



REVISTA INCLUSIONES

CONGRESO INTERNACIONAL COMUNICACIÓN
Y PENSAMIENTO . SEVILLA - ESPAÑA 2020

Revista de Humanidades y Ciencias Sociales

Volumen 7 . Número Especial

Octubre / Diciembre

2020

ISSN 0719-4706

CUERPO DIRECTIVO

Director

Dr. Juan Guillermo Mansilla Sepúlveda
Universidad Católica de Temuco, Chile

Editor

OBU - CHILE

Editor Científico

Dr. Luiz Alberto David Araujo
Pontificia Universidade Católica de Sao Paulo, Brasil

Editor Europa del Este

Dr. Aleksandar Ivanov Katrandzhiev
Universidad Suroeste "Neofit Rilski", Bulgaria

Cuerpo Asistente

Traductora: Inglés

Lic. Pauline Corthorn Escudero
Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Portada

Lic. Graciela Pantigoso de Los Santos
Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

COMITÉ EDITORIAL

Dra. Carolina Aroca Toloza
Universidad de Chile, Chile

Dr. Jaime Bassa Mercado
Universidad de Valparaíso, Chile

Dra. Heloísa Bellotto
Universidad de Sao Paulo, Brasil

Dra. Nidia Burgos
Universidad Nacional del Sur, Argentina

Mg. María Eugenia Campos
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Francisco José Francisco Carrera
Universidad de Valladolid, España

Mg. Keri González
Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México

Dr. Pablo Guadarrama González
Universidad Central de Las Villas, Cuba

Mg. Amelia Herrera Lavanchy
Universidad de La Serena, Chile

Mg. Cecilia Jofré Muñoz
Universidad San Sebastián, Chile

Mg. Mario Lagomarsino Montoya
Universidad Adventista de Chile, Chile

Dr. Claudio Llanos Reyes
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Dr. Werner Mackenbach
Universidad de Potsdam, Alemania
Universidad de Costa Rica, Costa Rica

Mg. Rocío del Pilar Martínez Marín
Universidad de Santander, Colombia

Ph. D. Natalia Milanesio
Universidad de Houston, Estados Unidos

Dra. Patricia Virginia Moggia Münchmeyer
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Ph. D. Maritza Montero
Universidad Central de Venezuela, Venezuela

Dra. Eleonora Pencheva
Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Dra. Rosa María Regueiro Ferreira
Universidad de La Coruña, España

Mg. David Ruete Zúñiga
Universidad Nacional Andrés Bello, Chile

Dr. Andrés Saavedra Barahona
Universidad San Clemente de Ojrid de Sofía, Bulgaria

Dr. Efraín Sánchez Cabra
Academia Colombiana de Historia, Colombia

Dra. Mirka Seitz
Universidad del Salvador, Argentina

Ph. D. Stefan Todorov Kapralov
South West University, Bulgaria

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Comité Científico Internacional de Honor

Dr. Adolfo A. Abadía

Universidad ICESI, Colombia

Dr. Carlos Antonio Aguirre Rojas

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Martino Contu

Universidad de Sassari, Italia

Dr. Luiz Alberto David Araujo

Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo, Brasil

Dra. Patricia Brogna

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Horacio Capel Sáez

Universidad de Barcelona, España

Dr. Javier Carreón Guillén

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Lancelot Cowie

Universidad West Indies, Trinidad y Tobago

Dra. Isabel Cruz Ovalle de Amenabar

Universidad de Los Andes, Chile

Dr. Rodolfo Cruz Vadillo

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México

Dr. Adolfo Omar Cueto

Universidad Nacional de Cuyo, Argentina

Dr. Miguel Ángel de Marco

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Emma de Ramón Acevedo

Universidad de Chile, Chile

Dr. Gerardo Echeita Sarrionandia

Universidad Autónoma de Madrid, España

Dr. Antonio Hermosa Andújar

Universidad de Sevilla, España

Dra. Patricia Galeana

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dra. Manuela Garau

Centro Studi Sea, Italia

Dr. Carlo Ginzburg Ginzburg

*Scuola Normale Superiore de Pisa, Italia
Universidad de California Los Ángeles, Estados Unidos*

Dr. Francisco Luis Girardo Gutiérrez

Instituto Tecnológico Metropolitano, Colombia

José Manuel González Freire

Universidad de Colima, México

Dra. Antonia Heredia Herrera

Universidad Internacional de Andalucía, España

Dr. Eduardo Gomes Onofre

Universidade Estadual da Paraíba, Brasil

Dr. Miguel León-Portilla

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Miguel Ángel Mateo Saura

Instituto de Estudios Albacetenses "Don Juan Manuel", España

Dr. Carlos Tulio da Silva Medeiros

Diálogos em MERCOSUR, Brasil

+ Dr. Álvaro Márquez-Fernández

Universidad del Zulia, Venezuela

Dr. Oscar Ortega Arango

Universidad Autónoma de Yucatán, México

Dr. Antonio-Carlos Pereira Menaut

Universidad Santiago de Compostela, España

Dr. José Sergio Puig Espinosa

Dilemas Contemporáneos, México

Dra. Francesca Randazzo

Universidad Nacional Autónoma de Honduras, Honduras

Dra. Yolando Ricardo

Universidad de La Habana, Cuba

Dr. Manuel Alves da Rocha

Universidade Católica de Angola Angola

Mg. Arnaldo Rodríguez Espinoza

Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica

Dr. Miguel Rojas Mix

*Coordinador la Cumbre de Rectores Universidades
Estatales América Latina y el Caribe*

Dr. Luis Alberto Romero

CONICET / Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Maura de la Caridad Salabarría Roig

Dilemas Contemporáneos, México

Dr. Adalberto Santana Hernández

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dr. Juan Antonio Seda

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dr. Saulo Cesar Paulino e Silva

Universidad de Sao Paulo, Brasil

Dr. Miguel Ángel Verdugo Alonso

Universidad de Salamanca, España

Dr. Josep Vives Rego

Universidad de Barcelona, España

Dr. Eugenio Raúl Zaffaroni

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Dra. Blanca Estela Zardel Jacobo

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Comité Científico Internacional

Mg. Paola Aceituno

Universidad Tecnológica Metropolitana, Chile

Ph. D. María José Aguilar Idañez

Universidad Castilla-La Mancha, España

Dra. Elian Araujo

Universidad de Mackenzie, Brasil

Mg. Romyana Atanasova Popova

Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Dra. Ana Bénard da Costa

*Instituto Universitario de Lisboa, Portugal
Centro de Estudios Africanos, Portugal*

Dra. Alina Bestard Revilla

*Universidad de Ciencias de la Cultura Física y el
Deporte, Cuba*

Dra. Noemí Brenta

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Ph. D. Juan R. Coca

Universidad de Valladolid, España

Dr. Antonio Colomer Vialdel

Universidad Politécnica de Valencia, España

Dr. Christian Daniel Cwik

Universidad de Colonia, Alemania

Dr. Eric de Léséulec

INS HEA, Francia

Dr. Andrés Di Masso Tarditti

Universidad de Barcelona, España

Ph. D. Mauricio Dimant

Universidad Hebrea de Jerusalén, Israel

Dr. Jorge Enrique Elías Caro

Universidad de Magdalena, Colombia

Dra. Claudia Lorena Fonseca

Universidad Federal de Pelotas, Brasil

Dra. Ada Gallegos Ruiz Conejo

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú

Dra. Carmen González y González de Mesa

Universidad de Oviedo, España

Ph. D. Valentin Kitanov

Universidad Suroeste Neofit Rilski, Bulgaria

Mg. Luis Oporto Ordóñez

Universidad Mayor San Andrés, Bolivia

Dr. Patricio Quiroga

Universidad de Valparaíso, Chile

Dr. Gino Ríos Patio

Universidad de San Martín de Porres, Perú

Dr. Carlos Manuel Rodríguez Arrechavaleta

Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México

Dra. Vivian Romeu

Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México

**REVISTA
INCLUSIONES** M.R.
REVISTA DE HUMANIDADES
Y CIENCIAS SOCIALES

Dra. María Laura Salinas
Universidad Nacional del Nordeste, Argentina

Dr. Stefano Santasilia
Universidad della Calabria, Italia

Mg. Silvia Laura Vargas López
Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México

**CUADERNOS DE SOFÍA
EDITORIAL**

Dra. Jaqueline Vassallo
Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Dr. Evandro Viera Ouriques
Universidad Federal de Río de Janeiro, Brasil

Dra. María Luisa Zagalaz Sánchez
Universidad de Jaén, España

Dra. Maja Zawierzeniec
Universidad Wszechnica Polska, Polonia

Editorial Cuadernos de Sofía
Santiago – Chile
OBU – C HILE

Indización, Repositorios y Bases de Datos Académicas

Revista Inclusiones, se encuentra indizada en:





REX



UNIVERSITY OF SASKATCHEWAN



Universidad de Concepción



BIBLIOTECA UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN

**LOS UNIVERSITARIOS Y SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES:
UN ANÁLISIS DE SUS HÁBITOS, COMPORTAMIENTOS Y MOTIVACIONES DE USO**

**UNIVERSITY STUDENTS AND THEIR RELATIONSHIP WITH SOCIAL MEDIA:
AN ANALYSIS OF THEIR HABITS, BEHAVIORS AND REASONS FOR USE**

Ph. D. Pedro Pablo Marín Dueñas

Universidad de Cádiz, España
ORCID: 0000-0001-8692-1174
pablo.marin@uca.es

Ph. D. César Serrano Domínguez

Universidad de Cádiz, España
ORCID: 0000-0002-7344-3166
cesar.serrano@uca.es

Ph. D. Araceli Galiano Coronil

Universidad de Cádiz, España
ORCID: 0000-0003-2270-0924
araceli.galiano@uca.es

Fecha de Recepción: 31 de mayo de 2020 – **Fecha Revisión:** 03 de junio de 2020

Fecha de Aceptación: 10 de junio de 2020 – **Fecha de Publicación:** 01 de octubre de 2020

Resumen

La Web 2.0, están cambiando los paradigmas comunicativos tradicionales. Las redes sociales (RRSS) han transformando el panorama de las relaciones interpersonales, proporcionando nuevos beneficios y nuevas e innovadoras formas de interacción e intercambio de mensajes. Esta premisa sirve de punto de partida a la hora de articular el objetivo general de esta investigación, con la que se pretende conocer la realidad actual de los universitarios en cuanto a sus hábitos de uso, motivaciones y comportamiento en RRSS. Para ello se ha implementado la metodología cuantitativa de la encuesta mediante entrevista personal con cuestionario estructurado a una muestra de 669 estudiantes de la Universidad de Cádiz. En cuanto a las principales conclusiones del estudio, los universitarios utilizan las RRSS principalmente para divertirse, entretenerse y desarrollar sus relaciones sociales. Especialmente relevante es la preocupación que muestran por los aspectos relacionados con su privacidad, con los robos de identidad y el bullying en RRSS.

Palabras Claves

Redes sociales – Hábitos – Motivación – Comportamientos de uso – Universitario

Abstract

Web 2.0, are changing the traditional communication paradigms. Social networks (RRSS) have transformed the panorama of interpersonal relationships, providing new benefits and new and innovative forms of interaction and exchange of messages. This premise serves as a starting point when articulating the general objective of this research, which aims to know the current reality of university students in terms of their habits of use, motivations and behavior on social networks. For this, the quantitative methodology of the survey has been implemented through a personal interview with a structured questionnaire to a sample of 669 students from the University of Cádiz. Regarding the main conclusions of the study, the university students use the RRSS mainly to have fun,

Los universitarios y su relación con las redes sociales: un análisis de sus hábitos, comportamientos y motivaciones... pág. 126

entertain themselves and develop their social relationships. Especially relevant is the concern they show about aspects related to their privacy, with identity theft and bullying in the RRSS.

Keywords

Social networks – Habits – Motivation – Behaviors of use – University student

Para Citar este Artículo:

Marín Dueñas, Pedro Pablo; Serrano Domínguez, César y Galiano Coronil, Araceli. Los universitarios y su relación con las redes sociales: un análisis de sus hábitos, comportamientos y motivaciones de uso. Revista Inclusiones Vol: 7 num Especial (2020): 125-143.

Licencia Creative Commons Attribution Non-Comercial 3.0 Unported
(CC BY-NC 3.0)

Licencia Internacional



Introducción

La revolución digital que lleva aparejada la era de la información ha propiciado la aparición de nuevos medios de comunicación que con Internet como máximo exponente de estos avances y, más específicamente, las posibilidades que ofrece la Web 2.0, están cambiando los paradigmas comunicativos tradicionales¹. Tal y como afirman Vega Caro, Vico Bosch y Rebollo Catalán² el acceso a Internet permite mejorar la conexión con el mundo que nos rodea y puede reducir la percepción de aislamiento social.

Las características particulares de este medio como la interactividad, la transparencia o la inmediatez permiten a sus usuarios, sean quienes sean y estén donde estén, compartir gran cantidad de información con el mundo, generando una relación directa con todo aquel que quiera sin el filtro de los medios de comunicación tradicionales. Son muchas las investigaciones que destacan la relevancia de las redes sociales (RRSS) como un medio para superar las barreras físicas y geográficas y establecer contacto con personas que teniendo intereses, aficiones o valores comunes, están alejadas geográficamente³. Existen además, tal y como apuntan Jiménez Cortés, Rebollo Catalán, García Pérez y Buzón García⁴ una gran diversidad de motivos para el uso de Internet y las RRSS destacando especialmente los sociales, los de entretenimiento y los de información y comunicación⁵.

¹ Pedro Pablo Marín Dueñas y Aurora Díaz Guerra, "Uso de Twitter por los partidos y candidatos políticos en las elecciones autonómicas de Madrid 2015", *Ámbitos. Revista internacional de comunicación* Vol: 32 (2016) y Carmela García Ortega y Ricardo Zugasti, "Gestión de la campaña de las elecciones generales de 2016 en las cuentas de Twitter de los candidatos: entre la autorreferencialidad y la hibridación mediática", *El profesional de la información* Vol: 27 num 6 (2018): 1215-1224.

² Luisa Vega Caro; Alba Vico Bosch y Ángeles Rebollo Catalán, "Motivaciones de uso de las redes sociales para el desarrollo del capital social de las mujeres de entorno rural", *Icono 14* Vol: 13 num 2 (2015): 76-104.

³ David Caldevilla, "Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual", *Documentación de las Ciencias de la Información* Vol: 33 (2010): 45-68; Vicente Díaz Gandasegui, "Mitos y realidades de las redes sociales", *Prisma Social* Vol: 6 (2011): 1-26; M^a del Carmen García Galera; Mercedes del Hoyo Hurtado y Cristóbal Fernández Muñoz, "Jóvenes comprometidos en la Red: el papel de las redes sociales en la participación social active", *Comunicar* Vol: 43 num 22 (2014): 35-43; Fátima Llamas Salguero e Isabel Pagador Otero, "Estudio sobre las redes sociales y su implicación en la adolescencia", *Enseñanza & Teaching* Vol: 32 num 1 (2014): 43-57 y Erika González García y Nazaret Martínez Heredia, "Redes sociales como factor incidente en el área social, personal y académica de alumnos de Educación Secundaria Obligatoria", *Tendencias Pedagógicas* Vol: 32 (2018): 133-146.

⁴ Rocío Jiménez Cortés; Ángeles Rebollo Catalán; Rafael García Pérez y Olga Buzón García, "Motivos de uso de las redes sociales virtuales: Análisis de perfiles de mujeres rurales", *Relieve* Vol: 21 num 1 (2015): art. 2.

⁵ Rocío Arteaga Sánchez; Virginia Cortijo y Uzma Javed, "Students' perceptions of Facebook for academic purposes", *Computers & Education* Vol: 70 (2014): 138-149; Ángeles Rebollo Catalán y Alba Vico Bosch, "El apoyo social percibido como factor de la inclusión digital de las mujeres de entorno rural en las redes sociales virtuales", *Comunicar* Vol: 43 (2014): 173- 180; Chia Chen Yang, y B. Bradford Brown, "Motives for using facebook, patterns of Facebook activities, and late adolescents. Social adjustment to college", *Youth Adolescence* Vol: 42 (2013): 403-416 y Khe Foon Hew y Wing Sum Cheung, "Students' use of asynchronous voice discussion in a blended learning environment: A study of two undergraduate classes", *The Electronic Journal of e-Learning* Vol: 10 num 4 (2012): 360-367.

Hablamos de una forma de comunicación multimodal y más autónoma⁶ en tanto que cualquier persona puede acceder y compartir contenidos, propios y de otros a través de internet y las RRSS⁷. Lo que se traduce en un mayor peso y protagonismo de la ciudadanía en el proceso comunicativo.

Por otro lado, las estadísticas de implantación y uso en España de las nuevas tecnologías confirman esta tendencia. Tal y como muestra el Instituto Nacional de Estadística (INE) en su “Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Año 2019”, el 91,4% de los hogares españoles tiene acceso a la red, siendo el número de personas que han utilizado Internet de 31,7 millones (90,7% de la población de 16 a 74 años). La mayoría de estos usuarios, además, se ha conectado a través de algún dispositivo móvil (95% mediante el móvil, 31,9% por ordenador portátil y un 23,9% vía Tablet). En función de la edad, el uso de Internet por parte de los jóvenes de 16 a 24 años es universal (99,1%), siendo su participación en RRSS de carácter general, como Facebook, Twitter o YouTube también muy alta (90,6%).

Como se puede inferir a partir de estos datos, en esta época de convulsiones y cambios las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICS) han tenido un enorme impacto en la ciudadanía y particularmente en los más jóvenes. Internet, concretamente, ha modificado el tradicional paradigma comunicativo emisor-canal-receptor para darle protagonismo al usuario, a través de la interactividad que posibilita, proporcionando beneficios para todos los sujetos implicados en el proceso comunicativo.

Las RRSS como máximo exponente de las NTICS, han cambiado la vida de las personas y transformado las formas de comunicación, revolucionando el panorama de las relaciones interpersonales, proporcionando nuevos beneficios y ofreciendo nuevos modos, nuevos caminos y nuevas e innovadoras formas de interacción e intercambio de mensajes para todos los sujetos implicados en el proceso comunicativo. Un proceso que no sólo ha cambiado las bases de la comunicación convencional, sino que propone un cambio de paradigma⁸ en la comunicación interpersonal, colectiva y masiva. La formación en alfabetización mediática conecta los dominios educativos y comunicativos, resultando la educomunicación un recurso necesario en la configuración de la sociedad. Pero previamente a la aplicación de un determinado programa o proyecto de educación en el entorno digital es necesario comprender cuál es el contexto digital en el que una región o grupo de población concretos se mueve, como es el caso del presente trabajo, que busca analizar la relación entre los jóvenes universitarios y las RRSS. Estos jóvenes, nacidos en la era digital, son usuarios habituales de las redes sociales, a través de las cuales se entretienen, se divierten, se informan y se comunican. Se trata por tanto de un grupo poblacional que ha crecido inmerso en las Nuevas Tecnologías, desarrollándose entre equipos informáticos, videoconsolas y todo tipo de dispositivos digitales, convirtiéndose los móviles y tablets, Internet y las RRSS, los videojuegos, el email o la mensajería instantánea en parte integral de sus vidas y de su realidad tecnológica.

⁶ Manuel Castells, *La Galaxia Internet* (Barcelona: Plaza y Janés, 2011).

⁷ Alba María Martínez Sala; Jesús Segarra Saavedra y Juan Monserrat Gauchi, “Los millennials como prosumers y adprosumers en las redes sociales corporativas”, *Cuadernos.info* Vol: 43 (2018): 137-159 y Marta Pérez Gabaldón y Blanca Nicasio Varea, “Campañas 2.0 en la Comunidad Valenciana: las primarias en Coalició Compromís y Ciudadanos como estudio de caso”, *Ámbitos* Vol: 29 (2015).

⁸ Laura Bautista Sancho, “Los cambios en la web 2.0: una nueva sociabilidad”, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* Vol: 18 (2012): 121-128.

En este sentido y dado el imparable crecimiento de las redes sociales entre la población, el uso que los jóvenes hacen de las mismas se ha convertido en objeto de análisis⁹. Entre los principales temas de estudio, García Jiménez, López de Ayala López y Catalina García¹⁰ o Jiménez Cortés, Rebollo Catalán, García Pérez y Buzón García¹¹ entre otros autores, destacan que las investigaciones se centran en el uso intensivo que los jóvenes hacen de las RRSS, en las motivaciones y los tipos de uso que hacen de las mismas, en la intensidad, frecuencia y las habilidades de uso de los jóvenes. También los temas de alfabetización mediática, formación y educomunicación o los efectos que las RRSS tienen en las relaciones familiares, y los relacionados con las diferencias de género o la influencia en el mundo offline son objeto de investigación. Así mismo también destacan las investigaciones que analizan el impacto en las relaciones sociales y en los procesos de construcción de la identidad.

En el caso concreto de los universitarios, Jones, Ramanau, Cross y Healing¹² analizaron los tipos de usos que el alumnado realizaba de las plataformas colaborativas. Giraldo Luque, Tejedor y Carniel Bugs¹³, por su parte, estudiaron las motivaciones y razones de uso de las RRSS por parte de los estudiantes de periodismo de América Latina y España y encontraron que estos las usan, fundamentalmente, porque les permiten comunicarse con sus amigos y familiares de una manera sencilla y por moda y status. Estos mismos autores, analizaron como los universitarios de carreras de comunicación iberoamericanos utilizan y valoran las RRSS. En este estudio, reflexionaron sobre la importancia que tienen para el desarrollo de sus relaciones y en sus procesos informativos y comunicativos¹⁴

También se encuentran trabajos que se centran en los aspectos psicológicos asociados al consumo de las RRSS, como el estudio de Valerio y Serna¹⁵ que investiga el bienestar psicológico de los jóvenes universitarios en México y la intensidad de uso de las mismas. Según los resultados de esta investigación existe una asociación negativa entre el número de horas diarias que los estudiantes dedicaron a Facebook y el bienestar

⁹June Ahn, "The Effect of Social Network Sites on Adolescents Academic and Social Development: Current Theories and Controversies", *Journal of the American Society for Information Science & Technology* Vol: 62 num 8 (2011): 1.435-1.445 y Santiago Tejedor Calvo; Ricardo Carniel Bugs y Santiago Giraldo Luque, "Millennials e internet: cómo los estudiantes de comunicación iberoamericanos utilizan y valoran las redes sociales", *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura* Vol: 60 (2019): 43-63.

¹⁰ Antonio García Jiménez; M^a Cruz López de Ayala López y Beatriz Catalina García, "Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles", *Comunicar* Vol:41 num 21 (2013): 195-204.

¹¹ Rocío Jiménez Cortés; Ángeles Rebollo Catalán; Rafael García Pérez y Olga Buzón García, "Motivos de uso de las redes sociales virtuales: Análisis de perfiles de mujeres rurales", *Relieve* Vol: 21 num 1 (2015): art. 2.

¹² Chris Jones; Ruslan Ramana; Simon Cross y Graham Healing, "Net generation or Digital Natives: Is there a distinct new generation entering university?", *Computers & Education* Vol: 54 num 3 (2010): 722-732.

¹³ Santiago Giraldo Luque; Santiago Tejedor y Ricardo Carniel Bugs, "Motivaciones de uso de las redes sociales de los estudiantes de periodismo de América Latina y España", *Informação & Sociedade: Estudos* Vol: 27 num 3 (2017): 191-203.

¹⁴ Santiago Tejedor Calvo; Ricardo Carniel Bugs y Santiago Giraldo Luque, "Millennials e internet: cómo los estudiantes de comunicación iberoamericanos utilizan y valoran las redes sociales", *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura* Vol: 60 (2019): 43-63.

¹⁵ Gabriel Valerio y River Serna, "Redes sociales y bienestar psicológico del estudiante universitario", *Revista Electronica De Investigacion Educativa* Vol: 20 num 3 (2018): 19-28.

psicológico subjetivo. Por otra parte, hay una asociación positiva entre el número de fotos que los estudiantes comparten a través de Facebook y el bienestar psicológico subjetivo. Otro aspecto que la investigación sobre los jóvenes y el uso de las RRSS ha analizado es el empoderamiento social de los universitarios: en España, por ejemplo, la investigación de Gavilán, Martínez Navarro y Fernández Lores¹⁶ afirma que los estudiantes son poco activos en RRSS informativas, es decir, son meros observadores pasivos. Prevalece la creencia de que, a pesar de que pueden participar, su capacidad para influir en su entorno y movilizar a la sociedad es bastante limitado. Desde una perspectiva académica o educativa la investigación de Sánchez Rodríguez, Ruiz Palmero y Sánchez Rivas¹⁷ sugiere que los estudiantes universitarios no relacionan el empleo de las redes sociales con el uso académico, debido fundamentalmente a que las instituciones educativas no otorgan a éstas el papel fundamental que poseen en el día a día de los alumnos. En cuanto a cuestiones de adicción no se observaron graves problemas a pesar del uso continuado de las RRSS. En cualquier caso, éstas forman parte de las herramientas básicas y habituales de comunicación entre los jóvenes universitarios y se utilizan para fines eminentemente lúdicos, mientras que las herramientas más académicas son aquellas que permiten un mayor control de la privacidad¹⁸.

Ruiz Cartagena¹⁹, por su parte, resume alguna de las características principales que definen a este grupo y entre las que destacan la alta exposición a la tecnología y la información, el uso intensivo que hacen de las RRSS, un comportamiento multiplataforma y multitarea o la necesidad que tienen de socialización y de conexión, entre otros.

En definitiva, desde la perspectiva de los usuarios más jóvenes, tal y como se puede desprender de investigaciones previas y como confirman las estadísticas, las nuevas tecnologías están totalmente presentes en su día a día desempeñando un papel clave en su vida cotidiana e influyen notablemente en sus actividades, en el desarrollo de sus relaciones sociales, su consumo o su aprendizaje, entre otros. Este contexto, en el que los jóvenes tienen acceso a la tecnología (Internet, teléfono móvil, tablets, ordenadores personales y portátiles...) y se apropian de ella y de las herramientas y posibilidades que les ofrecen son el punto de partida de la presente investigación, de tal manera que se quiere profundizar en la relación entre un grupo de jóvenes concreto, los universitarios, con las redes sociales.

Objetivos y Metodología

Esta investigación busca contribuir al desarrollo del conocimiento en este campo de estudio para lo que se ha tratado de hacer un diagnóstico general de la relación que los universitarios mantienen con las redes sociales y que sirve de punto de partida a la hora de articular los objetivos de esta investigación. Así, este trabajo tiene como objetivo

¹⁶ Diana Gavilán; Gema Martínez Navarro y Susana Fernández Lores, "Universitarios y redes sociales informativas: Escepticos totales, moderados duales o pro-digitales", *Comunicar* Vol 25 num 53 (2017): 61.

¹⁷ José Sánchez Rodríguez; Julio Ruiz Palmero y Enrique Sánchez Rivas, "Uso problemático de las redes sociales en estudiantes universitarios", *Revista Complutense De Educación* Vol: 26 (2015): 159-174.

¹⁸ M^a Paz Prendes Espinosa; Isabel Gutiérrez Porlán y Linda Castañeda Quintero, "Perfiles de uso de redes sociales: estudio descriptivo con alumnado de la Universidad de Murcia", *Revista Complutense de Educación* Vol: 26 (2015): 175-19.

¹⁹ José Javier Ruiz Cartagena, "Millennials y redes sociales: estrategias para una comunicación de marca efectiva", *Miguel Hernández Communication Journal* Vol: 12 num 8 (2017): 347-367.

general analizar los hábitos, usos y comportamientos de los universitarios españoles en las RRSS. Más específicamente, se quiere:

1. Analizar la percepción que los universitarios tienen de las RRSS
2. Explorar los hábitos de uso las RRSS por parte de los universitarios
3. Analizar las principales motivaciones para el uso de las RRSS por los universitarios
4. Identificar los riesgos que los universitarios encuentran en las RRSS

Para la consecución de los objetivos de investigación se ha desarrollado una investigación de carácter descriptivo, aplicada mediante la obtención de información primaria cuantitativa a partir del método de la encuesta, por entrevista personal con cuestionario estructurado, a una muestra representativa de la comunidad universitaria de la Universidad de Cádiz (UCA), basándonos para este diseño en Grande Esteban y Abascal Fernández²⁰.

El cuestionario ha sido diseñado a partir de una revisión de fuentes secundarias y en función de los objetivos marcados para lo que se definieron, previamente, las siguientes variables de estudio.

Objetivos	Variables
Analizar la percepción que los universitarios tienen de las RRSS	Actitudes y creencias
Explotar los hábitos de uso de las RRSS por parte de los universitarios	Tiempo de conexión Lugar de conexión Dispositivo de acceso Usos
Analizar las principales motivaciones para el uso las RRSS por los universitarios	Motivos de uso
Identificar los riesgos que los universitarios encuentran en las RRSS	Peligros que implica

Tabla 1
Objetivos y variables de análisis
Fuente: elaboración propia

Se elaboró un primer cuestionario, que fue pretestado por una muestra de alumnos y sobre el que se hicieron una serie de modificaciones, quedando el cuestionario definitivo formado por 15 preguntas.

La población sobre la que se realiza el trabajo de campo está conformada por los alumnos del Campus de Jerez de la UCA, en las siguientes titulaciones de grado: Criminología (CRI), Derecho (DER), Gestión y Administración Pública (GAP), Marketing e Investigación de Mercados (MIM), Publicidad y Relaciones Públicas (PRP), Turismo (TUR), Administración y Dirección de Empresas (GADE), y las dobles titulaciones TUR+MIM, PRP+MIM, PRP+TUR, GADE+DER. El total de matriculados en cada uno de los grados y dobles grados en el curso 2017/2018 tal y como se puede ver en la tabla 2 es de 3712 alumnos.

²⁰ Ildefonso Grande Esteban y Elena Abascal Fernández, Fundamentos y técnicas de investigación comercial (Madrid: Ed. ESIC, 2011).

Grado	1º	2º	3º	4º	5º	Total
CRI	99	81	84	111		375
DER	305	248	236	196		985
GAP	63	24	46	68		201
MIM	190	97	71	111		469
MIM+TUR	26	16	14	17	27	100
PRP	90	74	78	107		349
PRP+MIM	22	19	17	18	28	104
PRP+TUR	23	19	19	19	26	106
TUR	133	92	65	151		441
ADE+DER	23	16	17	17		73
GADE	147	113	197	142		509
Total	1121	799	754	957	81	3712

Tabla 2

Datos poblacionales

Fuente: elaboración propia a partir del censo de la Secretaría General de la UCA

Para el cálculo de la muestra se ha realizado un muestreo aleatorio simple (MAS) siendo las condiciones para el cálculo del tamaño muestral las que aparecen en la ficha técnica.

Método de muestreo	Por cuotas, con cálculo del tamaño muestral mediante muestreo aleatorio simple y estratificado con afijación proporcional, por criterios de titulación y curso académico.
Población	3712
Nivel de confianza	95,5% (k=2)
Varianza	P=Q=0,5
Error	+/- 3,5%
Muestra diseñada	669

Tabla 3

Ficha técnica

Fuente: elaboración propia

Teniendo en cuenta que la población se divide en estratos, para el reparto de la muestra se ha procedido a realizar una afijación proporcional quedando finalmente, dicho reparto, de la siguiente manera.

Grado	1º	2º	3º	4º	5º	Total
CRI	18	15	15	20		68
DER	55	45	43	35		178
GAP	11	4	8	12		35
MIM	34	17	13	20		84
MIM+TUR	5	3	3	3	5	19
PRP	16	13	14	19		62
PRP+MIM	5	3	3	3	5	19
PRP+TUR	5	3	3	3	5	19
TUR	24	17	12	27		80
ADE+DER	5	3	3	3		14
GADE	26	20	19	26		91
Total	204	143	136	171	15	669

Tabla 4

Reparto de la muestra por afijación proporcional

Fuente: elaboración propia

Una vez calculada y repartida la muestra entre los distintos estratos, se procedió a realizar el trabajo de campo, se elaboró el libro de códigos y se creó la base de datos con los resultados obtenidos en las encuestas. Dicha información fue analizada con el software estadístico SPSS y los resultados son los que se desarrollan a continuación.

Resultados

La percepción fue medida a partir de una serie de afirmaciones referidas a actitudes y creencias sobre las RRSS. Los encuestados debían contestar en base a una escala Likert 1-4, siendo 1 Nada de acuerdo y 4 Totalmente de acuerdo.

	Media	Moda	Desviación Estándar
Sirven para mantener las relaciones sociales	3,12	3	,801
Son útiles para la búsqueda de trabajo	3,4	4	,718
Me permiten comprar todo tipo de productos y servicios	3,42	4	,711
Son útiles para buscar todo tipo de información	3,56	4	,622
Son buenas herramientas para el ocio personal y el entretenimiento	3,28	3	,725
Son herramientas útiles para el aprendizaje y el estudio	3,35	4	,689
Son un gran canal para estar al día e informarse de la actualidad	3,56	4	,641
Son un gran canal de comunicación publicitario para las empresas e instituciones	3,5	4	,685

Tabla 5
Percepción de los universitarios sobre las redes sociales
Fuente: elaboración propia

Puede observarse como los universitarios consideran que las redes sociales pueden emplearse para el desarrollo de múltiples cuestiones, destacando la búsqueda de todo tipo de información y estar al día de la actualidad, sin olvidar el lado más mercantilista de las mismas. Los jóvenes las consideran un medio útil para sus procesos de compra.

Para el estudio de los hábitos de uso de Internet y las RRSS por parte de los universitarios se han medido 4 variables. Concretamente, la frecuencia de uso, el tiempo que pasan conectados, desde qué dispositivo acceden y qué usos hacen de las mismas cuando se conectan.

Para conocer el tiempo que pasan conectados se les preguntó de manera directa por el número de horas diarias que pasaban conectados a las RRSS, situándose el uso de la mayoría de encuestados por encima de las dos horas diarias.

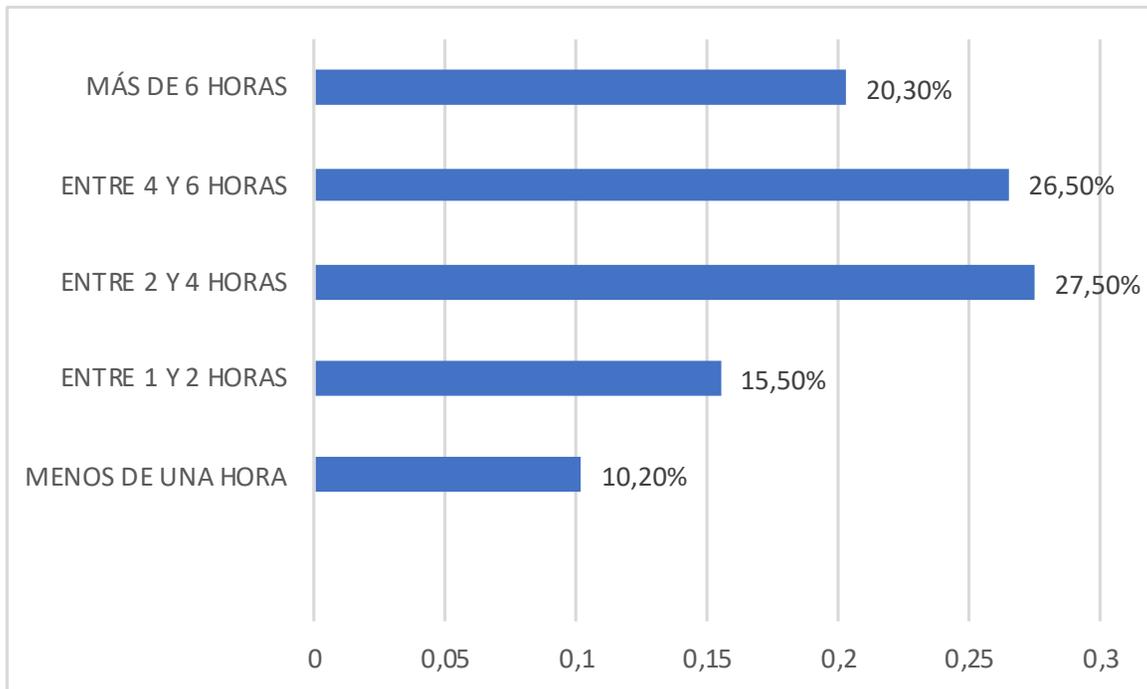


Figura 1
Tiempo de conexión
Fuente: elaboración propia

Además, para completar este aspecto se les preguntó por los principales momentos en los que accedían a las RRSS o las usaban en su día a día. En este sentido, puede afirmarse que el uso es habitual en cualquier momento si bien, y esto es positivo, la menor frecuencia la presenta la opción “mientras estoy estudiando” (46%).

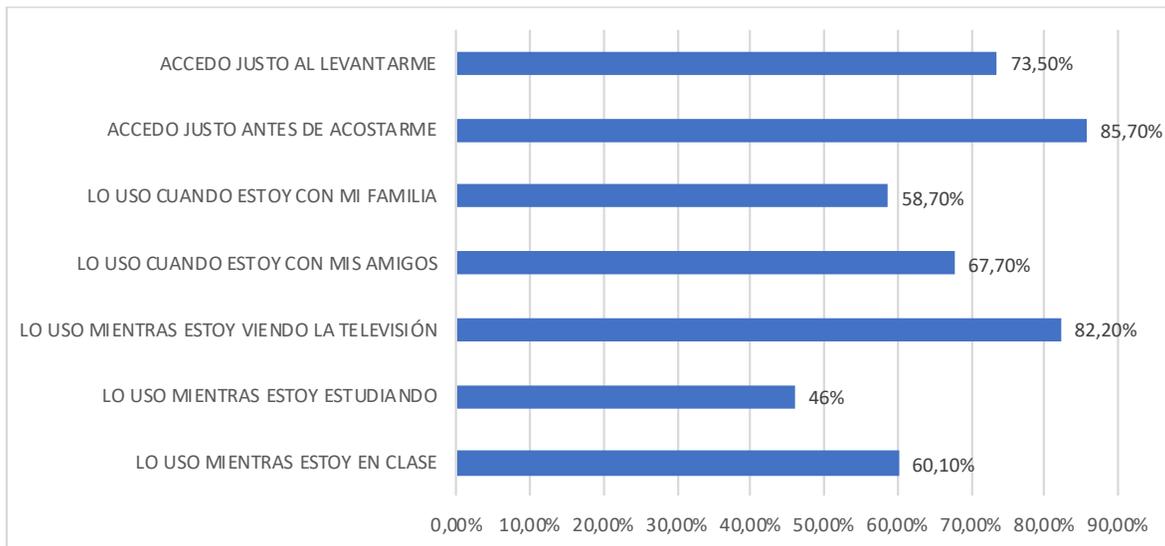


Figura 2
Momentos de uso
Fuente: elaboración propia

En cuanto a los principales dispositivos de acceso, se les indicó que señalaran cuál era el dispositivo preferente a la hora de conectarse a las RRSS. Aquí como no puede ser de otra manera dado los niveles de integración de este tipo de productos, es el Smartphone el principal dispositivo a través del que acceden.

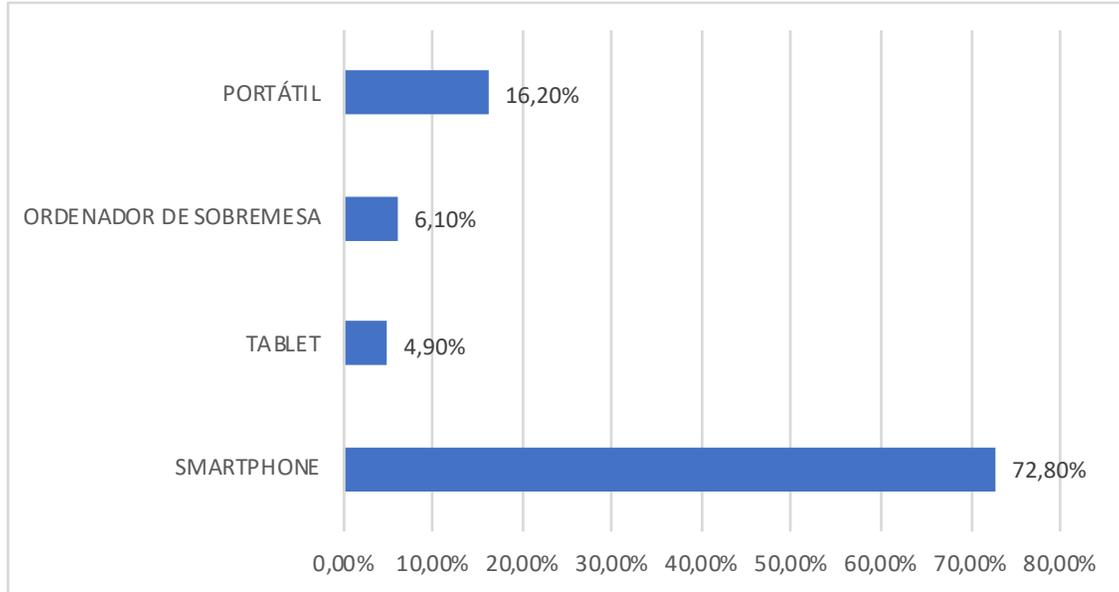


Figura 3
Dispositivos de conexión
Fuente: elaboración propia

Para alcanzar el objetivo que mide los hábitos de uso también se preguntó a los universitarios por las principales actividades o usos que le daban a las RRSS.

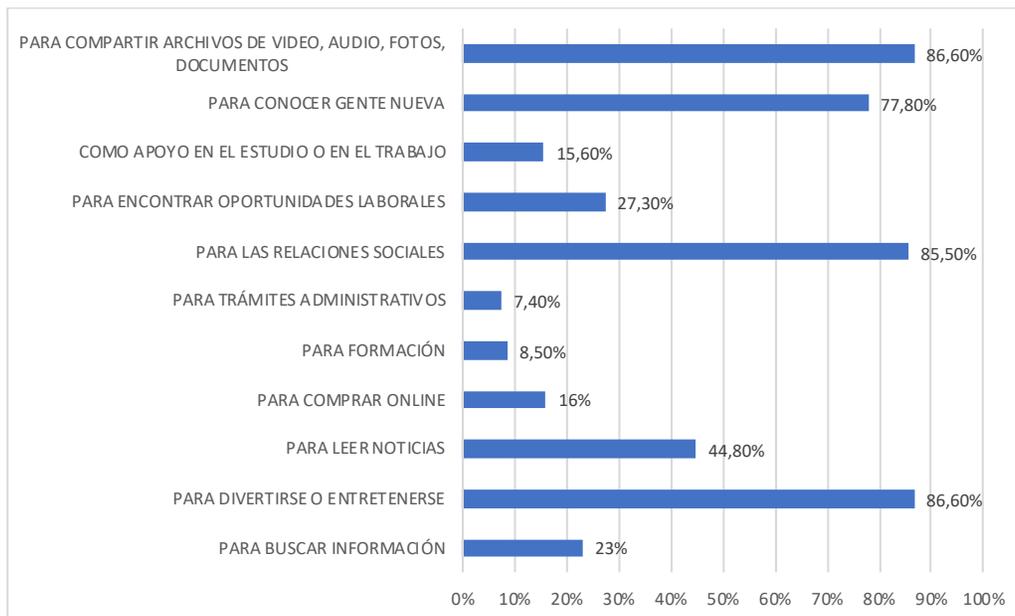


Figura 4
Principales usos de las redes sociales
Fuente: elaboración propia

Compartir vídeos, audios o fotos (86%), conocer gente (78%), divertirse y entretenerse (86%) y, en definitiva, para las relaciones sociales (85%) son los principales usos que los universitarios hacen cuando se conectan a sus RRSS. Es interesante comprobar como no usan las redes sociales para una cuestión clave para estos universitarios como es la búsqueda de oportunidades laborales.

Para completar la información, también se les cuestionó por el tipo de contenido que consumían y compartían en las RRSS. Fotografías y vídeos son los más consumidos y los más compartidos, aunque también destaca la búsqueda de noticias informativas de carácter general. En línea con la pregunta anterior, el relacionado con las ofertas laborales es el tipo de contenido que menos consumen los universitarios.

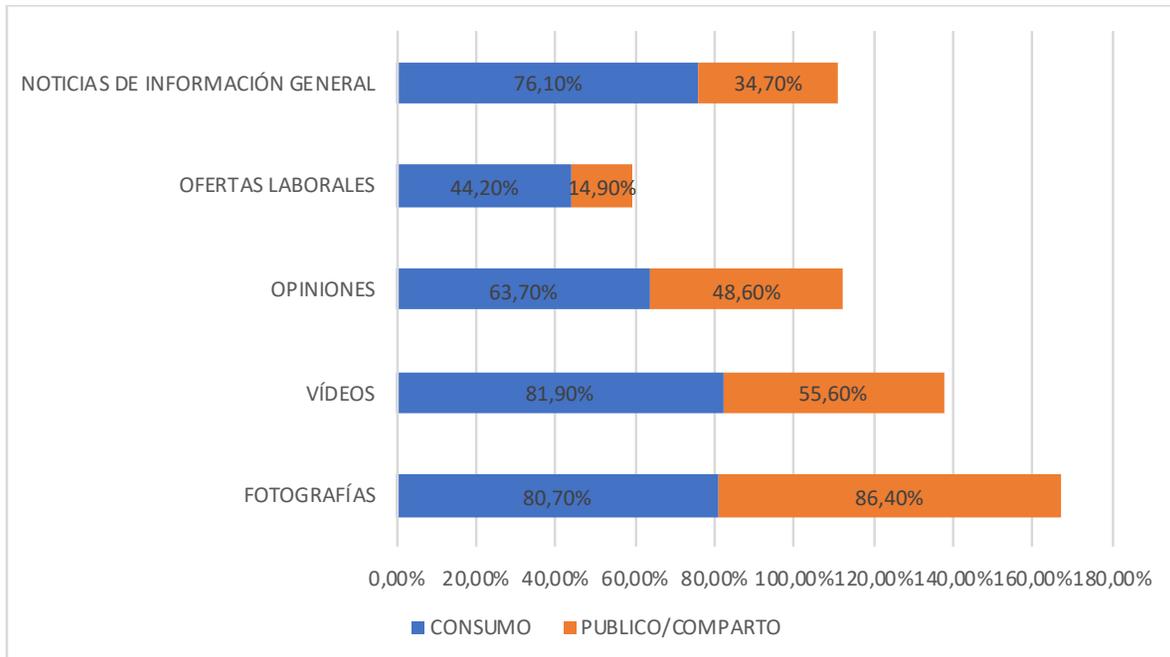


Figura 5
Consumo y creación de contenidos
Fuente: elaboración propia

Finalmente, se preguntó sobre el número de RRSS en las que tenían perfil activo (en porcentaje sobre el total de la muestra), y el grado de interés de las mismas (medido a partir de una escala Likert 1-5).

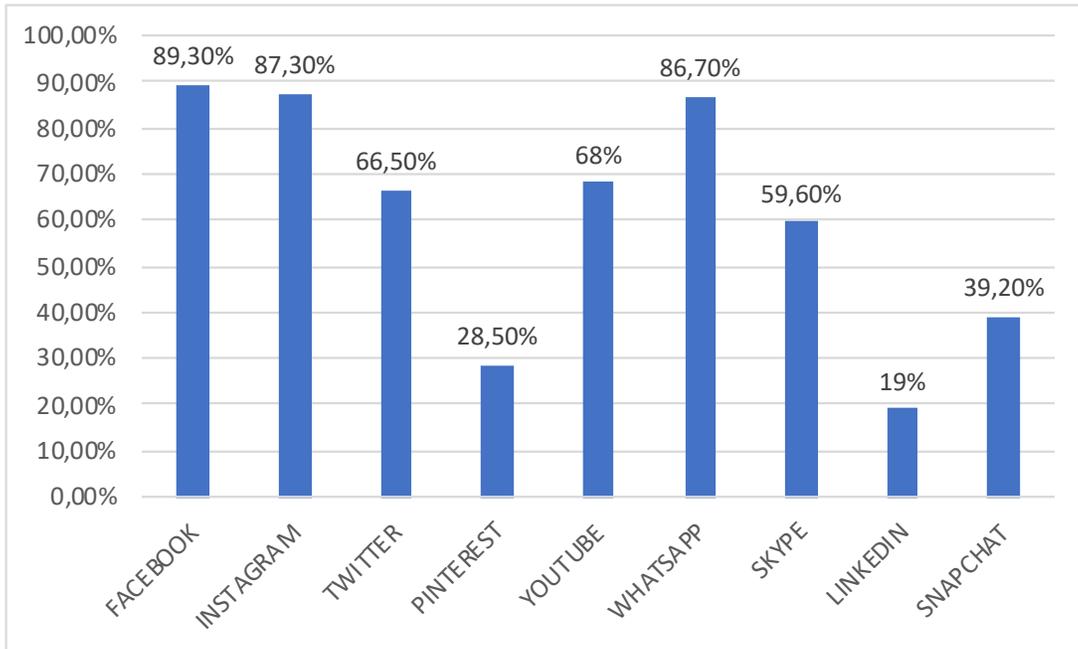


Figura 6
 Perfil activo en redes sociales
 Fuente: elaboración propia

WHATSAPP	4,63
INSTAGRAM	4,18
YOUTUBE	3,97
FACEBOOK	3,3
TWITTER	3,02
LINKEDIN	2,92
PINTEREST	2,66
SKYPE	2,53
SNAPCHAT	2,18

Tabla 6
 Grado de interés de las RRSS
 Fuente: elaboración propia

Como puede comprobarse en el gráfico 6 el 89.30% de los estudiantes encuestados tienen un perfil activo en Facebook, seguido de Instagram y Whatsapp, aunque el mayor interés está en esta última red social. Un dato que destaca es el interés que muestran en Youtube. Sin embargo, no todos (68%) tienen un perfil activo en dicha plataforma. Otra información interesante es el poco grado de interés en redes de búsqueda de empleo como LinkedIn lo que coincide con uno de los resultados especificados en el gráfico 4, que muestra que las RRSS no se suelen utilizar para encontrar oportunidades laborales.

El tercer objetivo pretende medir las principales motivaciones por las que los usuarios hacen uso de las RRSS. Para ello se le solicitó a los encuestados que mostraran su grado de acuerdo (a partir de una escala Likert siendo 1 nada de acuerdo y 4 totalmente de acuerdo) con una serie de afirmaciones relativas a los principales motivos por los que se usan las mismas.

	Media	Moda	Desviación Estándar
Para comentar las publicaciones de los demás	2,4	2	,957
Para compartir mi día a día	2,43	3	1,082
Para mantener el contacto con mis amigos	3,32	4	,786
Para mantener el contacto con la familia	2,7	3	1,080
Para buscar pareja	1,67	1	1,007
Para expresar mis opiniones libremente	2,52	3	,992
Para usar aplicaciones y juegos	2,57	3	1,047
Porque me hacen sentir bien	2,28	2	1,011
Para seguir empresas y marcas	2,87	3	1,003
Para participar en promociones de marcas y productos	2,39	1	1,108
Para estar al día de la comunicación que las marcas realizan	2,82	3	,932

Tabla 7

Motivos de uso de las redes sociales

Fuente: elaboración propia

Como se indica en la tabla 7 la principal fuente de motivación de los estudiantes es la de estar en contacto con los amigos y la familia, lo que es inherente a la propia naturaleza social de las RRSS. De hecho, mantener relaciones sociales es una de las percepciones que tiene el alumnado sobre estas herramientas (tabla 5). En este sentido es preciso señalar que los estudiantes universitarios usan las RRSS principalmente para compartir vídeos, fotos, audios o documentos, para divertirse o entretenerse, y expresar sus opiniones. Esta es la forma que tienen de compartir su día a día.

Otro dato a destacar es que seguir a empresas y marcas es la segunda motivación más valorada por los estudiantes. Sin embargo, no usan las RRSS para la compra on line, como se muestra en el gráfico 4, a pesar de afirmar que permiten comprar todo tipo de productos y servicios y son percibidas como un gran canal de comunicación publicitario para las empresas e instituciones. De hecho, también una de las motivaciones más valoradas es la de estar al día de la comunicación que las marcas realizan. Sin embargo, participar en promociones de marcas y productos no es una actividad que les motive especialmente.

Por último, se quisieron conocer los principales riesgos asociados al uso de las RRSS. Para ello se les planteó a los universitarios una pregunta abierta para que identificasen los dos peligros que más le preocupaban a la hora de usar las mismas.

La pérdida de privacidad (43,4%), el robo de la identidad (11,5%) y el bullying (10,5%) fueron las tres principales problemáticas asociadas a la utilización de las RRSS. Aunque también destacaron la presencia de FakeNews (9,8%), problemas de seguridad (8,7%) y la existencia de contenido no apropiado (2,6%) como algunos de los principales problemas que traen aparejadas las RRSS.

En relación a los principales riesgos asociados al uso de las RRSS destaca el hecho de que la pérdida de privacidad es el más mencionado, a pesar de afirmar en los resultados que la principal motivación de uso es compartir el día a día (tabla 7) y fotos (gráfico 5). Además, han aludido al contenido no apropiado en un bajo porcentaje a pesar de consumir vídeos y fotos en más de un 80%.

Conclusiones

Como se comentó en la introducción, el fin de este trabajo es contribuir a mejorar el corpus de conocimiento sobre el uso que los más jóvenes hacen de las redes sociales. Los resultados que se desprenden son una prueba más de la integración de las mismas en el día a día de los universitarios. Desde un punto de vista general, las RRSS forman parte de su vida y hacen un uso intensivo de ellas conectándose de media unas 3 horas diarias, preferentemente, a través de sus smartphones. Así mismo, cuentan con perfiles en las principales RRSS y el interés que tienen por ellas es alto. Si bien, aunque Facebook es la red social con más perfiles activos no es la que suscita el mayor interés, puesto que ocupa Whatsapp con un porcentaje de perfiles activos similar a Facebook. Esta última red social ocupa el cuarto puesto después de Whatsapp, Instagram y Youtube. Esto denota que hay redes que, en un momento fueron las más utilizadas, pero cada vez se usan menos como son los casos de Facebook y Twitter, dando paso a otras nuevas plataformas como TikTok²¹.

Profundizando más en el uso que hacen, los universitarios acceden por tres motivos principales: las relaciones sociales, especialmente para mantener el contacto con los amigos o la familia; el intercambio de información, ya sea compartiendo fotos o vídeos o leyendo noticias de información general; y el entretenimiento, por ejemplo, comentando las publicaciones de los demás, lo que está en línea con otras investigaciones relacionadas con el uso que los jóvenes hacen de las RRSS²². En cuanto a este uso, un aspecto cuanto menos llamativo tratándose de un segmento poblacional que está a un paso de acceder al mercado laboral es si bien es destacable el uso las RRSS como vía para encontrar oportunidades de empleo, aspecto que se corrobora con la percepción que se tiene de las RRSS, está muy por debajo de los usos mencionados anteriormente.

Así mismo, no se suelen usar las RRSS para buscar información laboral o relacionada con la formación, a pesar de que son consideradas útiles para este cometido. Otro dato a destacar es que los estudiantes están motivados a seguir a empresas y marcas en las RRSS y estar al día de la comunicación que las marcas realizan. Sin embargo, no las usan para la compra on line, a pesar de afirmar que permiten comprar todo tipo de productos y servicios y son percibidas como un gran canal de comunicación publicitario.

Finalmente, uno de los aspectos clave cuando se habla de RRSS es el de los riesgos y peligros asociados al uso de los mismos. Adicciones, acceso a contenidos inapropiados, acoso, amenazas a la privacidad, riesgos de seguridad y técnicos (virus, malware, troyanos, etc.), robos de identidad, bullying, desinformación... son algunos de

²¹ IABSpain, Top tendencias digitales 2020 (Madrid: IABSpain, 2020).

²² Rocío Arteaga Sánchez; Virginia Cortijo y Uzma Javed, "Students' perceptions of Facebook for academic purposes", *Computers & Education* Vol: 70 (2014): 138–149; Chia Chen Yang y B. Bradford Brown, "Motives for using facebook, patterns of Facebook activities, and late adolescents. Social adjustment to college", *Youth Adolescence* Vol: 42 (2013): 403–416; Khe Foon Hew y Win Sum Cheung, "Students' use of asynchronous voice discussion in a blended learning environment: A study of two undergraduate classes", *The Electronic Journal of e-Learning* Vol: 10 num 4 (2012): 360-367; Nazan Dogruer; Ipek Menevis y Ramadam Eyyam, "What is the motivation for using Facebook?", *Procedia Social and Behavioral Sciences* Vol: 15 (2011): 2642–2646 y Kuan Yu Lin y His Peng Lu, "Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory", *Computers in Human Behavior* Vol: 27 num 3 (2011): 1152-1161.

estos riesgos y, en general, los universitarios los tienen asumidos e identificados. No obstante, un uso seguro de las RRSS debe llevar asociadas prácticas de alfabetización mediática²³ que permitan a los jóvenes ser conscientes de dichos peligros, entiendan sus consecuencias y, por tanto, que se formen en el uso crítico, responsable y ético de las RRSS.

Esta investigación, en definitiva, ha ofrecido una panorámica general sobre la relación que los universitarios mantienen con las redes sociales, y si bien se ha trabajado con una muestra amplia, ésta está limitada geográficamente por lo que se considera necesario ampliar el marco de estudio a todos los universitarios españoles para tener una perspectiva completa de la situación. Por otro lado, permite abrir nuevas vías de estudio, especialmente las derivadas de la línea de investigación en educomunicación y alfabetización mediática, y que profundicen en el proceso formativo de este grupo poblacional a la hora de usar las RRSS de una manera responsable.

Referencias bibliográficas

Ahn, June. "The Effect of Social Network Sites on Adolescents Academic and Social Development: Current Theories and Controversies". *Journal of the American Society for Information Science & Technology* Vol: 62 num 8 (2011): 1.435-1.445.

Arteaga Sánchez, Rocío; Cortijo, Virginia y Javed, Uzma. "Students' perceptions of Facebook for academic purposes". *Computers & Education* Vol: 70 (2014): 138–149.

Bautista Sancho, Laura. "Los cambios en la web 2.0: una nueva sociabilidad". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* Vol: 18 (2012): 121-128.

Caldevilla, David. "Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual". *Documentación de las Ciencias de la Información* Vol: 33 (2010): 45-68.

Castells, Manuel. *La Galaxia Internet*. Barcelona: Plaza y Janés. 2011.

De Frutos Torres; Belinda y Marcos Santos, Mercedes. "Disociación entre las experiencias negativas y la percepción de riesgo de las redes sociales en adolescentes". *El Profesional de la Información* Vol: 26 num 1 (2017): 88-96.

²³ Santiago Tejedor Calvo; Ricardo Carniel Bugs y Santiago Giraldo Luque, "Millennials e internet: cómo los estudiantes de comunicación iberoamericanos utilizan y valoran las redes sociales", *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura* Vol: 60 (2019): 43-63; Sergio Rivera Magos y Bruno Carriço Reis, Bruno. "Jóvenes mexicanos en contexto digital: prácticas online que llevan a riesgos", en *Jóvenes, participación y medios de comunicación digitales en América Latina*, eds. Daniel Barredo Ibáñez; Magda Rodrigues da Cunha y Jorge Hidalgo Toledo (La Laguna: Cuadernos Artesanos de Comunicación, 2019), 133-161; Belinda De Frutos Torres y Mercedes Marcos Santos, "Disociación entre las experiencias negativas y la percepción de riesgo de las redes sociales en adolescentes", *El Profesional de la Información* Vol: 26 num 1 (2017): 88-96 y Roberto Guerrero Vega, "Redes sociales: riesgos y amenazas", *Cuaderno Jurídico y Político* Vol: 2 num 7 (2017): 1-4.

Díaz Gandasegui, Vicente. "Mitos y realidades de las redes sociales". Prisma Social Vol: 6 (2011): 1-26.

Dogruer, Nazan; Menevis, Ipek y Eyyam, Ramadam. "What is the motivation for using Facebook?". Procedia Social and Behavioral Sciences Vol: 15 (2011): 2642–2646.

García Galera, María del Carmen; del Hoyo Hurtado, Mercedes y Fernández Muñoz, Cristobal. "Jóvenes comprometidos en la Red: el papel de las redes sociales en la participación social active". Comunicar Vol: 43 num 22 (2014): 35-43.

García Jiménez, Antonio; López de Ayala López, María Cruz y Catalina García, Beatriz. "Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles". Comunicar Vol:41 num 21 (2013): 195-204.

García Ortega, Carmela y Zugasti, Ricardo. "Gestión de la campaña de las elecciones generales de 2016 en las cuentas de Twitter de los candidatos: entre la autorreferencialidad y la hibridación mediática". El profesional de la información Vol: 27 num 6 (2018): 1215-1224.

Gavilán, Diana; Martínez Navarro, Gema y Fernández Lores, Susana. "Universitarios y redes sociales informativas: Escepticos totales, moderados duales o pro-digitales". Comunicar Vol 25 num 53 (2017): 61.

Giraldo Luque, Santiago; Tejedor, Santiago y Carniel Bugs, Ricardo. "Motivaciones de uso de las redes sociales de los estudiantes de periodismo de América Latina y España". Informação & Sociedade: Estudos Vol: 27 num 3 (2017): 191-203.

González García, Erika y Martínez Heredia, Nazaret. "Redes sociales como factor incidente en el área social, personal y académica de alumnos de Educación Secundaria Obligatoria". Tendencias Pedagógicas Vol: 32 (2018): 133-146.

Grande Esteban, Ildelfonso y Abascal Fernández, Elena. Fundamentos y técnicas de investigación comercial. Madrid: Ed. ESIC. 2011.

Guerrero Vega, Roberto. "Redes sociales: riesgos y amenazas". Cuaderno Jurídico y Político Vol: 2 num 7 (2017): 1-4.

Hew, Khe Foon y Cheung, Wing Sum. "Students' use of asynchronous voice discussion in a blended learning environment: A study of two undergraduate classes". The Electronic Journal of e-Learning Vol: 10 num 4 (2012): 360-367.

IABSpain. Top tendencias digitales 2020. Madrid: IABSpain. 2020

Instituto Nacional de Estadística. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Año 2019. Madrid: INE. 2019.

Jiménez Cortés, Rocío; Rebollo Catalán, Ángeles; García Pérez, Rafael y Buzón García, Olga. "Motivos de uso de las redes sociales virtuales: Análisis de perfiles de mujeres rurales". Relieve Vol: 21 num 1 (2015): art. 2

Jones, Chris; Ramanau, Ruslan; Cross, Simon y Healing, Graham. "Net generation or Digital Natives: Is there a distinct new generation entering university?". Computers & Education Vol: 54 num 3 (2010): 722-732.

Lin, Kuan Yu y Lu, His Peng. "Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory". Computers in Human Behavior Vol: 27 num 3 (2011): 1152-1161.

Llamas Salguero, Fátima y Pagador Otero, Isabel. "Estudio sobre las redes sociales y su implicación en la adolescencia". Enseñanza & Teaching Vol: 32 num 1 (2014): 43-57.

Marín Dueñas, Pedro Pablo y Díaz Guerra, Aurora. "Uso de Twitter por los partidos y candidatos políticos en las elecciones autonómicas de Madrid 2015". Ámbitos. Revista internacional de comunicación Vol: 32 (2016).

Martínez Sala, Alba María; Segarra Saavedra, Jesús y Monserrat Gauchi, Juan. "Los millennials como prosumers y adprosumers en las redes sociales corporativas". Cuadernos.info Vol: 43 (2018): 137-159.

Pérez Gabaldón, Marta y Nicasio Varea, Blanca. "Campañas 2.0 en la Comunidad Valenciana: las primarias en Coalició Compromís y Ciudadanos como estudio de caso". Ámbitos Vol: 29 (2015).

Prendes Espinosa, M^a Paz; Gutiérrez Porlán, Isabel y Castañeda Quintero, Linda. "Perfiles de uso de redes sociales: estudio descriptivo con alumnado de la Universidad de Murcia". Revista Complutense de Educación Vol: 26 (2015): 175-19.

Rivera Magos, Sergio y Carriço Reis, Bruno. "Jóvenes mexicanos en contexto digital: prácticas online que llevan a riesgos". En Jóvenes, participación y medios de comunicación digitales en América Latina, editado por Daniel Barredo Ibáñez, Magda Rodrigues da Cunha y Jorge Hidalgo Toledo. La Laguna: Cuadernos Artesanos de Comunicación. 2019. 133-161

Ruiz Cartagena, José Javier. "Millennials y redes sociales: estrategias para una comunicación de marca efectiva". Miguel Hernández Communication Journal Vol: 12 num 8 (2017): 347-367.

Sánchez Rodríguez, José; Ruiz Palmero, Julio, y Sánchez Rivas, Enrique. "Uso problemático de las redes sociales en estudiantes universitarios". Revista Complutense De Educación Vol: 26 (2015): 159-174.

Tejedor Calvo, Santiago; Carniel Bugs, Ricardo y Giraldo Luque, Santiago. "Millennials e internet: cómo los estudiantes de comunicación iberoamericanos utilizan y valoran las redes sociales". Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura Vol: 60 (2019): 43-63.

Valerio, Gabriel, y Serna, River. "Redes sociales y bienestar psicologico del estudiante universitario". Revista Electronica De Investigacion Educativa Vol: 20 num 3 (2018): 19-28.

Los universitarios y su relación con las redes sociales: un análisis de sus hábitos, comportamientos y motivaciones... pág. 143

Vega Caro, Luisa; Vico Bosch, Alba y Rebollo Catalán, Ángeles. "Motivaciones de uso de las redes sociales para el desarrollo del capital social de las mujeres de entorno rural". Icono 14 Vol: 13 num 2 (2015): 76-104.

Yang, Chia Chen y Brown, B. Bradford. "Motives for using facebook, patterns of Facebook activities, and late adolescents. Social adjustment to college". Youth Adolescence Vol: 42 (2013): 403–416.

REVISTA
INCLUSIONES M.R.
REVISTA DE HUMANIDADES
Y CIENCIAS SOCIALES

CUADERNOS DE SOFÍA
EDITORIAL

Las opiniones, análisis y conclusiones del autor son de su responsabilidad y no necesariamente reflejan el pensamiento de **Revista Inclusiones**.

La reproducción parcial y/o total de este artículo debe hacerse con permiso de **Revista Inclusiones**.