digitales como Facebook, Instagram y X para la educación, específicamente en el nivel superior.

Tabla 2

Facebook para entorno educativo

Características	Ventajas	Desventajas
Dirigido a un público objetivo de entre los 25 a 50 años.	Crear reuniones Grupos de estudio Buscador de algoritmos	No es una plataforma educativa
Es la red social más grande.	Información sobre productos y servicios educativos en beneficio del aprendizaje.	Publicidad de todo tipo de marcas presente
Es la red social con la que los Millennials normalmente interactúan. En la actualidad los pertenecientes a dicha generación son los que ya ocupan puestos de alto mando en las organizaciones y tienen más poder adquisitivo.	Presencia de profesionales de distintas materias generando contenido académico respaldado.	Presencia de creadores de contenido emitiendo opiniones sin ser expertos en materias determinadas
Es una plataforma donde se puede difundir contenido visual y audiovisual.	Facilidad para compartir documentos de en formato de hojas de cálculo y de escritura; videos, audios, etc.	

Dentro del entorno educativo, Facebook ha sido muy funcional para difundir contenido dentro de los estudiantes cuando no existían las plataformas educativas adecuadas para ello. Más adelante en el trabajo se presenta una hoja de datos detallada sobre las funcionalidades de Facebook (posterior a la información recopilada en entrevistas con profesionales de Las Ciencias de la Comunicación).

Tabla 3

Instagram para entorno educativo

Características	Ventajas	Desventajas
Es una red social que se caracteriza por su alto contenido visual en imágenes y su capacidad de expresión en	Crear reuniones Grupos de estudio Buscador de algoritmos	No es una plataforma educativa

este ámbito. A su vez, se pueden compartir videos y formar comunidades.		
Es una plataforma donde las personas reúnen seguidores y siguen cuentas de personas, lugares o cosas que son de su interés.	Información sobre productos y servicios educativos en beneficio del aprendizaje.	Publicidad de todo tipo de marcas presente
La cantidad de usuarios que son seguidores de una determinada cuenta de esta red social es un parámetro de relevancia que es muy importante en esta comunidad digital.	Las personas pueden buscar de manera orgánica cuentas que puedan enriquecer el flujo de contenido al que son expuestos en el Feed.	Debido al alto interés de recaudación de seguidores por parte de las cuentas, el contenido que se difunde tiende a ser genérico y repetitivo.

Instagram es una plataforma donde productos y servicios educativos influyentes, como: oferta académica, instituciones que imparten cursos libres o profesionales independientes están presentes y comparten contenido educativo corto que ayuda al estudiante; pero este es de manera general o breve; que normalmente actúa como Engement hacia las personas. También existe el riesgo de distraerse con contenido no avalado por profesionales y/o contenido distractor. (Posterior a la información recopilada en entrevistas con profesionales de Las Ciencias de la Comunicación).

Tabla 4

X para entorno educativo

Características	Ventajas	Desventajas
La generación de temas de conversación y la creación de “hilos” sobre estos temas que llevan a formar y a reunir criterios sobre temáticas abiertas.	La creación de tendencias, “hilos” y generación de opiniones que llevan a formar criterios sobre temáticas abiertas.	Hay presencia de opinioines muy diversas y de muchas posturas que no llevan a formar una tendencia clara sobre las disyuntivas.
Infomación instantánea en tiempo real.	Cualquier profesional o medio de comunicación puede generar información de	Cualquier persona que no sea experta en temas educativos o

	manera pronta y sintetizada, debido al formato de tuit que es fácil de crear. No es indispensable hacer ediciones extensas para comunicar.	de comunicación puede compartir todo tipo de información que puede llegar a ser no válida.
Seguir temas de manera precisa	Gracias al hashtag generador se puede rastrear temas de interés para el usuario, como contenido educativo, foros o profesionales y sus opiniones sobre temás académicos.	La gran cantidad de hashtag existentes en la comunidad puede ser una barrera también para recluir información debido que es posible que lleguen a ser ambiguos.

X es una plataforma donde se puede generar información de manera instantánea y se puede compartir dicho contenido y crear hilos que son generadores de opinión e información a cerca de temas de importancia. Sin embargo, también se corre el riesgo, como en toda red social, de la aparición de contenido no validado. Además de no ser una plataforma académica, también es una red social que ya no es tan popular entre los estudiantes. (Posterior a la información recopilada en entrevistas con profesionales de Las Ciencias de la Comunicación).

4.1.2. Percepción del estudiante en relación con la utilidad de Facebook, Instagram y X para su formación académica.

Los resultados obtenidos mediante las encuestas se muestran en forma de gráficas y se explica sobre la pregunta y las respuestas obtenidas para la realización de esta investigación.

Se presentan los resultados que abarcó los siguientes temas:

- ✓ Accesibilidad a redes sociales
- ✓ Hábitos relacionados con las redes sociales y la vida académica
- ✓ Redes sociales como apoyo para obtener información para satisfacer necesidades estudiantiles
- ✓ Redes sociales y su participación en las asignaturas académicas
- ✓ Redes sociales el impacto en el sentir y vivir diario

4.2. Utilidad de las redes sociales en la educación, desde el punto de vista de los estudiantes.

Es importante mencionar que el cuestionario se dirigió mediante la herramienta Google Forms y se obtuvo la respuesta de 113 personas. A continuación, se presentan cada una de ellas representadas en tablas y figuras para mostrar un análisis.

Tabla 5

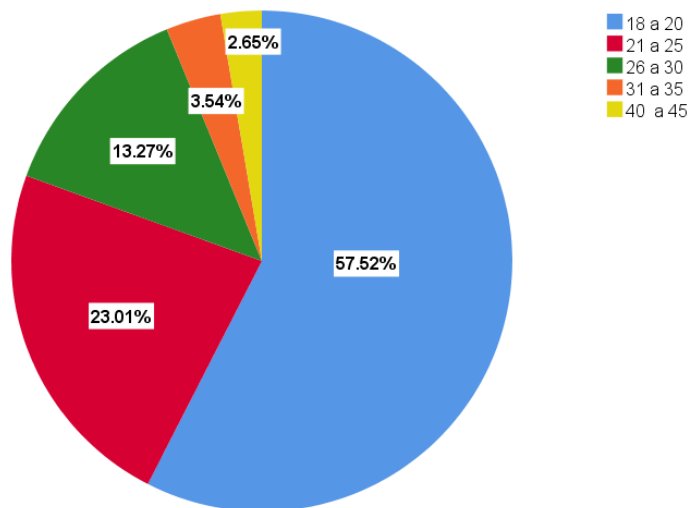
Rangos de edad de los estudiantes encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 a 20	65	57.5	57.5	57.5
	21 a 25	26	23.0	23.0	80.5
	26 a 30	15	13.3	13.3	93.8
	31 a 35	4	3.5	3.5	97.3
	41 a 45	3	2.7	2.7	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

Nota. Muestra=113 estudiantes. No se registró ningún dato en el rango 36 a 40 años. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Figura 3

Rangos de edad de los estudiantes encuestados



Nota. Muestra=113 estudiantes. No se registró ningún dato en el rango 36 a 40 años. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

La mayor parte de los estudiantes están comprendidos entre los 18 a 20 años, conformando el 57.5%; seguido de estudiantes menores de 30 años, representando el 23.1%.

Tabla 6

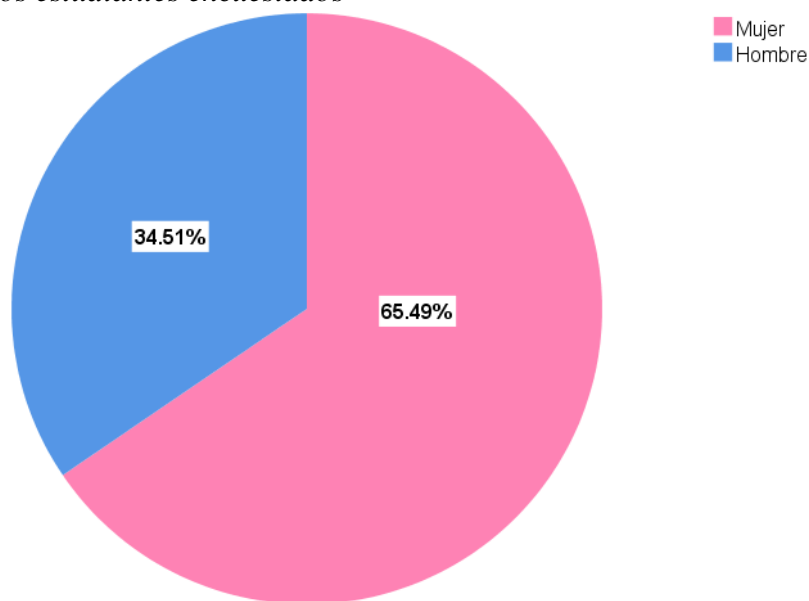
Género de los estudiantes encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mujer	74	65.5	65.5
	Hombre	39	34.5	100.0
	Total	113	100.0	100.0

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Figura 4

Genero de los estudiantes encuestados



Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

El género femenino es el que predomina en los estudiantes encuestados con un 65.5%, mientras que el género masculino es n 34.51%. Es importante mencionar que el Formulario de Google fue respondido por hombres y mujeres estudiantes de cursos como Publicidad 1,

Tabla 7

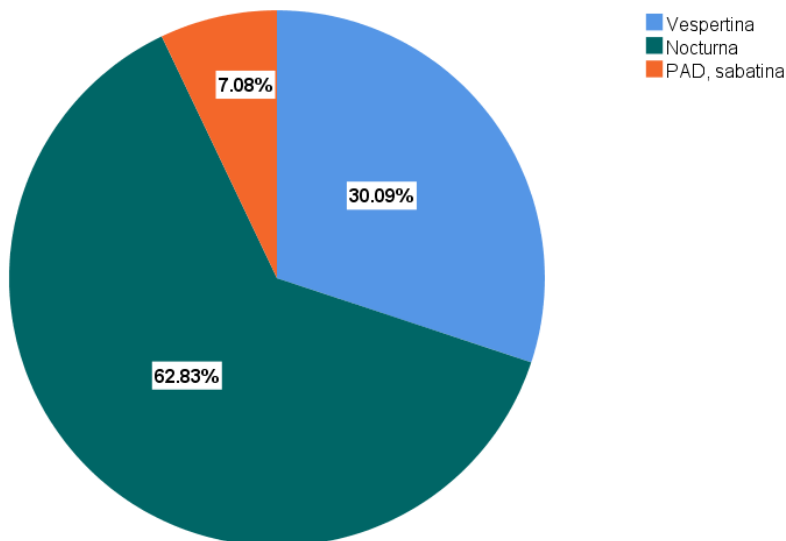
Jornada de los estudiantes encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Vespertina	34	30.1	30.1	30.1
	Nocturna	71	62.8	62.8	92.9
	PAD, sabatina	8	7.1	7.1	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Figura 5

Jornada de los estudiantes encuestados

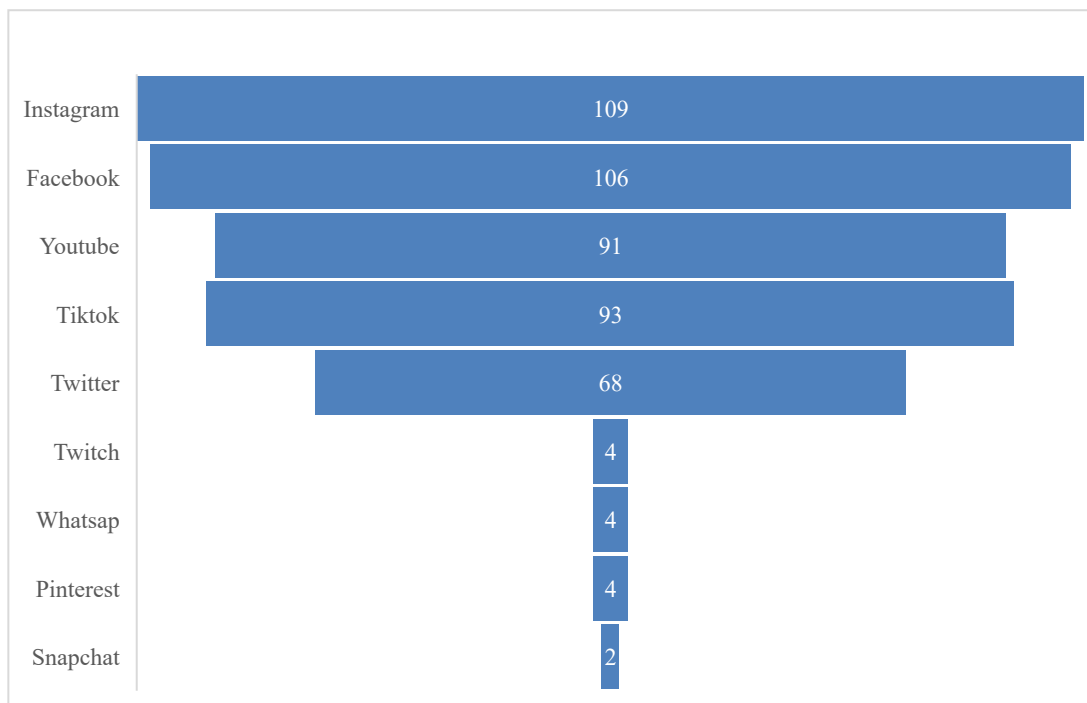


Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

El 30.09% de los encuestados corresponde a la jornada vespertina, el 62.8% a la jornada nocturna y el 7.08% al Plan Autoformación a Distancia PAD. Es importante mencionar que por factores asociados como al cierre de la Universidad de San Carlos entre en el 2020 y 2023, se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, en el que la muestra se conformó por 113 estudiantes del primer semestre de publicidad a quienes se tuvo acceso para que respondieran el formulario de Google.

Figura 6

Redes sociales digitales en las que tiene una cuenta o usuario



Nota. Se muestra las redes sociales digitales en la que los estudiantes encuestados tienen una cuenta o usuario. Información obtenida en el trabajo de campo (2023). Los estudiantes tuvieron la oportunidad de seleccionar una o más opciones de respuestas.

Instagram (109 estudiantes) y Facebook (106 estudiantes) son las redes sociales digitales en la que la mayoría de los estudiantes encuestados tienen una cuenta. Facebook, es preferida por las personas en el rango de edad de 25 a 50 años; sin embargo, en este público predomina la generación Z. Es importante mencionar que Facebook según el (PNUD, 2018, pág. 1) en Guatemala registra a 8.45 millones de usuarios. Es importante destacar que, entre otras redes sociales con un número considerable de usuarios son YouTube (91 estudiantes), TikTok (93) y X (68).

Además, algunos estudiantes indicaron la red social WhatsApp, esta es la aplicación de mensajería más utilizada por las personas, sin embargo, esta plataforma no era una de las tomadas en cuenta para este estudio, por ello no se hace hincapié en que la mayoría de los estudiantes cuenta con ella. Por otro lado, X, está en la quinta posición. Algunos estudiantes marcaron como preferencias, combinaciones de redes sociales, entre ellas: Pinterest, WhatsApp, Twitch y Snapchat. Esto se debe a que los jóvenes que son quienes predominan el estudio tal como se evidencia en la tabla 5 revisan y están al tanto de la mayoría de las redes sociales digitales.

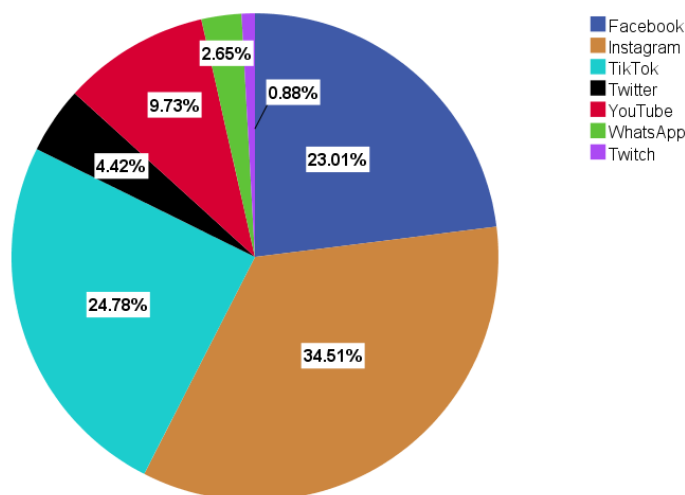
Tabla 8
Red social digital que más utiliza

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Facebook	26	23.0	23.0	23.0
	Instagram	39	34.5	34.5	57.5
	TikTok	28	24.8	24.8	82.3
	X	5	4.4	4.4	86.7
	YouTube	11	9.7	9.7	96.5
	WhatsApp	3	2.7	2.7	99.1
	Twitch	1	.9	.9	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Figura 7

Red social digital que más utiliza



Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Instagram es la red social más utilizada por los estudiantes encuestados. El posicionamiento de Instagram como la red social más utilizada entre los estudiantes

encuestados refleja la preferencia por plataformas visuales y la importancia de la compartición de imágenes en la experiencia en línea de la generación actual. La naturaleza visual y la facilidad para contar historias a través de imágenes y videos cortos hacen de Instagram un espacio atractivo para la expresión creativa y la interacción social.

En segundo lugar, la presencia de TikTok destaca la popularidad de las plataformas completamente audiovisuales con contenido de corta duración. TikTok ha experimentado un rápido crecimiento, especialmente entre los jóvenes, debido a su formato único que permite la creación y consumo rápido de contenido creativo, impulsando tendencias virales y desafíos en línea.

Facebook en el tercer lugar, en los resultados obtenidos, sugiere que, aunque ha perdido popularidad entre los jóvenes en comparación con años anteriores, sigue siendo una plataforma relevante.

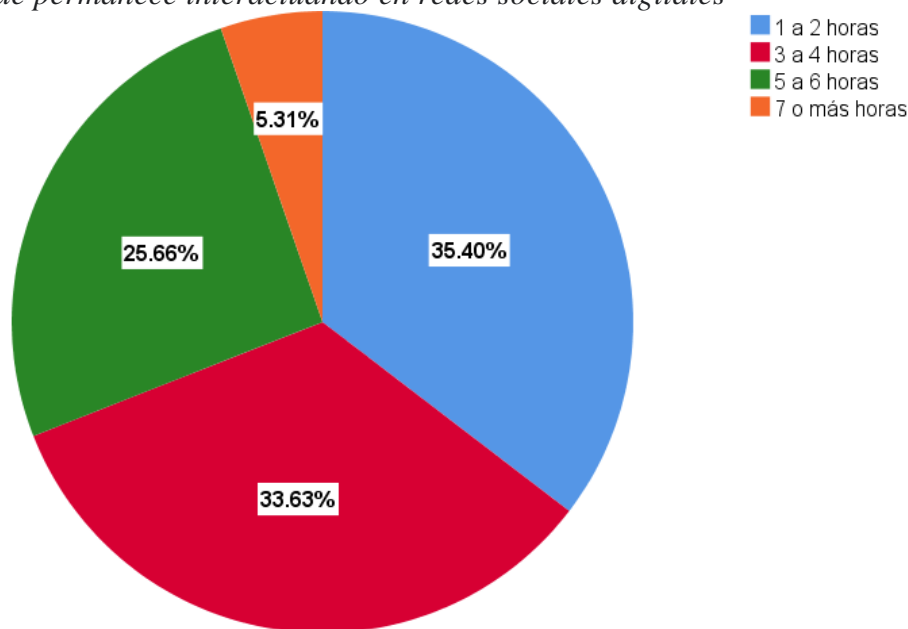
Tabla 9
Tiempo estimado que permanece en las redes sociales digitales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 a 2 horas	40	35.4	35.4
	3 a 4 horas	38	33.6	69.0
	5 a 6 horas	29	25.7	94.7
	7 o más horas	6	5.3	100.0
	Total	113	100.0	100.0

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Figura 8

Tiempo que permanece interactuando en redes sociales digitales



Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023

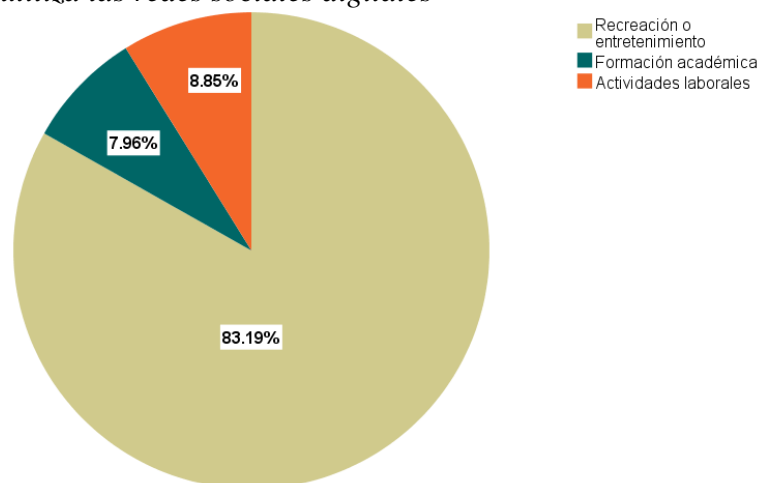
Según el 35.4% de los estudiantes encuestados, permanecen en redes sociales de una a dos horas. El 33.6% indicó que es de tres a cuatro horas. Se evidencia que más del 65% de los encuestados permanece en redes sociales más de tres horas al día, lo anterior confirma la idea de Noguera (2011) en relación con que las redes sociales digitales tienen una influencia significativa en la vida diaria de las personas.

Este hallazgo refuerza la idea planteada en el marco teórico acerca de la influencia significativa de las redes sociales digitales en la vida cotidiana de las personas. El hecho de que una proporción significativa de la muestra pase una cantidad considerable de tiempo en estas plataformas destaca la relevancia y penetración de las redes sociales en las rutinas diarias, subrayando su papel central en la interacción social, el acceso a la información y la formación de hábitos digitales en la sociedad actual.

Tabla 10*Fines con los que utiliza las redes sociales digitales*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Recreación o entretenimiento	94	83.2	83.2	83.2
Válido Formación académica	9	8.0	8.0	91.2
Actividades laborales	10	8.8	8.8	100.0
Total	113	100.0	100.0	

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Figura 9*Fines con los que utiliza las redes sociales digitales*

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Los resultados reflejan que, aunque si hay un destino para la atención en redes sociales digitales relacionado con el estudio y el trabajo, es en las áreas de recreación y entretenimiento donde se ubica el mayor número de estudiantes. Lo anterior se puede relacionar con el tiempo (se representa en la figura No. 7 de este documento, en el que la mayoría de los encuestados afirma pasar más de tres horas) dedicado a las redes sociales digitales por parte de los encuestados que se infiere se dirige hacia las áreas de recreación y entretenimiento. Este patrón sugiere que, aunque las redes sociales puedan cumplir funciones utilitarias en ámbitos académicos y profesionales, la mayoría de los usuarios tiende a asignar una proporción significativa de su tiempo en estas plataformas a actividades de ocio y diversión.

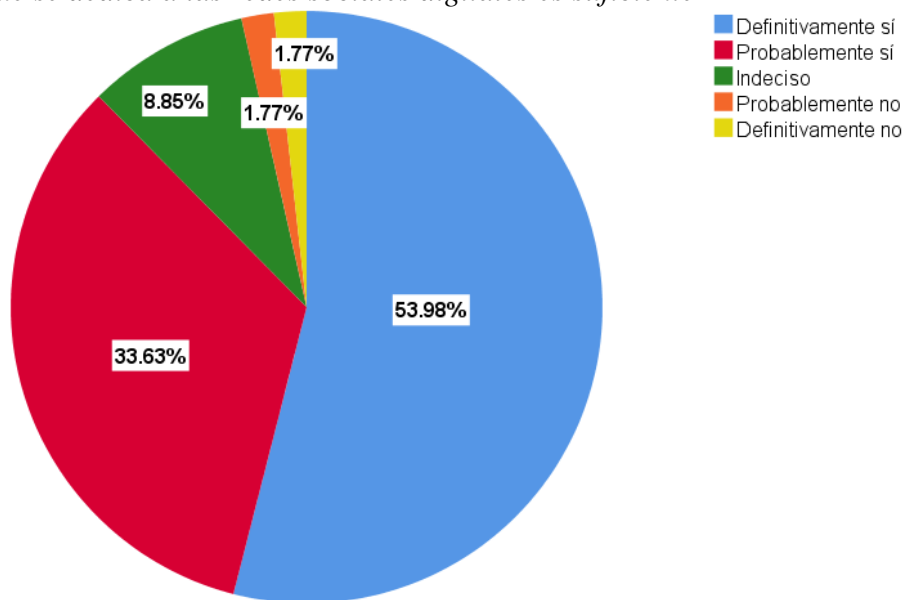
Es importante mencionar que Facebook, Instagram y X son redes sociales digitales que también pueden ser utilizadas con fines educativos y/o de aprendizaje pero que, se requiere de una estrategia de uso y orientación para este objetivo. En los resultados

obtenidos para esta pregunta, se deduce que, según la percepción de la mayoría de los estudiantes, estas redes sociales digitales no tienen una influencia significativa, como consecuencia de no ser utilizadas específicamente para fines académicos.

Tabla 11*El tiempo que se dedica a las redes sociales digitales es suficiente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente sí	61	54.0	54.0	54.0
	Probablemente sí	38	33.6	33.6	87.6
	Indeciso	10	8.8	8.8	96.5
	Probablemente no	2	1.8	1.8	98.2
	Definitivamente no	2	1.8	1.8	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Figura 10*El tiempo que se dedica a las redes sociales digitales es suficiente*

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

La mayoría de los encuestados, el 53.98%, está de acuerdo con que el tiempo que le dedica a las redes sociales digitales es suficiente. Sólo un 2% de la población estudiada manifestó que considera que no es suficiente.

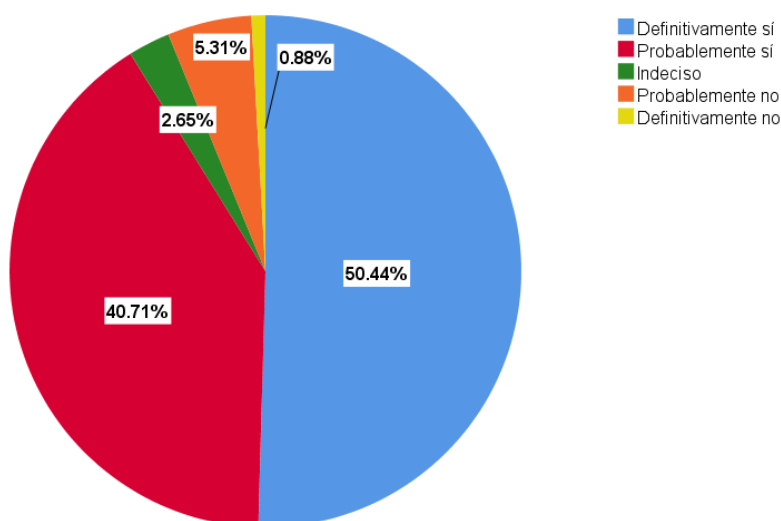
Este hallazgo sugiere que la gran parte de los usuarios encuestados se siente satisfecho con la cantidad de tiempo que destinan a las redes sociales digitales, indicando una percepción de equilibrio en el manejo de estas plataformas en sus vidas.

Es destacable que solo un pequeño porcentaje, un 2%, expresó que el tiempo dedicado no es suficiente, lo que podría sugerir que la mayoría encuentra un balance adecuado en la gestión de su tiempo en las redes sociales. Sin embargo, este tiempo, con el cual los usuarios indican que es suficiente está dirigido a los aspectos de ocio y entretenimiento.

Tabla 12*En su opinión las redes sociales digitales son útiles para la formación académica*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente sí	57	50.4	50.4	50.4
	Probablemente sí	46	40.7	40.7	91.2
	Indeciso	3	2.7	2.7	93.8
	Probablemente no	6	5.3	5.3	99.1
	Definitivamente no	1	.9	.9	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Figura 11*En su opinión las redes sociales digitales son útiles para la formación académica*

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

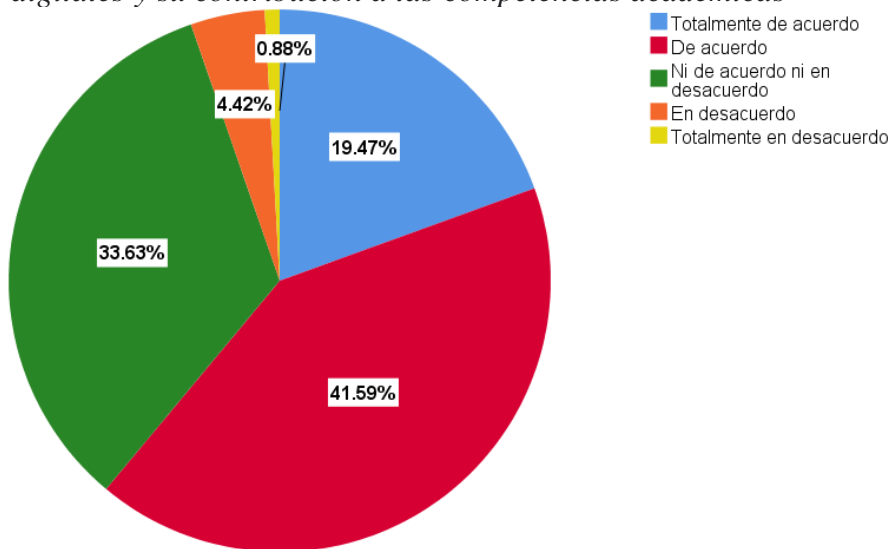
El 50.44% considera que definitivamente sí, las redes sociales pueden ser útiles para la formación académica. Únicamente en un porcentaje menor al 10% del total de los estudiantes encuestados considera que probablemente no o definitivamente no hay una oportunidad académica en las redes sociales digitales. Es importante recordar, que en la pregunta sobre “*Fines con los que utiliza las redes sociales digitales*” la mayoría de los estudiantes indicaron que se utilizan con fines de ocio y entretenimiento, aunque en los estudiantes reconocen la utilidad que tienen las redes sociales digitales como Facebook, Instagram y X, entre otras, para la formación académica.

Este resultado resalta la aceptación generalizada de la utilidad de las redes sociales para el aprendizaje formal. Además, es notable que solo un porcentaje reducido, inferior al 10%, de los encuestados expresó dudas sobre la relevancia académica de las redes sociales, ya sea considerando que "probablemente no" son útiles o que "definitivamente no" lo son. Este hallazgo sugiere una percepción positiva en la mayoría de los encuestados respecto al potencial educativo de las redes sociales digitales.

Tabla 13*Redes sociales digitales y su contribución a las competencias académicas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	22	19.5	19.5	19.5
	De acuerdo	47	41.6	41.6	61.1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	38	33.6	33.6	94.7
	En desacuerdo	5	4.4	4.4	99.1
	Totalmente en desacuerdo	1	.9	.9	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Figura 12*Redes sociales digitales y su contribución a las competencias académicas*

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

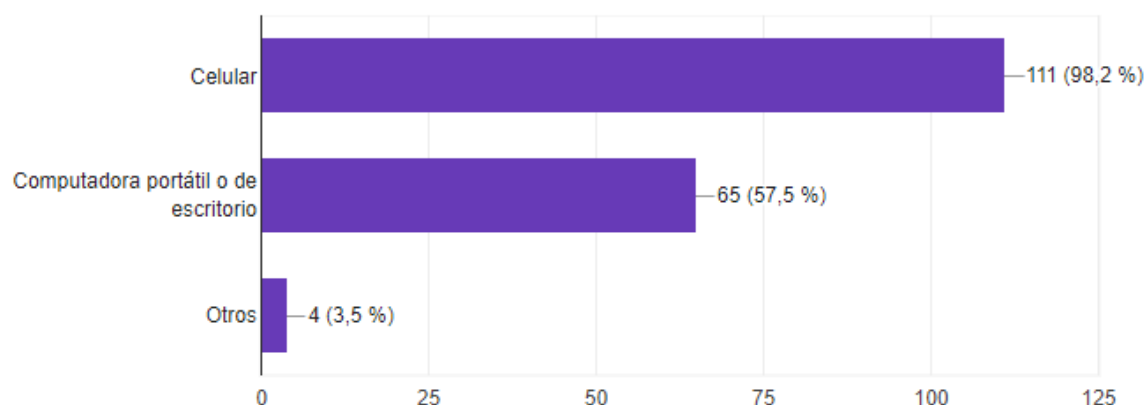
Sobre la contribución de las redes sociales digitales al fortalecimiento académico, la mayoría de los estudiantes dicen estar “de acuerdo”, sólo un 19.5% considera estar “totalmente de acuerdo”. Esta gráfica muestra una postura casi neutral en relación con la participación de las redes sociales digitales en este aspecto.

La mayoría de los estudiantes, representando un porcentaje considerable, afirma estar "de acuerdo" con la contribución de las redes sociales al fortalecimiento para las competencias académicas. Sin embargo, es notable que solo un 19.5% se declara

"totalmente de acuerdo", lo que sugiere cierta cautela o neutralidad respecto al impacto directo de las redes sociales en el desarrollo de competencias académicas. Este resultado indica una percepción generalmente positiva pero matizada sobre el papel de las redes sociales en el fortalecimiento de habilidades académicas entre los encuestados.

Figura 13

Dispositivo donde tiene acceso regular a redes sociales digitales



Nota. Información obtenida en el trabajo de campo (2023). En la pregunta el estudiante tuvo la opción de seleccionar una o más opciones de respuestas, por lo que el total de registros superar los 113.

Se refleja que el medio más utilizado para consultar redes sociales digitales en los estudiantes es el dispositivo móvil.

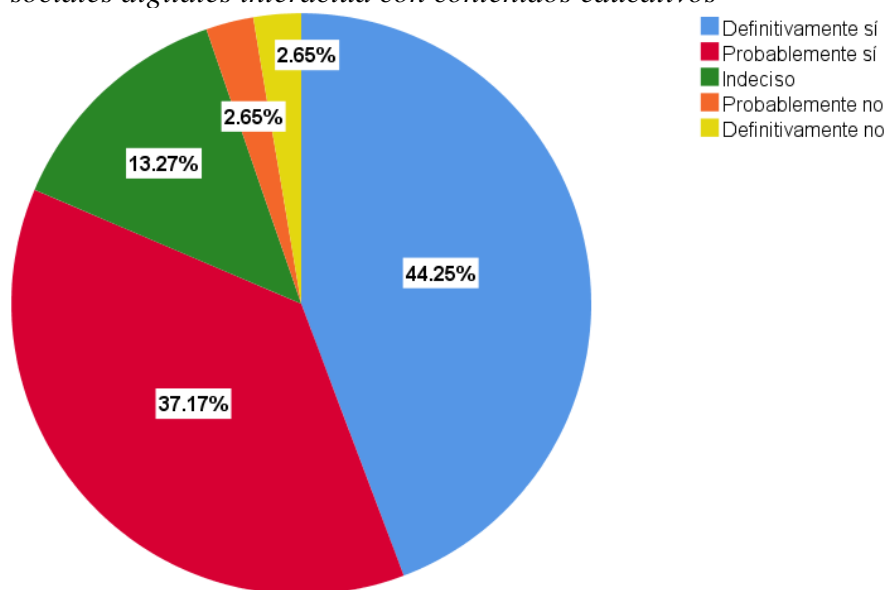
Los resultados obtenidos indican una preferencia por la conveniencia y la movilidad, ya que la mayoría de los estudiantes opta por acceder a sus redes sociales a través de dispositivos móviles, como teléfonos inteligentes o tabletas. Esta tendencia resalta la importancia de la accesibilidad y la portabilidad en la interacción de los estudiantes con las redes sociales digitales, señalando la necesidad de estrategias y plataformas adaptadas a dispositivos móviles en el ámbito académico y social.

Además, el hecho de utilizar el dispositivo móvil, para el acceso a redes sociales digitales sugiere que, en las estrategias educativas mixtas y presenciales, también se aprovechen las ventajas y fortalezas del acceso a Internet y redes sociales digitales.

Tabla 14*En sus redes sociales digitales interactúa con contenidos educativos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente sí	50	44.2	44.2	44.2
	Probablemente sí	42	37.2	37.2	81.4
	Indeciso	15	13.3	13.3	94.7
	Probablemente no	3	2.7	2.7	97.3
	Definitivamente no	3	2.7	2.7	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023

Figura 14*En sus redes sociales digitales interactúa con contenidos educativos*

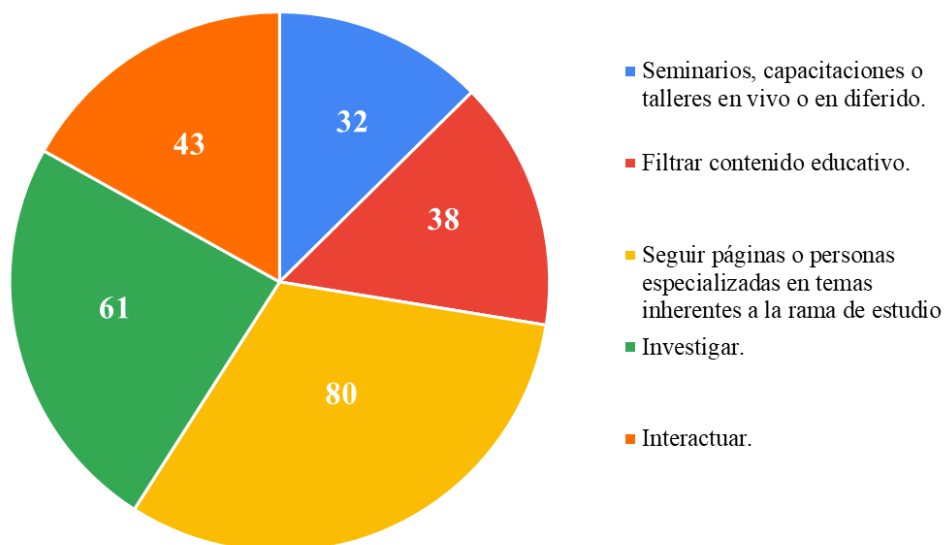
Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

El 44.2% de los encuestados indicó que "definitivamente sí" interactúan con contenidos educativos, mientras que un 37.2% respondió "probablemente sí". Estos resultados sugieren que hay una proporción significativa de estudiantes que ven las redes sociales digitales como un espacio adecuado para la interacción con contenido educativo, respaldando la idea de que estas plataformas tienen el potencial de ser herramientas valiosas en el ámbito académico.

Se percibe que estos resultados son contradictorios en relación con que la mayoría de los estudiantes no utiliza las redes sociales digitales para fines académicos, sin embargo, la interacción con contenido educativo no necesariamente está asociado a que un estudiante utilice sus redes sociales digitales dentro de una estrategia específica para su aprendizaje y formación académica.

Figura 15

Actividades educativas que utiliza en redes sociales digitales



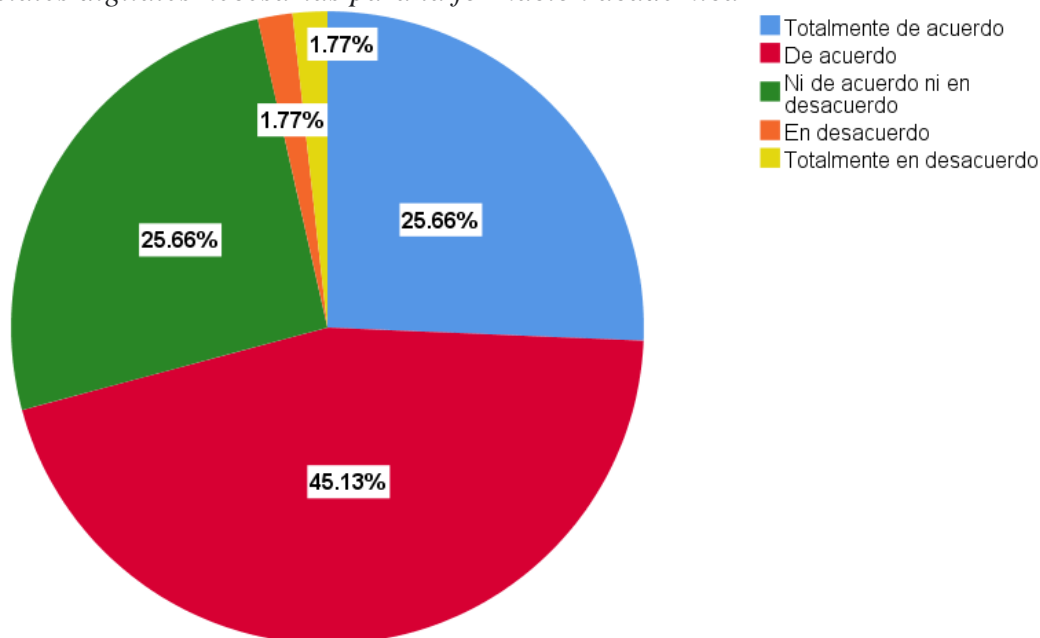
Nota. Información obtenida en el trabajo de campo (2023). En la pregunta el estudiante tuvo la opción de seleccionar una o más opciones de respuestas, por lo que el total de registros superó los 113.

La Figura 14 muestra la frecuencia con la que los estudiantes eligen las actividades educativas que realizan en redes sociales digitales. Es importante mencionar que, los estudiantes mencionaron, en este mismo estudio, que no utilizan las redes sociales académicas, sin embargo, se infiere que los estudiantes seleccionan estas actividades debido a que reconocen las características de las redes sociales digitales para los entornos educativos.

Tabla 15*Redes sociales digitales necesarias para la formación académica*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	29	25.7	25.7	25.7
De acuerdo	51	45.1	45.1	70.8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	25.7	25.7	96.5
En desacuerdo	2	1.8	1.8	98.2
Totalmente en desacuerdo	2	1.8	1.8	100.0
Total	113	100.0	100.0	

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Figura 16*Redes sociales digitales necesarias para la formación académica*

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Las respuestas muestran que la mayoría de los encuestados consideran que se encuentran “de acuerdo” (45.1%) o “totalmente de acuerdo” (25.7%), respecto al cuestionamiento.

Un 45.1% de los encuestados indicó estar "de acuerdo", mientras que un 25.7% manifestó estar "totalmente de acuerdo". Estos resultados sugieren una aceptación

generalizada entre los estudiantes de que las redes sociales digitales desempeñan un papel relevante y necesario en su formación académica. Esta percepción respalda la idea de que estas plataformas son consideradas herramientas valiosas para complementar y enriquecer el proceso de aprendizaje en el entorno académico.

Tabla 16

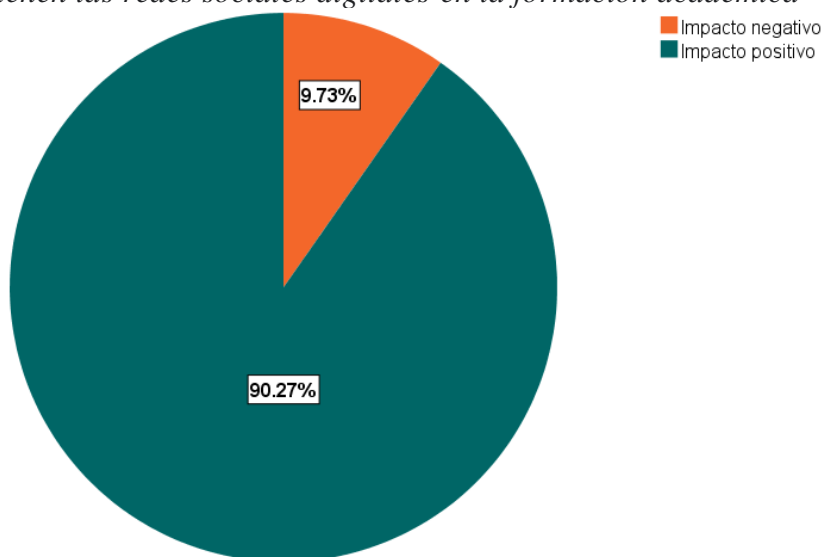
El impacto de las redes sociales digitales para la formación académica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Impacto negativo	11	9.7	9.7	9.7
Válido Impacto positivo	102	90.3	90.3	100.0
Total	113	100.0	100.0	

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Figura 17

Impacto que tienen las redes sociales digitales en la formación académica



Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

El 90.3% de los encuestados considera que el impacto de las redes sociales digitales es positivo, aunque es importante mencionar que se consultó a los estudiantes sobre si utilizan estas redes sociales con fines académicos, la mayoría de los estudiantes indicó que no. Sin embargo, el estudiante reconoce que estas redes sociales digitales tienen influencia para la formación académica, lo anterior se infiere es debido a las herramientas, características y ventajas que posee Facebook, Instagram y X para compartir y gestionar información también de tipo educativo.

El 90.3% de los encuestados considera que el impacto es positivo. Este resultado puede atribuirse a la creciente relevancia de las redes sociales en la vida profesional, donde las campañas reales y la interacción con audiencias se llevan a cabo en plataformas digitales. La alta proporción de respuestas favorables sugiere que los

estudiantes reconocen el valor positivo de las redes sociales en la preparación académica, comprendiendo su utilidad en términos de habilidades prácticas y conocimientos aplicables en el ámbito profesional.

Tabla 17

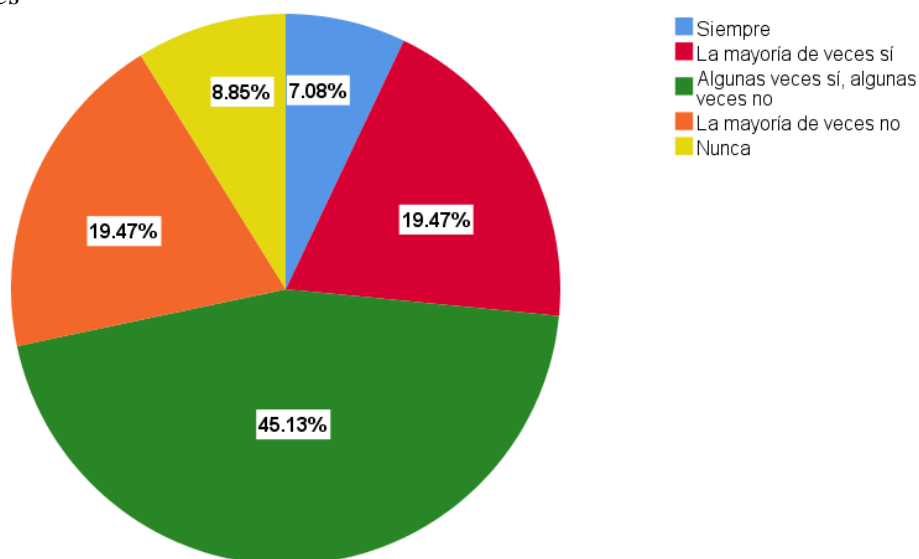
Utiliza Facebook, Instagram o redes sociales digitales al mismo tiempo que está en sus clases virtuales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	8	7.1	7.1	7.1
La mayoría de veces sí	22	19.5	19.5	26.5
Válido Algunas veces sí, algunas veces no	51	45.1	45.1	71.7
La mayoría de veces no	22	19.5	19.5	91.2
Nunca	10	8.8	8.8	100.0
Total	113	100.0	100.0	

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Figura 18

Utiliza Facebook, Instagram o redes sociales digitales al mismo tiempo que está en sus clases virtuales



Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Esta gráfica evidencia que las redes sociales digitales si representan una distracción en el aprendizaje de los encuestados. Esto contrasta con las opiniones positivas sobre el uso de redes sociales para fortalecer las competencias en la materia.

La frecuencia de uso de estas plataformas durante las clases virtuales, como se refleja en la gráfica, sugiere que los estudiantes están recurriendo a las redes sociales simultáneamente con sus actividades académicas. Este hallazgo contrasta con las opiniones mayoritariamente positivas sobre el potencial educativo de las redes sociales, destacando la

importancia de abordar la gestión del tiempo y la atención para optimizar el entorno de aprendizaje en línea.

Tabla 18

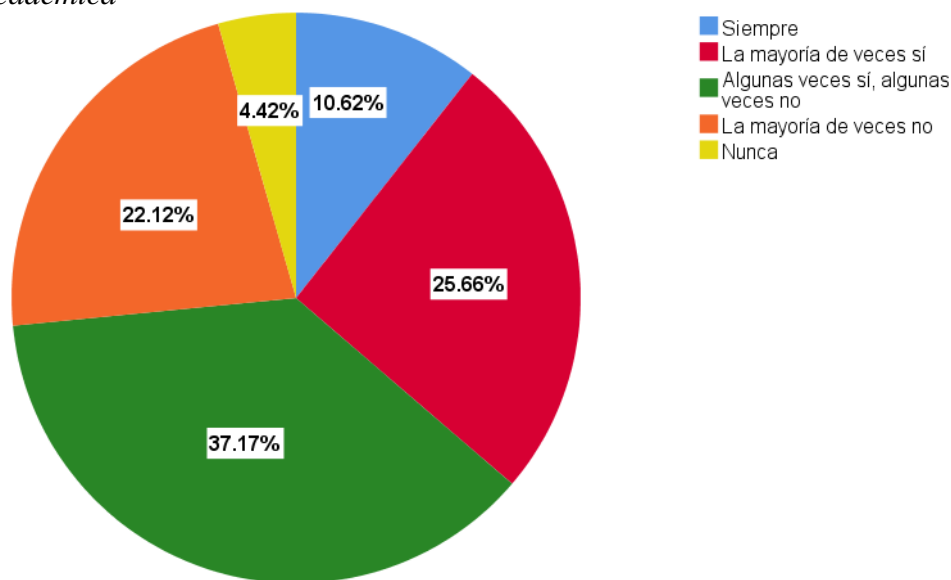
Anteponer la revisión de sus redes sociales digitales al tiempo dedicado a su estudio y formación académica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	12	10.6	10.6	10.6
La mayoría de veces sí	29	25.7	25.7	36.3
Algunas veces sí, algunas veces no	42	37.2	37.2	73.5
La mayoría de veces no	25	22.1	22.1	95.6
Nunca	5	4.4	4.4	100.0
Total	113	100.0	100.0	

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Figura 19

Anteponer la revisión de sus redes sociales digitales al tiempo dedicado a su estudio y formación académica



Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Nuevamente, este cuestionamiento revela que las redes sociales digitales sí son un factor distractor, puesto que se puede llegar a priorizar la atención a las mismas, antes de entrar en labor académica.

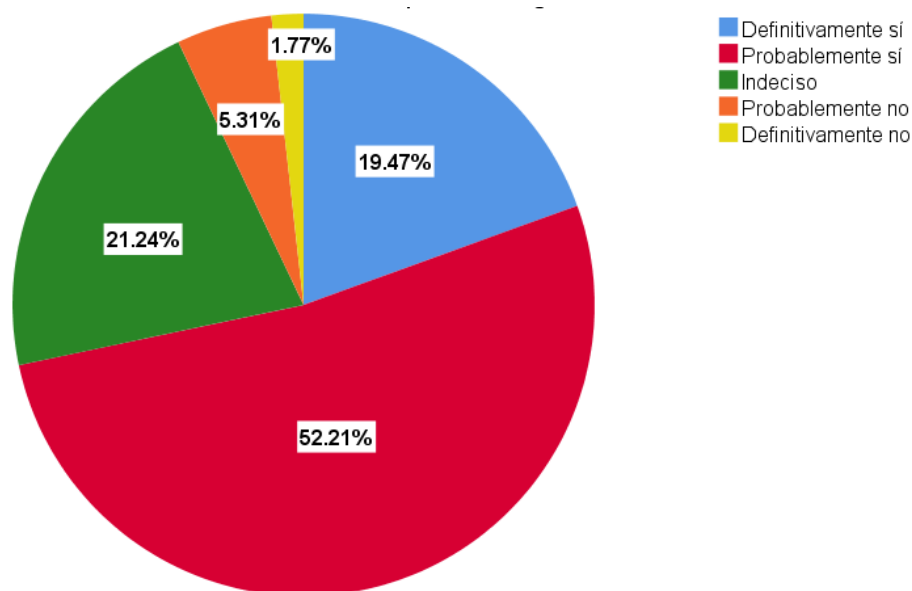
Los resultados indican que existe una tendencia significativa a priorizar la atención a las redes sociales antes que dedicar tiempo al estudio, resaltando la interferencia potencial de estas plataformas en las actividades académicas. Este hallazgo

enfatisa la importancia de abordar la gestión del tiempo y las distracciones para optimizar el rendimiento académico en un entorno digital.

Tabla 19*En su opinión las redes sociales digitales influyen de manera positiva o negativa*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente sí	22	19.5	19.5	19.5
	Probablemente sí	59	52.2	52.2	71.7
	Indeciso	24	21.2	21.2	92.9
	Probablemente no	6	5.3	5.3	98.2
	Definitivamente no	2	1.8	1.8	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023

Figura 20*En su opinión las redes sociales digitales influyen de manera positiva o negativa*

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Según el rango y edad de los estudiantes y la importancia de la vida digital para las personas en este rango de edades. El 52.2% afirma que “probablemente sí” exista una incidencia; sin embargo, al no tener una opinión marcada sobre el tema como: un “definitivamente sí” o un “definitivamente no”, en relación a este cuestionamiento, nos revela que es importante pulir el criterio del estudiantado.

El 52.2% de los encuestados responde "probablemente sí", indicando una posible influencia de las redes sociales en su rendimiento académico. Sin embargo, la ausencia de opiniones extremas, como "definitivamente sí" o "definitivamente no", sugiere que existe una ambigüedad general en la percepción de la incidencia de las redes sociales en el desempeño académico. Este resultado subraya la importancia de fomentar el desarrollo de un criterio reflexivo y equilibrado entre los estudiantes para gestionar de manera efectiva la interacción con las redes sociales en el contexto académico.

Tabla 20

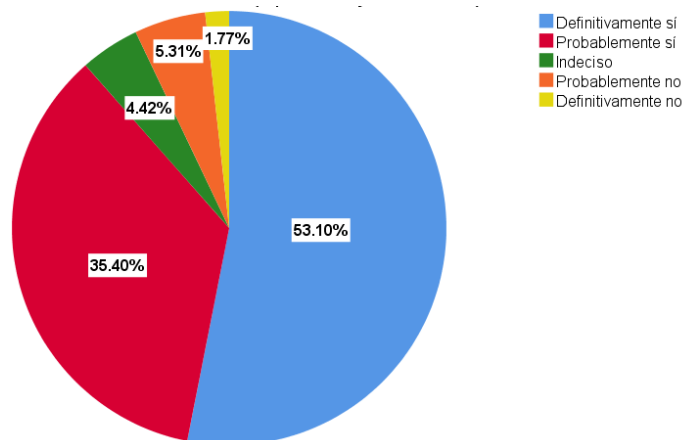
Utiliza las redes sociales digitales para indagar sobre temáticas de la publicidad o comunicación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Definitivamente sí	60	53.1	53.1	53.1
Probablemente sí	40	35.4	35.4	88.5
Indeciso	5	4.4	4.4	92.9
Probablemente no	6	5.3	5.3	98.2
Definitivamente no	2	1.8	1.8	100.0
Total	113	100.0	100.0	

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Figura 21

Utiliza las redes sociales digitales para indagar sobre temáticas de la publicidad o comunicación

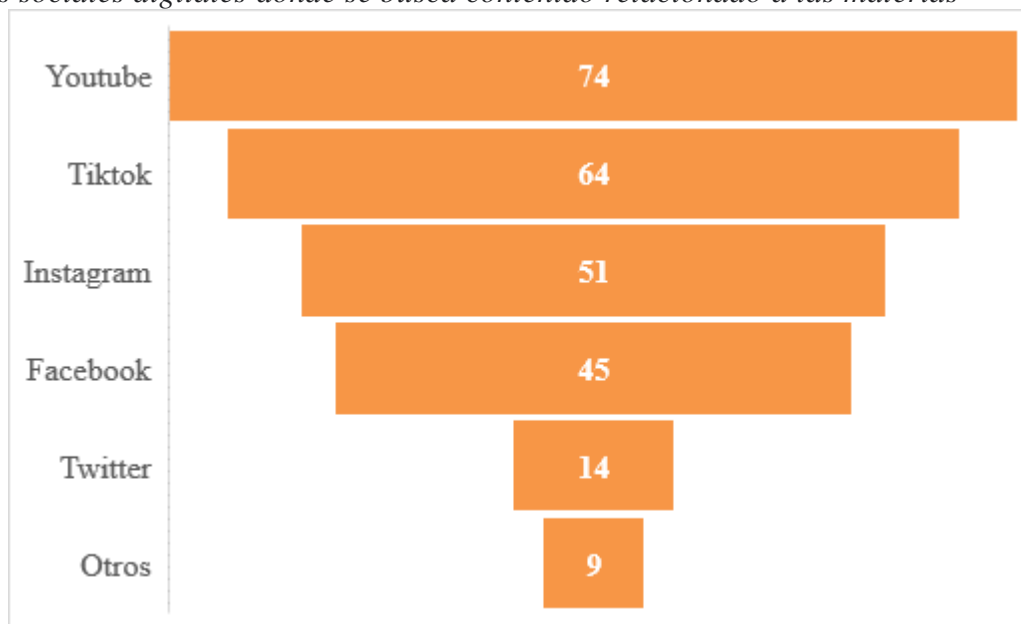


Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

El 53.1% de los estudiantes considera que definitivamente si utiliza las redes sociales digitales con el fin de indagar sobre comunicación y publicidad, indicando que emplean activamente las redes sociales para explorar y conectarse con temas relevantes a su área de estudio. Este hallazgo sugiere que los estudiantes perciben las redes sociales como herramientas útiles para la adquisición de conocimientos específicos de su campo académico, destacando el potencial de estas plataformas para el aprendizaje y la especialización en áreas temáticas específicas.

Figura 22

Redes sociales digitales donde se busca contenido relacionado a las materias



Nota. Información obtenida en el trabajo de campo (2023). En la pregunta el estudiante tuvo la opción de seleccionar una o más opciones de respuestas, por lo que el total de registros superó los 113.

Los resultados muestran que YouTube ocupa la primera posición, entre los estudiantes encuestados, en relación con la búsqueda de contenido asociado a las asignaturas. YouTube, utiliza formatos audiovisuales en los que, se distribuye contenido especializado sobre comunicación y publicidad como seminarios, talleres, entre otros, a diferencia de Facebook e Instagram cuyo contenido es con formatos audiovisuales, pero menos extensos.

Estos hallazgos sugieren que los estudiantes tienen preferencias específicas en cuanto a las plataformas que consideran más útiles para acceder a información académica relacionada con sus materias.

Tabla 21

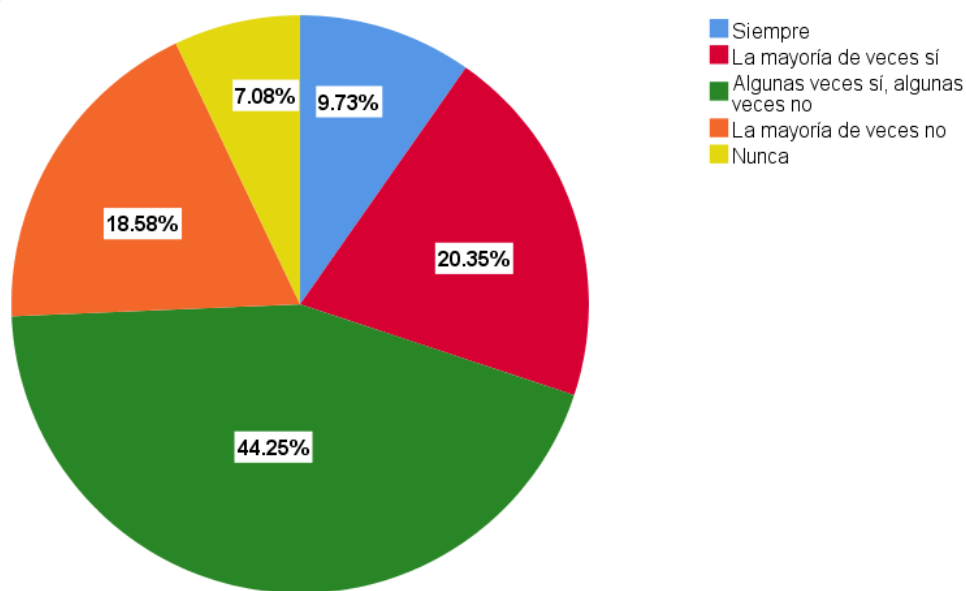
Los catedráticos utilizan las redes sociales como mecanismos de comunicación para sus asignaturas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	11	9.7	9.7	9.7
La mayoría de veces sí	23	20.4	20.4	30.1
Algunas veces sí, algunas veces no	50	44.2	44.2	74.3
La mayoría de veces no	21	18.6	18.6	92.9
Nunca	8	7.1	7.1	100.0
Total	113	100.0	100.0	

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Figura 23

Los catedráticos utilizan las redes sociales como mecanismos de comunicación para sus asignaturas



Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Cerca del 30% de los estudiantes encuestados indican que sus catedráticos utilizan las redes sociales como mecanismos de comunicación para sus asignaturas, el 17% asumen una postura, en su opinión, que expresa que los profesores no las utilizan dentro de estrategias de estudio y de comunicación en las asignaturas. Es importante aclarar, que la Escuela de Ciencias de Comunicación utiliza redes sociales digitales para promocionar y difundir contenido de tipo académico. Por ejemplo, “*El Festival del Gen*”, ha sido organizado a través de LaGencia, el laboratorio de ideas, desde el año 2011.

Este busca inspirar a la comunidad estudiantil y también a público en general sobre temas de comunicación y la publicidad. Su objetivo es brindar conocimientos en temas de actualidad con expertos de diferentes disciplinas: publicidad, periodismo, locución, comunicación, producción y marketing.

Los conferencistas invitados son expertos en el área, algunos de ellos egresados de la ECC y otros internacionales. La modalidad del Festival del Gen ha ido evolucionando con los años, inicialmente se había de manera presencial y ahora se lleva a cabo de manera virtual por medio de la página oficial de Facebook de La Gencia:

<https://www.facebook.com/lagencia.publicidad/videos/festival-del-gen-2022/522982949263550/>

El fin es involucrar a los estudiantes en el entorno comunicativo y el gran avance histórico que este ha tenido desde la aparición de las redes sociales digitales; donde la creatividad y la innovación son importantes para cumplir con la misión de los comunicadores. LaGencia, el laboratorio de ideas es una agencia de publicidad que funciona en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, y es dirigida por el M.A. Hugo Nery Bach y otros catedráticos que también forman parte de la ECC. Cada año se le da una temática a las conferencias y los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación son la principal audiencia de esta

Adicional, el Dr. Otto Yela, Coordinador en el área de Publicidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, organiza cursos de actualización publicitaria con temas centrales sobre comunicación, publicidad, creatividad, fotografía, entre otros. Lo anterior evidencia que los estudiantes tienen a su disposición contenido especializado con el cual interactúan por iniciativa propia o por invitación de sus profesores en estos eventos académicos.

Tabla 22

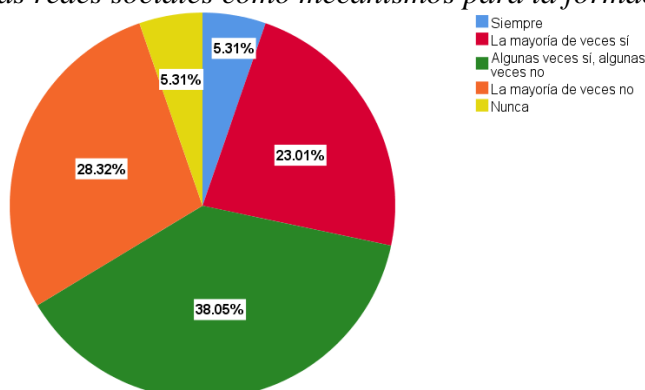
Los catedráticos utilizan las redes sociales como mecanismos para la formación académica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	6	5.3	5.3	5.3
La mayoría de veces sí	26	23.0	23.0	28.3
Algunas veces sí, algunas veces no	43	38.1	38.1	66.4
La mayoría de veces no	32	28.3	28.3	94.7
Nunca	6	5.3	5.3	100.0
Total	113	100.0	100.0	

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Figura 24

Los catedráticos utilizan las redes sociales como mecanismos para la formación académica



Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

La mayoría de los estudiantes asumen una postura neutral u opinan que no utilizan las redes sociales como mecanismos para la formación académica. En cambio, un 28.33% opinan que sí se utilizan las redes sociales como mecanismos para la formación académica. Es importante mencionar que la contradicción que se percibe entre los que mencionan que sí y los que mencionan que no, se infiere es debido a las invitaciones o tareas de los profesores en relación con los eventos académicos que la Coordinación de Publicidad, LaGencia y la Escuela de Ciencias de Comunicación, organizan, promueven y llevan a cabo en redes sociales digitales.

Tabla 23

Los catedráticos le han asignado tareas que vinculen el uso de redes sociales

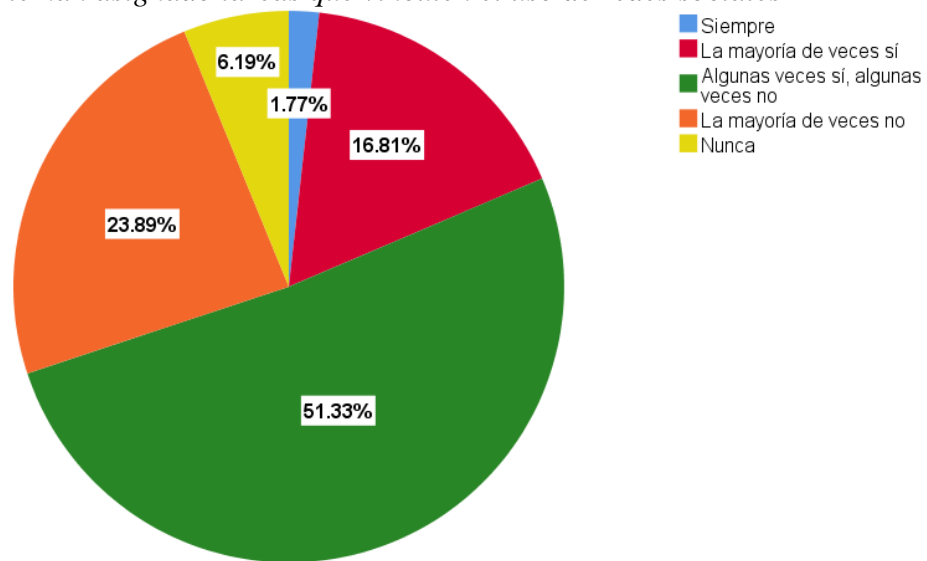
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	2	1.8	1.8	1.8

La mayoría de veces sí	19	16.8	16.8	18.6
Algunas veces sí, algunas veces no	58	51.3	51.3	69.9
La mayoría de veces no	27	23.9	23.9	93.8
Nunca	7	6.2	6.2	100.0
Total	113	100.0	100.0	

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023

Figura 25

Los catedráticos le han asignado tareas que vinculen el uso de redes sociales



Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Se observa que el 51.3% de los estudiantes dice que “algunas veces sí, algunas veces no” se les asigna tarea para ser ejecutada en redes sociales. Esta pregunta, se relaciona con la anterior. Este resultado sugiere una tendencia intermedia en la incorporación de las redes sociales en las tareas académicas. Es posible inferir que, aunque algunos catedráticos integran estas plataformas en sus metodologías de enseñanza, no es una práctica generalizada en todas las asignaturas o por parte de todos los profesores. Este enfoque variado podría reflejar la adaptación gradual y selectiva de las redes sociales digitales en entornos educativos, ajustándose a la naturaleza y objetivos específicos de cada materia.

Tabla 24

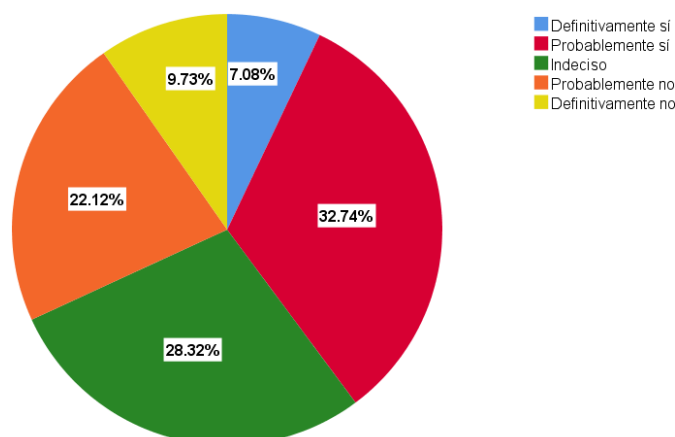
En sus actividades académicas del semestre considera que las redes sociales tienen un rol protagonista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente sí	8	7.1	7.1	7.1
	Probablemente sí	37	32.7	32.7	39.8
	Indeciso	32	28.3	28.3	68.1
	Probablemente no	25	22.1	22.1	90.3
	Definitivamente no	11	9.7	9.7	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Figura 26

En sus actividades académicas del semestre considera que las redes sociales tienen un rol protagonista



Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Esta gráfica evidencia que los criterios de asignación del rol de las redes sociales en la práctica para los estudiantes se encuentra dividido, pues los porcentajes son similares tanto para un rol protagonista, como para un rol no protagonista. La diversidad de respuestas puede deberse a la implementación heterogénea de estas plataformas en diferentes cursos, así como, a la percepción subjetiva de los estudiantes sobre la relevancia de las redes sociales en sus experiencias académicas.

Tabla 25

Los catedráticos utilizan las redes sociales digitales en forma estratégica y orientada al entorno académico

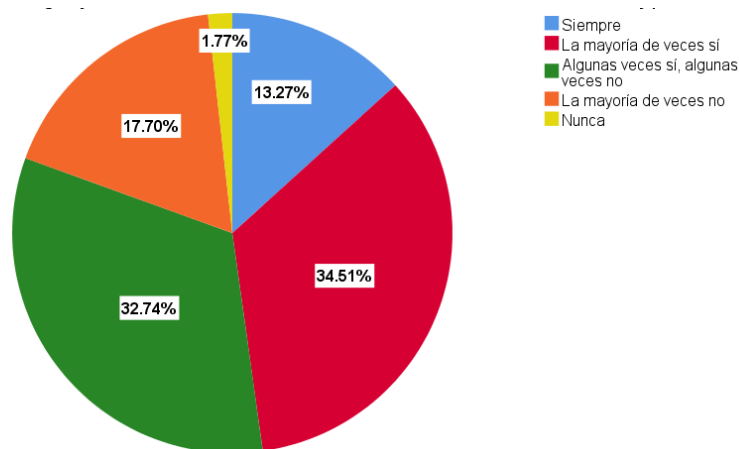
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	15	13.3	13.3	13.3
	La mayoría de veces sí	39	34.5	34.5	47.8

Algunas veces sí, algunas veces no	37	32.7	32.7	80.5
La mayoría de veces no	20	17.7	17.7	98.2
Nunca	2	1.8	1.8	100.0
Total	113	100.0	100.0	

Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

Figura 27

Los catedráticos utilizan las redes sociales digitales en forma estratégica y orientada al entorno académico



Nota. Muestra=113 estudiantes. Trabajo de campo. Software SPSS (Del inglés Statistical Package for Social Sciences), 2023.

4.3. Entrevistas a profesionales de las Ciencias de la Comunicación

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en relación con las entrevistas realizadas a tres profesionales de las Ciencias de la Comunicación, información que contribuyó a dar respuesta a los objetivos de investigación. La guía de entrevistas fue orientada para que los expertos expresen su opinión sobre las redes sociales digitales y los entornos académicos que son las categorías de interés para la investigación.

Debido a la experiencia de las personas entrevistadas en el área de la educación, así como, de las redes sociales digitales, los aportes obtenidos para el tema de investigación son de utilidad para identificar la perspectiva desde la cual los expertos visualizan a las redes sociales digitales y a la influencia de estas para la formación académica de los estudiantes. Teóricamente existen posturas críticas en relación la influencia de las redes sociales digitales para un proceso de enseñanza y aprendizaje, así como, perspectivas desde las cuales se identifican ventajas y beneficios de las redes sociales digitales para la educación.

A continuación, se resumen la opinión y comentarios significativos de los expertos consultados en relación con las redes sociales digitales Facebook, Instagram y X y su influencia en la formación académica de estudiantes universitarios, principalmente de los jóvenes. Los resultados se resumen en la matriz de relaciones entre categorías, a continuación:

4.3.1. Matriz de relaciones entre categorías

Categoría	Doctor Sergio Morataya	Licda. Noelia Pineda	Lic. Alejandro Solares
<p>Pregunta No. 1.</p> <p>¿Cómo evalúa el auge de las redes sociales digitales y su incidencia en el campo educativo?</p>	<p>Desde su punto de vista son más una herramienta.</p> <p>A su percepción, Blog spot fue una herramienta compatible para fines educativos que se convirtió en una especie de carpeta para digitalizar la entrega de trabajos académicos.</p> <p>En el caso de Facebook, X e Instagram, no las considera educativas, por el giro comercial que tienen. De hecho, Facebook desaparecerá pronto, es más utilizado para sincronizar el entorno de las redes sociales.</p>	<p>Equilibrando el lado positivo y negativo para la educación; considera que el lado positivo tiene más peso. Considera que gracias a las redes sociales la educación tiene la capacidad de llegar de manera virtual a más personas. Las personas tienen acceso de manera gratuita a información de carácter académico en un formato ameno.</p>	<p>Por la naturaleza de la carrera, se tiene todo que ver con las redes sociales. Sin embargo, en otras carreras, hay influencias divididas sobre las redes sociales digitales. En lo personal, se apoyó de grupos de estudio en Facebook para facilitar la información a los alumnos. Aprovechaba usar la red social favorita de ellos para poner ahí los documentos. Esto deja de ser cuando la ECC, implementa Classroom, que es el campus virtual que se usa ahora. Para usar las redes hay que utilizar el criterio, clasificarlo.</p>
<p>Pregunta No. 2.</p> <p>¿Cómo debe el estudiante gestionar las redes sociales digitales en la formación académica o para sus estudios universitarios?</p>	<p>Considera que es el docente el que debe gestionar las redes sociales, no el estudiante.</p> <p>Que los catedráticos inciten la interacción en Facebook, X e Instagram.</p> <p>Muchas veces las redes sociales promueven que los estudiantes perjudiquen, mediante acciones como copiar trabajos o evaluaciones de su aprendizaje.</p>	<p>Hace énfasis en que, si las personas se aíslan en el tema académico, el estudiante puede sacar provecho indicando en sus preferencias contenido académico para que su algoritmo le muestre eso, en predominio a otro tipo de contenido. O bien crear una cuenta que consulten solo para temas educativos. Seguir a exponentes de la materia, o entidades académicas, cuentas de empresas que se dedican a la publicidad, buscar foros o conferencias gratuitas; un ejemplo es el Festival del Gen que hace la propia ECC.</p>	<p>El entrevistado hace énfasis en que el estudiante y el docente deben aplicar el criterio para “curar el contenido”, ya que hay mucho contenido valioso y mucho que está erróneo. Antes de utilizar las redes sociales para buscar información, hay que pulir el criterio. Ahora con las redes sociales, las tareas para los estudiantes han tenido que evolucionar, porque el contenido ya está cargado en la web. Ahora se aplican casos prácticos de la vida real para que el estudiante se adentre en el tema.</p>

Categoría	Doctor Sergio Morataya	Licda. Noelia Pineda	Lic. Alejandro Solares
Pregunta No. 3. ¿Qué competencias fortalecen, en los estudiantes y profesores, las redes sociales digitales para la formación académica universitaria?	Considera que no tienen fortalezas para la educación porque tienen fines comerciales de unificar todo en un universo, “metaverso”.	Fortalecen la oportunidad de crear una enseñanza dinámica, no tan apegada a la teoría y a la investigación. Las redes sociales pueden ser un entorno donde los estudiantes de comunicación lleven a la práctica las habilidades que son necesarias para entrar al mundo laboral y generar un “ensayo” sobre estas e interactuar con público de manera real.	El análisis, el criterio para utilizar las redes sociales, enfatiza en “curar contenido”, considera que este tema merece un énfasis. La necesidad de actualizarse.
Pregunta No. 4. ¿Qué fortalezas reconoce en Facebook, Instagram y X para la formación académica?	No le ve una fortaleza a nivel académico, por el contrario, piensa que debilitan el proceso de enseñanza porque compiten con el maestro por el tiempo del estudiante. Ve las redes sociales como un factor grave para la socialización de los jóvenes porque se aíslan y se vuelven sedentarios.	Facebook: de las tres, esta es la más bondadosa para el aprendizaje. Se puede compartir archivos de todo tipo, se pueden crear grupos exclusivos para una materia y la difusión de información exclusiva del curso. Instagram: funciona como un catálogo visual sobre preferencias de contenido, un puente hacia el contenido, que el contenido mismo. X: la facilidad de seguir tendencias, aunque ve que está por desaparecer.	Cualquiera de estas tres redes sociales proporciona inmediatez, la capacidad de hacer contenido viral. Otra fortaleza es que podemos encontrar contenido de valor que nos educa para nutrir nuestro conocimiento publicitario, de ortografía, de edición y muchas más herramientas. Pero para aprovecharlas, el estudiante debe marcar esas páginas en sus preferencias.
Pregunta No. 5. ¿Las redes sociales digitales influyen positiva o negativamente en la formación académica del estudiante?	Predomina lo negativo ante lo positivo. Hay mucha información falsa en redes sociales y esto causa efectos negativos en los estudiantes. Debilitan el proceso.	Tienen ambas influencias. Lo negativo, es la distracción, hay mucho contenido falso, son la “droga” del momento, liberamos mucha dopamina y te aleja de la realidad. Positiva: acceso a la información, sin embargo, debemos aplicar el criterio para discernir entre lo verdadero y lo falso y enriquecer nuestro conocimiento.	Pueden tener ambas, sin embargo, aplicando la regla del algoritmo de nuestras preferencias; vamos a tener acceso a contenido de todo tipo. Si somos conscientes, podemos manejar este algoritmo interactuando con contenido de valor. Si no lo somos, puede ser perjudicial.
Categoría	Doctor Sergio Morataya	Licda. Noelia Pineda	Lic. Alejandro Solares

<p>Pregunta No. 6</p> <p>¿Cuál es el rol de las redes sociales digitales en comparación con las plataformas digitales de estudio?</p>	<p>No hay comparación porque los algoritmos de las redes sociales tienen fines comerciales y las plataformas educativas están diseñadas con fines educativos exclusivamente.</p> <p>Las plataformas educativas tienen facilidades didácticas para enriquecer el aprendizaje.</p> <p>En las redes sociales todos interactuamos como consumidores. La mayoría de los jóvenes no son creadores de contenido, son consumidores de contenido. La comunicación en redes sociales tiene un aspecto un poco “primitivo” utilizando más símbolos que textuales.</p>	<p>No es lo mismo. Siempre una plataforma de aprendizaje será mucho más provechosa para el estudiante que adaptar una red social para compartir educación educativa.</p> <p>Las redes sociales para la educación son un recurso auxiliar, mientras que una plataforma diseñada para la educación, puede ser el recurso principal para que el estudiante aprenda. Ahora los portales educativos son como redes sociales exclusivas para aprender, sin embargo, no todos los establecimientos las tienen porque tenerlas es costoso.</p> <p>Las redes sociales si son compatibles, si una institución educativa no puede tener un portal propio, si puede adaptar las redes sociales para este fin.</p>	<p>Tenían una función más destacada cuando no estaban las plataformas académicas, en el caso de la ECC, Classroom. Las redes sociales pueden aún cumplir un papel secundario, pero si apoyar al flujo de la comunicación para los estudiantes y como una fuente de información para realizar investigaciones. Las redes sociales digitales facilitan el compartir contenido. Ve que ambos canales hacen un complemento idóneo para transmitir conocimiento.</p>
--	--	---	---

Nota. En el Anexo 2, se detalla el perfil profesional de las personas entrevistadas. Es importante mencionar que estas personas son expertos en áreas de la comunicación, educación y redes sociales digitales.

Análisis de las entrevistas

El análisis de las respuestas proporcionadas por los entrevistados revela una variedad de perspectivas en cuanto al papel de las redes sociales digitales en el ámbito educativo. El Doctor Sergio Morataya sostiene una visión crítica, considerando que las redes sociales no tienen fortalezas para la educación debido a sus fines comerciales y la prevalencia de información falsa. En cambio, aboga por las plataformas educativas diseñadas específicamente con propósitos académicos.

La Licenciada Noelia Pineda destaca el equilibrio entre los aspectos positivos y negativos de las redes sociales para la educación, reconociendo la oportunidad de llegar virtualmente a más personas, pero advirtiendo sobre la distracción y el contenido falso. Sugiere que los estudiantes gestionen sus preferencias y creen cuentas específicas para temas educativos.

Por otro lado, el Licenciado Alejandro Solares ofrece una perspectiva optimista sobre las redes sociales, reconociendo su utilidad para compartir contenido y facilitar la comunicación en entornos académicos. Destaca la inmediatez y la capacidad de hacer contenido viral como fortalezas, pero enfatiza la importancia de aplicar el criterio y "curar el contenido".

En cuanto a las competencias fortalecidas, el Dr. Morataya no percibe fortalezas, mientras que la Lic. Pineda destaca la posibilidad de aplicar habilidades prácticas y de comunicación. El Lic. Solares enfatiza el análisis y criterio para utilizar las redes sociales de manera efectiva.

En relación con la influencia en la formación académica, hay consenso en que las redes sociales pueden tener tanto impactos positivos como negativos. La preocupación por la proliferación de información falsa y la distracción se contraponen a la posibilidad de acceder a información valiosa y alentar la interacción.

En cuanto al rol comparativo de las redes sociales con las plataformas de estudio, hay acuerdo en que las plataformas educativas diseñadas con fines específicos son más beneficiosas para el aprendizaje, mientras que las redes sociales pueden desempeñar un papel secundario y complementario, especialmente cuando se adaptan adecuadamente.

Los profesionales entrevistados coinciden en que las redes sociales digitales no son un entorno idóneo para difundir contenido educativo porque están diseñadas para interactuar de manera social y comercial con las personas, pero sí pueden ser adaptadas para la educación y hacer uso de ellas como un "recurso auxiliar", en dado caso, no haya una plataforma educativa apta para el contenido académico.

En el caso de que ya exista una plataforma educativa, las redes sociales pueden ser utilizadas en conjunto y con esto mejorar el flujo de comunicación y también enriquecer al estudiante al mantenerlo expuesto a contenido de valor. Los tres entrevistados concuerdan en que uno de los temas importantes es que el estudiante sepa diferenciar entre la información útil y la que no lo es; de esto depende el éxito de la utilización de las redes sociales para el aprendizaje. "Curar el contenido" es una acción que se debe dar para poder sacar el máximo provecho de las

redes sociales digitales para la educación: saber que autores seguir, que páginas presentan contenido sustentado, qué personas realmente son profesionales.

El entrevistado, Alejandro Solares, en su experiencia como catedrático, de hecho, mencionó que valdría la pena que en algún curso se tocara el tema sobre “curar contenido” y aprender a utilizar los algoritmos de las redes sociales digitales para obtener información útil.

Consideran que una de las desventajas de utilizar redes sociales digitales para la educación es que distraen severamente al estudiante de sus objetivos y que se está expuesto a mucha información y un gran porcentaje de esta puede ser de naturaleza falsa y perjudicial. La ventaja de utilizarlas es que resultan ser gratuitas para los centros educativos y para los estudiantes.

Otra fortaleza es que pueden ser utilizadas como una plataforma de “ensayo” para pulir sus conocimientos simulando casos “reales” y así entrar a la práctica de su carrera antes de entrar formalmente en la vida profesional.

Para reforzar los detalles sobre las bondades de cada red social digital, a las que se refieren los profesionales de Ciencias de la Comunicación, se presenta un esquema con las áreas de oportunidad de cada red social que es objeto de estudio en esta investigación, que pueden ser de influencia para el aprendizaje de los estudiantes.

Adicional, se incluye un ejemplo de cómo la Escuela de Ciencias de la Comunicación ha hecho uso de plataformas de redes sociales digitales para hacer un evento educativo anual: El Festival del Gen, que reúne a profesionales nacionales e internacionales.

4.4. Ejes estratégicos como propuesta para uso de Facebook, Instagram y X para entornos académicos del estudiante

A continuación, se presentan ejes estratégicos para el uso de las redes sociales digitales en el ámbito académico. Es importante mencionar, que estos ejes tienen como base los resultados o los hallazgos obtenidos en esta investigación.

La propuesta de los ejes estratégicos tiene como base los hallazgos y los resultados obtenidos en la investigación, que se resumen en que, a pesar de que los estudiantes reconocen las características de las redes sociales digitales y las ventajas para la educación o su formación profesional, estas no se utilizan con fines académicos y de estudio sino como aspectos de ocio y entretenimiento. Es decir, se infiere que actualmente las redes sociales digitales no se utilizan de forma estratégica para los entornos educativos, a pesar de que, ofrecen múltiples herramientas y opciones para que su uso sea orientado hacia la preparación, formación académica y especialización en área del conocimiento como la publicidad y la comunicación.

4.4.1. Objetivo de la propuesta

Identificar ejes estratégicos para el uso de las redes sociales digitales como Facebook, Instagram, X u otras en los entornos educativos y para la formación académica de estudiantes universitarios.

El objetivo de la propuesta es identificar los principales ejes para que los estudiantes, docentes e instituciones educativas como universidades, utilicen de forma planificada las redes sociales digitales con la intención de aprovechar las fortalezas y ventajas que estas ofrecen para los entornos del aprendizaje, la comunicación y la interacción. Estos ejes pueden ser adaptados de acuerdo con los escenarios o la realidad académica en las instituciones educativas. Los ejes que se proponen cumplen la función de ser estímulos y guías para los estudiantes, profesores e instituciones para optimizar el uso de redes sociales digitales a la academia.

Figura 28

Ejes estratégicos para el uso de las redes sociales digitales en entornos educativos



Nota. Elaboración propia, 2023.

4.4.2. Acceso a información especializada

Las redes sociales digitales en la actualidad son plataformas digitales formadas por comunidades de individuos con intereses y actividades en común, por lo que los estudiantes tienen acceso directo a información académica de su interés y pueden formar grupos de personas que compartan interés entre sí y de esta manera, crear un intercambio de conocimientos sobre la materia, aunque no compartan el mismo entorno educativo (ya sea físico o virtual).

Por lo anterior, un eje estratégico debe ser impulsar la creación de contenido fiable y de valor generado por los estudiantes para poder ampliar sus competencias y lograr ser parte del grupo de usuarios en redes sociales que además de consumir, producen información especializada y así lograr atravesar el proceso de transmutación de ser consumidor a generador.

Entre las principales actividades que se sugieren realizar como parte del eje “*Acceso a información especializada*” son las siguientes:

Que se promuevan y se participe en capacitaciones sobre las características de las redes sociales digitales, a fin de reconocer las fortalezas y ventajas para los entornos educativos. Reconocer la lógica de las diferentes redes sociales digitales, es una oportunidad para mejorar en relación con la calidad del contenido con el que se interactúa.

Que se identifiquen a instituciones, personas o sitios especializados en áreas del conocimiento como la comunicación y la publicidad con presencia en las redes sociales digitales debido a que estas son creadoras de contenido focalizado en el área de comunicación y publicidad, entre otras.

4.4.3. Interacción entre pares

En este eje, probablemente, las ventajas que más destacan en el ámbito de las redes sociales temáticas o verticales es que los usuarios pueden conectarse con otros profesionales de su mismo ámbito, ampliar su red de contactos, compartir información y otros contenidos, intercambiar opiniones y acceder a recursos de interés.

Además, como algunas de estas redes sociales son de uso exclusivo para los profesionales del área, es una realidad que son 100% especializadas. En este sentido, uno de los ámbitos más restrictivos es el sector salud que suele aplicar un filtro de seguridad durante el proceso de inscripción, permitiendo que sólo los médicos colegiados pueden registrarse.

Parte de la filosofía de las redes sociales temáticas está basada en la colaboración, por lo que se convierten en espacios ideales para unir esfuerzos entre profesionales del mismo ámbito e invertir de una manera más efectiva los recursos humanos, técnicos y económicos.

4.4.4. Plataforma de ensayo para ejecución de campañas reales

Según los profesionales de comunicación entrevistados; en la actualidad el contenido que los estudiantes necesitan aprender (terminología, historia, métodos), ya está dinamizado en la red y no es productivo incluir en el programa estudiantil tareas cuyo fin sea que los alumnos desarrollen este contenido, porque ya existe. Esto mismo es una ventaja de las redes sociales digitales y deja tiempo y oportunidad para que el currículo del curso abarque la práctica.

Oportunamente, las Ciencias de la Comunicación y las redes sociales digitales están íntimamente relacionadas y estas son el mecanismo real donde las campañas publicitarias de las marcas en el mercado se llevan a cabo. Convenientemente, utilizarlas para crear campañas publicitarias no incurre ningún costo económico y tampoco requiere de equipo de cómputo especializado.

Es una gran ventaja para los estudiantes de esta carrera, pues les da vía libre a crear, experimentar y medir el éxito plasmado en campañas publicitarias, para que al introducirse en la vida laboral ya conozcan el desarrollo que conlleva una campaña digital en redes sociales de principio a fin.

4.4.5. Viralizar contenido académico relevante

En esta época, las redes sociales digitales se han convertido en una herramienta que permite el aprendizaje colaborativo e involucra espacios de intercambio de información que fomentan la cooperación. Uno de los retos de la educación actual debe ser reconstruir el espacio educativo y adaptarlo a la sociedad que se sujeta a cambios continuos y formar líderes creadores de contenido de valor académico.

La viralización de los contenidos se ha convertido en una herramienta fundamental para llegar al mayor número de receptores a la hora de emitir un mensaje. En la actualidad, las redes sociales sirven como complemento a las entidades educativas y educadores independientes para atraer seguidores, clientela o adeptos. Esto puede favorecer a la generación de beneficios económicos para quienes se dedican a ello.

Conclusiones

Se determinó Facebook, Instagram y X, si representan una utilidad significativa y positiva en relación con la formación académica de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Lo anterior, debido a que, a pesar de identificar que Facebook, Instagram y X son utilizadas por los estudiantes a quienes se les trasladó la encuesta, los estudiantes manifestaron su opinión sobre que no las utilizan principalmente con fines académicos sino por entretenimiento. Sin embargo, se identificó que los estudiantes encuestados, reconocen actividades, fortalezas y ventajas de las redes sociales digitales que pueden influir en su formación académica en forma significativa y positiva.

Los datos recabados en la investigación sobre las redes sociales digitales demuestran que las plataformas Facebook e Instagram, aún son una parte notable dentro del ecosistema de redes digitales de los estudiantes; sin embargo, muestran que X (X) presenta un descenso y es la red social digital TikTok una de las que presenta más influencia junto con YouTube. A partir del año 2016, la unidad académica ya cuenta con una plataforma educativa; no obstante, antes de contar con esta plataforma educativa, los catedráticos si hacían uso especialmente de Facebook para difundir información para el estudiante. Se puede afirmar, que las redes sociales digitales, si pudieran apoyar como complemento a las plataformas digitales especiales en educación para fortalecer los objetivos de aprendizaje.

Se identificó que las principales características de las redes sociales digitales como Facebook, Instagram y X (x) son: (i) el usuario puede filtrar contenidos según sus intereses, por lo que, los usuarios pueden focalizar su interacción y consumo de contenido en el área de la publicidad o comunicación, (ii) Permiten la interacción con material multimedia como vídeos, audio, texto, imágenes, interacciones en vivo, orientadas a temas académicos, (iii) interacción entre pares, es decir, que los usuarios estratégicamente pueden ser seguidores de otros usuarios, empresas públicas o privadas, instituciones o expertos en las áreas académicas de interés.

Los estudiantes encuestados (90%), reconocen que las redes sociales digitales como Facebook, Instagram y X pueden tener una influencia positiva y solamente un 10% indicó un impacto negativo, sin embargo, es importante remarcar que para que las redes sociales digitales tengan una influencia positiva para la formación académicas es importante gestionarlas y planificar el uso de ellas, cuestión que, con base en los resultados obtenidos, es importante fortalecer. Se identificó que los estudiantes encuestados, reconocen que las redes sociales digitales son útiles dentro de los entornos educativos. Es importante aclarar, que a pesar de que las redes sociales como Facebook, Instagram y X (X), no son plataformas educativas, a través de las cuales se puedan gestionar contenidos y actividades de asignaturas, sí poseen herramientas, funciones y utilidades que complementan un entorno de aprendizaje, además, que las redes sociales digitales son utilizadas el mayor tiempo por los estudiantes en relación con las plataformas educativas.

Se identificó, según la perspectiva de los estudiantes, que se da un uso de las redes sociales digitales por parte de los docentes para las actividades académicas en sus asignaturas en el primer semestre, el 47.8% de los estudiantes encuestados manifestaron que sus catedráticos utilizan las redes sociales digitales en forma estratégica y orientada al entorno académico y el 31.85% indicaron que no se utilizan en forma estratégica y el 28% mantuvieron una opinión neutral. Con lo anterior, se infiere que, los estudiantes podrían asociar las actividades o eventos académicos que organiza la Escuela de Ciencias de la Comunicación a través de la Coordinación de Publicidad con el evento de Actualización Publicitaria y el Festival del Gen (que se llevó a cabo virtualmente en época de Pandemia) organizado por LaGencia de la ECC.

Se propone con base en los hallazgos de la investigación, cuatro ejes estratégicos para que la influencia de las redes sociales digitales como Facebook, Instagram y X (X) sea positiva y significativa para la formación académica. Estos ejes son: (i) Acceso a la información especializada, (ii) Interacción entre pares, (iii) plataformas de ensaño para capacitación de campañas reales (iv) viralizar contenido académico relevante.

Recomendaciones

A los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Que se utilicen las redes sociales digitales dentro de un plan estratégico de estudios para fortalecer las competencias académicas con base en las utilidades, funciones, herramientas y ventajas que estas tienen para complementar los procesos de enseñanza y aprendizaje.

Es importante que, a pesar de que la Escuela de Ciencias de la Comunicación cuente con una plataforma digital para la gestión de la educación universitaria, no debe ser un factor que excluya la exploración de los atributos y bondades de las redes sociales digitales para los entornos educativos.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Se recomienda implementar programas de capacitación para los docentes de la ECC, enfocados en el uso efectivo de los paneles de herramientas de Facebook e Instagram, tanto en entornos académicos, como para entornos publicitarios para que puedan familiarizarse con las técnicas de difusión de mensajes. Dichos programas deben abordar las características específicas de cada plataforma y proporcionar estrategias para integrar de manera coherente y enriquecedora estas herramientas en la enseñanza.

Se sugiere incentivar la creación de contenido educativo visualmente atractivo que se alinee con el formato de estas plataformas. Animar a los docentes a utilizar elementos multimedia, como imágenes y videos, para mejorar la participación y comprensión de los estudiantes.

Fomentar el uso de transmisiones en vivo en Facebook e Instagram para sesiones interactivas y debates académicos en tiempo real. Esta estrategia promoverá una mayor participación de los estudiantes y facilitará la discusión de temas académicos de manera dinámica.

Promover la integración de tareas académicas que involucren el uso de estas plataformas, fomentando la creatividad y la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos, así como, implementar mecanismos de evaluación continua para medir la efectividad de la integración de redes sociales

A los especialistas e investigadores de la publicidad y comunicación

Continuar con investigaciones que tengan como líneas de investigación y ejes temáticos a las redes sociales digitales y los entornos educativos, debido a que, las redes sociales ocupan un espacio considerable en las actividades personales, profesionales o académicas de estudiantes universitarios. Lo anterior con el fin de documentar datos de interés que sirvan para la toma de decisiones en relación con el uso estratégico de redes sociales digitales y orientar a una influencia positiva y significativa para los entornos académicos en las instituciones educativas.

Referencias

- Adelman, C. (2000). *Un Universo Postsecondary Paralelo: El sistema de certificación en tecnología de la información*. Washington: Los EEUU.
- Aguado de la Cruz, G., & García García, A. (junio de 2018). *Nuevas métricas de audiencia al servicio del Inbound Marketing*. Recuperado el 01 de julio de 2021, de ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/327398417_Nuevas_metricas_de_audiencia_al_servicio_del_Inbound_Marketing
- Andrada, A. (2020). Uso de redes sociales en la educación. *UNADE*, 2-7. <https://doi.org/https://unade.edu.mx/redes-sociales-en-entorno-educativo/>
- Barón Pulido, M., Duque Soto, Á., Mendoza Lozano, F., & Quintero Peña, W. (2021). Redes sociales y relaciones digitales, una comunicación que supera el cara a cara. *Revista Internacional de Pedagogía e Innovación Educativa*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.51660/ripie.v1i1.29>
- Borja Romero, M. (2014). *Inbound Marketing: la combinación de acciones de Marketing Digital*. Madrid: Universidad pontificia Comillas. Disponible en: <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/793/retrieve>. Recuperado el 01 de junio de 2021, de <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/793/retrieve>
- Calel Colaj, J. (2011). *La influencia de las redes sociales, y sus consecuencias en la formación de la afectividad de los jóvenes, del seminario menor, en la etapa del discernimiento vocacional*. Guatemala: Universidad del Itsmo. Disponible en: <https://glifos.unis.edu.gt/library/index.php?title=222934&mode=marc&query=@title=Special:GSMSearchPage@process=@field1=encabezamiento@value1=TECNOLOGIA%20@mode=advanced&recnum=65>.
- Del prete, A., & Rendón Pantoja, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-69242020000100086&script=sci_arttext&tlng=pt.
- Díaz Arias, E. (2012). *Investigación científica y biopoder. Epistemología, metodología y biopolítica*. Argentina : UNLa.

- Egas Cruz, E., & Yance Jácome, K. (2018). Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa de seguridad ubicada en Guayaquil. *Revista Espacios*, <http://www.revistaespacios.com/a18v39n24/a18v39n24p20.pdf>.
- El-Sahili Gónzales, L. (2014). Psicología de Facebook, vislumbrando los fenomenos psiquicos, complejidad y alcance de la red social mas grande del mundo. *Editorial Universidad de Guanajuato*, 218.
- García del Castillo, J. (2013). Adicciones tecnológicas, el auge de las redes sociales. *Salud y drogas*, 5-13. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/pdf/839/83928046001.pdf>
- Gómez, J. (2013). *Redes Sociales y Comunicación en Internet. Medio Ambiente y Participación Ciudadana en Internet*. Universidad Santiago de Compostela.
- Guarneros de la torre, H., & Romualdo Goiz, A. (2015). *Sistema de control de una incubadora, mediante el uso de redes neuronales artificiales para el reconocimiento de patrones*. Instituto Politecnico Nacional . México: <https://tesis.ipn.mx/handle/123456789/25784>.
- Instituto Nacional de Estadística, INE. (2023). *Estadísticas de matriculados por nivel, segun sector*. Instituto Nacional de Estadística, INE.
- Islas Torres, C., & Carranza Alcántar, M. (2011). Uso de las redes sociales como estrategias de aprendizaje. ¿Transformación educativa? *Apertura*, 3(2). <https://doi.org/https://www.redalyc.org/pdf/688/68822737001.pdf>
- Jasso Medrano, J., López Rosales, F., & Díaz Loving, R. (2017). Conducta adictiva a las redes sociales y su relación con el uso problemático del móvil. *Acta de investigación psicológica*. <https://doi.org/https://www.scielo.org.mx/pdf/aip/v7n3/2007-4719-aip-7-03-2832.pdf>
- Lorenzo Maroto, M. (28 de 02 de 2016). *Hashtags en X. Usos, aplicación en medios deportivos y automatización de las publicaciones: el caso de Marca y As*. Universidad de Valladolid. Disponible en: <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/22399>. Obtenido de <https://webescuela.com/facebook-que-es-como-funciona/>
- Martinez Sur, M. (2014). *Plan de Marketing digital para PYME*. Córdoba, Argentina: https://pa.bibdigital.uccor.edu.ar/1379/1/TM_Martinez.pdf.
- Mejía Cruz, O. (2012). *USO DE LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO COMERCIAL - Faceebook-*. Guatemala: USAC.

- Morales, F. (2021). *Redescubrie las Relaciones Interpersonales* (Primera ed.). (S. y. Torres, Ed.) Madrid: Sanz y Torres. S.L.
- Noguera Vivo, J., Martínez Polo, J., & Grandío, M. (2011). Redes Sociales para estudiantes de comunicación. *UOC*, 202. <https://doi.org/https://books.google.com.uy/books?id=b6aPHSeb5p8C&printsec=copyright>
- PNUD. (2018). *Guatemala*. Guatemala: Programa de Naciones Unidas .
- Portillo García, A. (2017). *Influencia que tienen las redes sociales, sobre el comportamiento de compra en los consumidores de la industria de restaurantes en la ciudad de Guatemala*. Guatemala: Universidad Mariano Gálvez. Disponible en: <https://glifos.umg.edu.gt/library/index.php?title=58006&query=@title=Special:GSMSearchPage@process=@classification=UMG-ADMHT@mode=&recnum=21>.
- Prensa Libre. (21 de noviembre de 2017). Mal uso de redes sociales pone en riesgo a los usuarios. *Prensa Libre*, pág. 25. Obtenido de <https://www.prensalibre.com/ciudades/huehuetenango/ven-riesgos-por-mal-uso-de-redes-sociales-1/>
- Romero Vela, A. (2013). *Factores de riesgo que predisponen a los adolescentes de una institución educativa privada, al uso adictivo de las redes sociales en internet*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar. Disponible en: <https://www.colegiodepsicologos.org.gt/wp-content/uploads/2022/06/Factores-de-riesgo-que-predisponen-a-los-adolescentes-de-una-institucion-educativa-privada-al-uso-adictivo-de-las-redes-sociales-en-internet.pdf>.
- Sandoval Parra, C., Enciso Arámbula, R., & Mendoza Castillo, R. (2015). Redes sociales, lenguaje virtual y ortografía. *Revista EducaTeConciencia*. <https://doi.org/https://tecnocientifica.com.mx/volumenes/V6N7A6.pdf>
- Savini Taché, R. (2014). *Impacto de las redes sociales en la empresa*. España: Universidad de La Rioja.
- Sebastián, J. (2017). *Conocimiento, cooperación y desarrollo*. España: Revista iberoamericana de ciencia, tecnología y sociedad.
- Sevilla, Á. (2017). *Implementación de herramientas en el sistema de educación superior tecnológica* . Puebla: Universidad Iberoamericana Puebla.

- Social media Guatemala. (2020). *Situación digital, Internet y redes sociales Guatemala 2020*. Guatemala.
- Tecnología e informática. (28 de 2 de 2019). *Tecnología e informática*. Obtenido de <https://tecnologia-informatica.com/que-es-sirve-youtube-como-subir-videos/>
- UAEH. (28 de 02 de 2019). *Docencia UAEH*. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/sistemas/desarrollo_interne_t1/Introduccion.pdf
- UNIR. (2019). *La comunicación interpersonal es el proceso por el cual los seres humanos intercambian sentimientos e información mediante mensajes verbales y no verbales*. Obtenido de La Universidad en Internet: <https://www.unir.net/salud/revista/las-claves-de-la-comunicacion-interpersonal/>
- Venegas Loor, L., Miguel Hernández, V., & Moreira Aguayo, P. (2019). Uso educativo de las redes sociales. *Polo del conocimiento*, 36(4), 258-268. <https://doi.org/10.23857/pc.v4i8.1123>

Anexos

Anexo 1

CUESTIONARIO PARA ESTUDIANTES DE LA ECC 2023

Este cuestionario corresponde con la batería de instrumentos de investigación del proyecto de tesis de licenciatura con el título “Facebook, Instagram y X en la formación académica de estudiantes de primer ingreso de la Escuela de Ciencias de la Comunicación”.

Cuestionario dirigido a estudiantes del primer semestre de la carrera de Publicidad Profesional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Estimado estudiante agradezco responder las preguntas que se formulan a continuación según su opinión o percepción relacionado con los temas que se abordan. Sus respuestas son anónimas.

1. Datos generales

1.1. Edad (años):

18 a 20

21 a 25

26 a 30

31 a 35

40 a 45

46 o más

1.2. Sexo:

() Mujer

() Hombre

1.3.Jornada:

- () Vespertina
- () Nocturna
- () PAD, Sabatina

2. Uso de redes sociales digitales

2.1.Seleccione las redes sociales en las que tiene una cuenta o usuario.

Puede seleccionar varias opciones

- () Facebook
- () Instagram
- () TikTok
- () X
- () Youtube

Otras: _____

2.2.Seleccione la red social digital que más utiliza.

- () Facebook
- () Instagram
- () TikTok
- () X
- () Youtube

Otras: _____

2.3. ¿Qué tiempo al día estima que permanece interactuando en sus diferentes redes sociales digitales?

- 1 a 2 horas
- 3 a 4 horas
- 5 a 6 horas
- 7 o más horas

2.4.Del tiempo que dedica a sus redes sociales digitales, en su mayoría es para:

- Recreación o entretenimiento
- Formación académica
- Actividades laborales

2.5. ¿Considera que el tiempo que dedica a las redes sociales digitales es suficiente?

- () Definitivamente sí
- () Probablemente sí
- () Indeciso
- () Probablemente no

() Definitivamente no

3. Uso de redes sociales digitales para su formación académica

3.1. En su opinión las redes sociales que utiliza tienen alguna utilidad para la formación académica.

- () Definitivamente sí
- () Probablemente sí
- () Indeciso
- () Probablemente no
- () Definitivamente no

3.2. Las redes sociales digitales que utiliza contribuyen con fortalecer sus competencias académicas.

- () Totalmente de acuerdo
- () De acuerdo
- () Ni de acuerdo ni en Desacuerdo
- () En desacuerdo
- () Totalmente en desacuerdo

3.3. ¿Desde qué dispositivo tiene acceso regular a sus redes sociales digitales?

Puede seleccionar varias opciones

- () Celular
- () Computadora portátil o de escritorio

Otros: _____

3.4. Es sus redes sociales digitales, ¿interactúa con contenidos educativos?

- () Definitivamente sí
- () Probablemente sí
- () Indeciso
- () Probablemente no
- () Definitivamente no

3.5. Seleccione las actividades educativas que utiliza en sus redes sociales digitales.

Puede seleccionar varias opciones

- () Seminarios, capacitaciones o talleres en vivo o en diferido.
- () Filtrar contenido educativo.
- () Seguir páginas o personas especializadas en temas inherentes a la rama de estudio.

Investigar.

Interactuar.

Otro: _____

3.6. Las redes sociales digitales son necesarias para la formación académica.

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

3.7. Seleccione el impacto que considera tienen las redes sociales digitales para su formación académica.

Impacto positivo

Impacto negativo

3.8. ¿Con qué frecuencia utiliza Facebook, Instagram, X al mismo tiempo que está en sus clases virtuales?

Siempre

La mayoría de las veces sí

Algunas veces sí, algunas veces no

La mayoría de las veces no

Nunca

3.9. ¿Con qué frecuencia antepone la revisión de sus actualizaciones, publicaciones o mensajes de las redes sociales digitales al tiempo dedicado para su estudio o formación académica?

Siempre

La mayoría de las veces sí

Algunas veces sí, algunas veces no

La mayoría de las veces no

Nunca

3.10. En relación con su desempeño académico ¿considera que las redes sociales digitales tienen algún tipo de incidencia positiva o negativa?

Definitivamente sí

Probablemente sí

Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

3.11. Utiliza sus redes sociales digitales para indagar o relacionarse con temáticas vinculadas a su área de formación (la publicidad y comunicación).

- Definitivamente sí
- Probablemente sí
- Indeciso
- Probablemente no
- Definitivamente no

3.12. ¿En qué redes sociales digitales busca contenido relacionado con sus materias?

Puede seleccionar varias opciones

- Facebook
- Instagram
- TikTok
- X
- Youtube

Otra: _____

3.13. En sus asignaturas (del primer semestre), ¿los catedráticos utilizan las redes sociales digitales como mecanismos de comunicación?

- Siempre
- La mayoría de las veces sí
- Algunas veces sí, algunas veces no
- La mayoría de las veces no
- Nunca

3.14. En sus asignaturas (del primer semestre) los catedráticos utilizan las redes sociales digitales como mecanismos para formación académica.

- Siempre
- La mayoría de las veces sí
- Algunas veces sí, algunas veces no
- La mayoría de las veces no
- Nunca

3.15. ¿Con qué frecuencia sus catedráticos le han asignado tareas académicas que vinculen el uso de redes sociales digitales?

- Siempre
- La mayoría de las veces sí
- Algunas veces sí, algunas veces no
- La mayoría de las veces no

() Nunca

3.16. En los contenidos y actividades académicas en los diferentes cursos del semestre ¿se le asigna un rol protagonista a las redes sociales digitales?

- () Definitivamente sí
- () Probablemente sí
- () Indeciso
- () Probablemente no
- () Definitivamente no

3.17. Los catedráticos en las diferentes asignaturas del semestre utilizan a las redes sociales digitales de manera estratégica y orientadas a los entornos educativos relacionados con la comunicación y publicidad.

- () Siempre
- () La mayoría de las veces sí
- () Algunas veces sí, algunas veces no
- () La mayoría de las veces no
- () Nunca

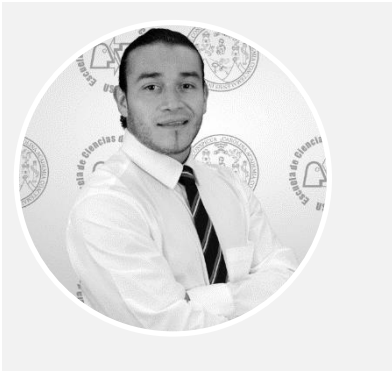
Gracias por sus respuestas.

Cualquier información adicional o inquietud con relación al contenido de este formulario escriba 2195232311801@eccplataforma.usac.edu.gt / gis.figue015@gmail.com

Anexo 2

PROFESIONALES ENTREVISTADOS

ENTREVISTADO	FORMACIÓN ACADÉMICA Y EXPERIENCIA	
<p>SERGIO VINICIO MORATAYA GARCÍA</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Profesor de Enseñanza Media • Periodista Profesional • Licenciado en Ciencias de la Comunicación • Magister Artium en Dirección de Medios 	<ul style="list-style-type: none"> • Doctor en Comunicación Estratégica • Docente universitario • Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del 2016 al 2019
<p>GLADYS NOELIA PINEDA BALCARCEL</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Publicista Profesional • Licenciada en Ciencias de la Comunicación • Miembro de la red de John Maxwell, especializada en temas de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Redactora publicitaria • Experiencia en agencias de Publicidad y Comunicación.
<p>ALEJANDRO SOLARES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Publicista Profesional • Licenciado en Ciencias de la Comunicación • Pensum Cerrado de Maestría en Mercadotecnia 	<ul style="list-style-type: none"> • Docente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación



- Coordinador de Creatividad de la Agencia de Publicidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Anexo 3

GUÍA DE ENTREVISTA

Este documento forma parte del sistema de instrumentos de investigación con el título: Influencia de Facebook, Instagram y X en la formación académica de los estudiantes de primer ingreso de la Escuela de Ciencias de Comunicación.

Preguntas generadoras

A continuación, se formulan preguntas relacionadas con el uso de Facebook, Instagram y X en la formación académica, sírvase responder las que considere pertinente.

1. ¿Cómo evalúa el auge de las redes sociales digitales y su incidencia en el campo educativo?
2. ¿Cómo debe el estudiante gestionar las redes sociales digitales en la formación académica o para sus estudios universitarios?
3. ¿Qué competencias fortalecen, en los estudiantes y profesores, las redes sociales digitales para la formación académica universitaria?
4. ¿Qué fortalezas reconoce en Facebook, Instagram y X para la formación académica?
5. ¿Las redes sociales digitales influyen positiva o negativamente en la formación académica del estudiante?

6. ¿Cuál es el rol de las redes sociales digitales en comparación con las plataformas digitales de estudio?
- 7.