

Impacto de las Redes Sociales en estudiantes de nivel Superior

Francisco Gutiérrez Vera

Instituto Tecnológico de Celaya
francisco.gutierrez@itcelaya.edu.mx

Claudia Cristina Ortega González

Instituto Tecnológico de Celaya
claudia.ortega@itcelaya.edu.mx

Juan José Martínez Nolasco

Instituto Tecnológico de Celaya
juan.martinez@itcelaya.edu.mx

Claudia Rodríguez Lemus

Instituto Tecnológico de Roque

Resumen

La historia las redes sociales comenzó en 1989 con las páginas WEB, su inventor nunca imagino que este medio permitiría a millones de habitantes no solo ofertar productos sino compartir su vida con extraños a miles de kilómetros, la WEB es un medio de cultivo de experimentos sociales en una creciente población de internautas deseosos de compartir o conocer información, la WEB se ha vuelto tan importante que una frase dice “Si no estás en la WEB no Existes”. Las redes sociales también se han vuelto un problema para la sociedad ya que afecta el rendimiento de las personas (adicción), si una persona se desvela por estar revisando sus cuentas o utilizando los **gadgets** (aplicaciones), al día siguiente su rendimiento se verá afectado, si es un trabajador, estudiante o ama de casa el efecto es el mismo, sin embargo este nuevo medio a permitido unir personas y compartir muchas cosas. En este trabajo se

presenta el resultado estadístico de aplicar una encuesta a 1000 estudiantes universitarios de diferentes carreras, al conocer los diversos usos que le dan a las redes sociales y el tiempo que invierten diariamente, concluyendo sobre el impacto positivo y negativo de las mismas.

1. Introducción

1.1 La WEB

La WEB (**World Wide Web**) es uno de los servicios que ofrece el INTERNET, y hay una cantidad muy grande de personas que piensan que son lo mismo, técnicamente no lo son, ya que Internet es un conjunto de servicios de transferencia de datos y las páginas WEB son solo una parte de ellas, sin embargo cada vez surgen más herramientas de páginas web que prácticamente encontramos todos los servicios de Internet en ellas. Desde sus orígenes, la Web fue concebida como una herramienta de compartir información que terminó por ser de tipo social.

Cuando Tim Berners-Lee creó a principios de los años 90 el World Wide Web para comunicarse con sus pares se quedó corto en la visión de su idea ya que fue evolucionando cuando las personas se dieron cuenta de lo valioso que era este nuevo medio y muy en particular las empresas vieron un medio de comunicación de gran penetración para difundir la información de sus productos rompiendo la barrera limitante de las distancias, por supuesto que la limitante en la década de los 90's, era que los medios de transferencia eran pocos y limitados en el ancho de banda. Limitantes que en nuestros días se ha reducido, ya casi cualquier persona puede tener acceso a este medio de difusión.

Todo esto suena muy fácil, sin embargo han pasado 21 años para llegar al punto en el que estamos, 21 años de cambios tecnológicos que van desde la WEB 1.0 que podríamos decir comienza en 1990 y termina aproximadamente en 2003 cuando surge la Web 2.0, en donde el usuario de Internet tiene una participación activa, no sólo accediendo a la información, sino además aportando contenidos. Mediante las capacidades de la Web 2.0, el usuario de Internet pudo desempeñar funciones que anteriormente estaban restringidas a especialistas. Tales son los casos de la edición de audio, video e imagen, publicación de libros y artículos, procesamiento de información,

administración de recursos, entre muchas otras. Todas estas características y más, forman parte de las redes sociales.

1.2 Factores que hacen interesante a la WEB y a un sitio WEB

- Incluye a casi todos los servicios de Internet (correos, transferencia de archivos, despliegue de información, acceso a Bases de datos, P2P)
- No tiene barreras de espacio-tiempo.
- Casi se rompe la barrera de los idiomas (al tener traductores)
- Disponible 24 horas del día.

En la figura 1 se observan los elementos que hacen que un sitio o aplicación WEB sea muy visitado y con ello gane adeptos, de los factores expuestos en la figura 1 en el caso de las redes sociales destacan el H3, H2, H5, H4, siendo el H4 muy dependiente de lo que el usuario incorpora como la información.

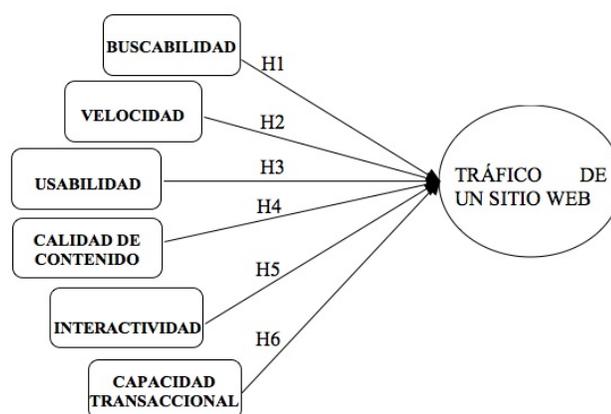


Figura 1 Factores de éxito de un sitio WEB.

1.2 Las Redes Sociales (RS)

Una red social en términos de computación es una aplicación WEB que reúne a personas que comparten intereses comunes y cuya relación puede ser por parentesco, grupos sociales, escuelas, o cualquier otra. Es parecido a hacer un club en donde uno decide a quien dejar entrar y a quién no (figura 2).

Aunque se reconoce en Internet a **Friendster** como la primer red social de este medio creada en 2002, son otras las que han popularizado el concepto al volverse empresas de escala mundial en muy poco tiempo como FaceBook y Twitter.

Si existen tantas formas tecnológicas de comunicarse como e-mail, chats, mensajes de texto, teléfono, mensajeros y blogs por ejemplo, se le pregunto a un grupo de alumnos ¿Que parte de la comunicación cubren las redes sociales? La mejor respuesta fue que más que cubrir un hueco, cubren a las demás, es decir, incluyen las características de las otras permitiendo con ello en pocos clicks acceder a las demás desde una sola. Pero otra respuesta recurrente es por conocer cómo funciona eso nuevo que va saliendo.

Más allá que las RS son una forma de comunicación, se han convertido en empresas cuya derrama económica está tasada en millones de dólares, todo esto debido a la publicidad vertida en ellas, y por lo mismo cada vez las RS buscan incorporar nuevos GADGETS (dispositivos, herramientas, opciones), que en algunos casos hacen a la RS adictiva, por ejemplo tener una granja o jugar una aplicación en línea con los “**amigos**”.



Figura 2 Las Redes sociales.

2. Metodología seguida

2.1 La encuesta

La encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados. Con la encuesta se trata de "obtener, de manera sistemática y ordenada, información sobre las variables que intervienen en una investigación, y esto sobre una población o muestra

determinada. Esta información hace referencia a lo que las personas son, hacen, piensan, opinan, sienten, esperan, desean, quieren u odian, aprueban o desaprueban, o los motivos de sus actos, opiniones y actitudes" (Visauta, 1989: 259). A diferencia del resto de técnicas de entrevista la particularidad de la encuesta es que realiza a todos los entrevistados las mismas preguntas, en el mismo orden, y en una situación social similar; de modo que las diferencias localizadas son atribuibles a las diferencias entre las personas entrevistadas.

Dentro del conjunto de tipo de encuestas para este trabajo se orientó sobre un tipo de encuesta llamada explicativa, que busca establecer las posibles causas o razones de los hechos, tratando de determinar las relaciones de causa y efecto entre los fenómenos.

2.2. La muestra y el instrumento

Como base de buscar el impacto positivo y negativo de las RS en el medio universitario, se desarrolló la encuesta que se puede ver en el cuadro 1, cuyo objetivo era "Aplicar 1000 encuestas a los alumnos de diferentes carreras de nivel universitario, en un periodo del 22 al 25 de marzo del 2011, para conocer los diversos usos que le dan a las redes sociales y el tiempo que invierten diariamente". El cuestionario incluyo identificar la afinidad sexual y la carrera que está estudiando el alumno. El muestro tuvo una distribución sexual de 41% mujeres y 59% de hombres.

Como base de buscar el impacto positivo y negativo de las RS en el medio universitario, se desarrolló la encuesta que se puede ver en tabla 1, cuyo objetivo era "**Aplicar 1000 encuestas a los alumnos de diferentes carreras de nivel universitario, en un periodo del 22 al 25 de marzo del 2011, para conocer los diversos usos que le dan a las redes sociales y el tiempo que invierten diariamente**". El cuestionario (tabla 1) incluyo identificar la afinidad sexual y la carrera que está estudiando el alumno. El muestro tuvo una distribución sexual de 41% mujeres y 59% de hombres.

2.3 Análisis de datos

Se analizaron las respuestas obteniendo graficas estadísticas de cada rubro, en este trabajo se presentan los resultados obtenidos de las preguntas, excepto de la 8 y 9 que

no son relevantes de forma directa para el estudio, ya que se ha probado que en gustos se rompe en géneros y esto no explica más allá de lo que las estadísticas muestran.

Tabla 1 Cuestionario aplicado.

	Pregunta
1	¿Qué redes sociales conoces?
2	¿Tienes al menos una cuenta de usuario de tu respuesta anterior?
3	¿Cuántas cuentas de usuario de redes sociales tienes?
4	¿Con qué frecuencia ingresas para revisar tu cuenta?
5	¿Cuánto tiempo dedicas a una red social al día?
6	¿Has dejado de realizar tus actividades cotidianas por estar revisando tu red social?
7	¿Conoces alguna red social que tenga que ver con tu institución?
8	¿Cuál son los aspectos que más te gustan de las redes sociales?
9	¿Cuáles son los aspectos que menos te gustan de las redes sociales?
10	¿Qué beneficios te han aportado las redes sociales desde que empezaste a utilizarlas?

¿Qué redes Sociales conoces?

El 100% de los encuestados dijo conocer por lo menos 1 y el resultado de general de cuáles son las más populares, figura 3.

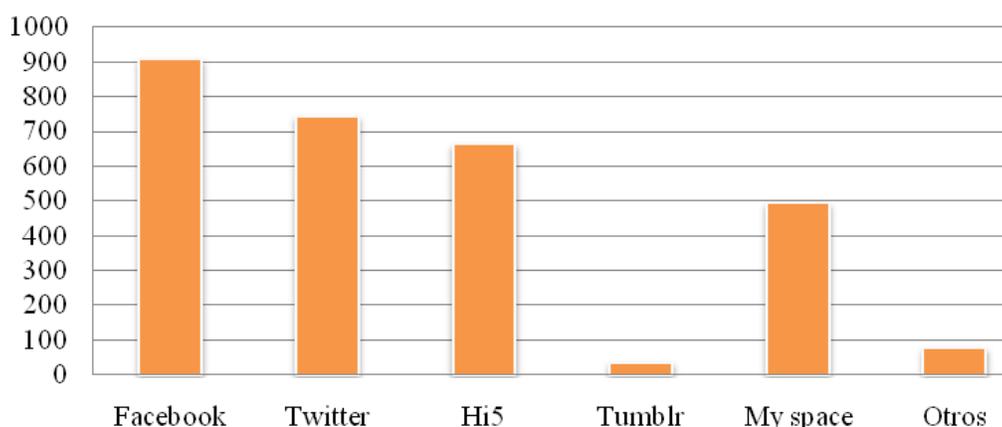


Figura 3 Popularidad de las RS en los encuestados.

¿Tienes al menos una cuenta de usuario de tu respuesta anterior?

El 92% si tiene al menos una cuenta. Con lo cual se puede afirmar que la cantidad de estudiantes que monitorean o usan las RS es muy alta. Y no se hizo un análisis del

porque ese 8% no tiene una cuenta. Quedando para una posterior investigación. Lo que si se supo fue que de los encuestados de ese 8% 53 eran hombres y 27 mujeres.

¿Cuántas cuentas de Redes Sociales tienes?

Para conocer el grado de uso de los estudiantes encuestados de las RS en cuanto a que tan al pendiente están de lo nuevo que va saliendo en la WEB o de su necesidad de estar más conectado con más personas fue la razón de esta pregunta siendo el resultado el que se ve en la figura 4.

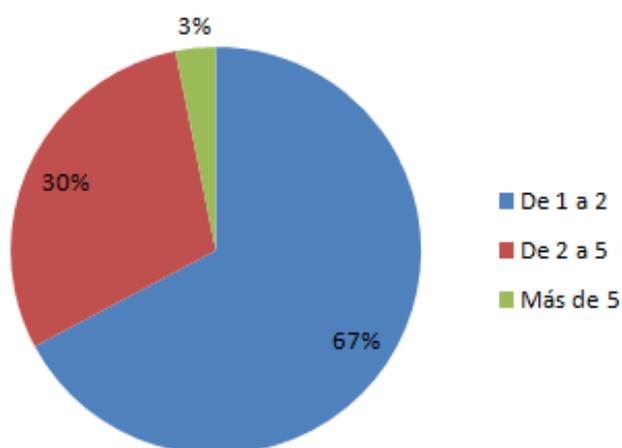


Figura 4 Porcentajes de alumnos que tienen 1 o más cuentas en RS.

Estas respuestas nos da el punto de referencia que para ubicar que el 30% de la población puede estar poniendo más atención hacia lo social que lo académico, debería de cerrarse esta pregunta con otro estudio de cómo les va en la escuela a todos pero en particular a esta población.

¿Con qué frecuencia ingresas para revisar tu cuenta?

La pregunta está orientada a analizar la consistencia o necesidad de estar conectado a la RS para ver que está sucediendo. Los resultados que se puede observar en la figura 5, muestra que más del 60% de la población que usa las RS siente una necesidad constante de estar revisando que sucede. Al analizar a detalle los datos aportados se observó que en la categoría muy frecuentemente las mujeres tiene un 33% de su

población y los hombres un 28%, en las demás categorías esta proporción cambia siendo los hombres los que tienen mayor % con diferencias pequeñas pero significativas figura 5.

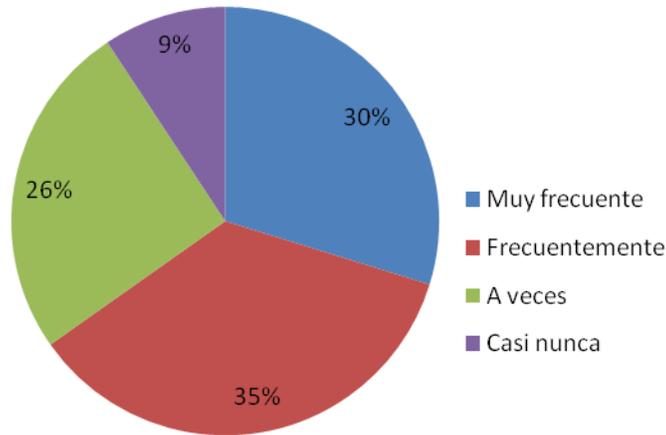


Figura 5 Porcentaje de revisiones del estado de sus cuentas de RS.

¿Cuánto tiempo dedicas a una red social al día?

Esta pregunta es decisiva en la búsqueda de establecer cómo afecta o beneficia a los estudiantes universitarios, ya que permite analizar los tiempos invertidos y que esto conlleva en muchos casos a dedicarle más tiempo a esta actividad que a realizar las actividades académicas encargadas por los profesores, la figura 6 muestra la estadística de la pregunta.

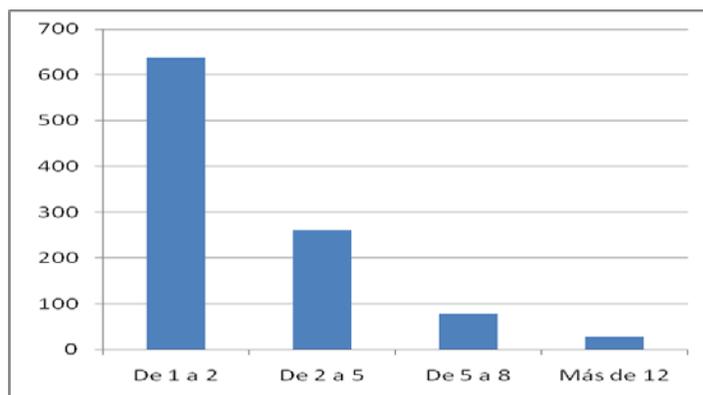


Figura 6 Cantidad de alumnos que le dedican horas a estar usando las RS.

¿Has dejado de realizar tus actividades cotidianas por estar revisando tu red social?

Esta pregunta, se da por la cantidad de tiempo que un alumno, pierde al consultar su red social y el grado de importancia que tiene para él, ya que esto lo lleva a dejar de hacer sus labores, como llegar a tiempo a la escuela, realizar tareas o proyectos, dejar actividades domésticas o hasta laborales, para conectarse y dedicar el tiempo a la RS. La encuesta nos marca que un 60% de los alumnos por lo menos una vez han dejado de hacer sus labores cotidianas. El otro 40% es consciente de sus obligaciones y mantiene un tiempo determinado para hacer sus consultas y seguimientos a su RS ver figura 7.

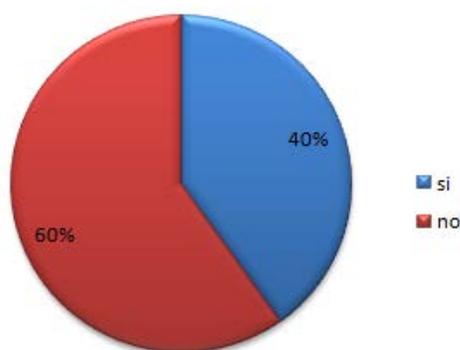


Figura 7 Cantidad de alumnos que han dejado de hacer algo por estar en las RS.

¿Conoces alguna red social que tenga que ver con tu institución?

La pregunta se orienta hacia saber que tanto las instituciones se han preocupado por incorporarse a este concepto, es decir estar al día sobre lo que sus estudiantes están utilizando. El 60% dijo no saber si existe y el 40% si, pero más que saber si existe una RS en específico, se estableció que la institución tiene una cuenta en alguna RS.

¿Qué beneficios te han aportado las redes sociales desde que empezaste a utilizarlas?

Con esta pregunta se cierra el cuestionario, buscando saber de la población que tanto ha sido el **BENEFICIO ESCOLAR** al utilizar las RS, era esperado que el mayor

beneficio fuera el social, pero fue grato saber que de los 1000 alumnos encuestados el 17% ha encontrado un beneficio a este medio de comunicación, según la figura 8.

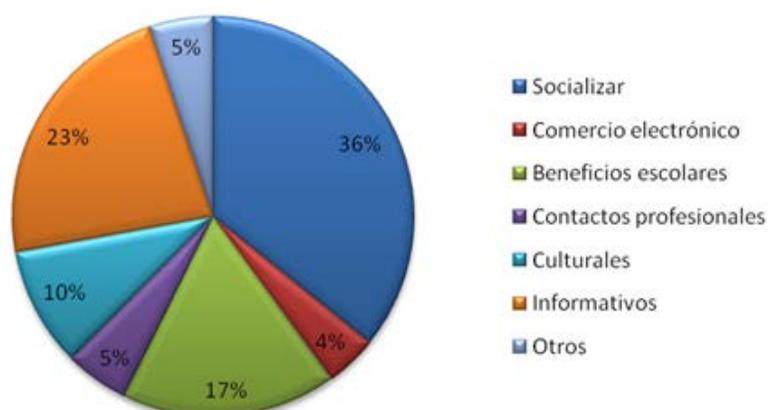


Figura 8 Beneficios de las RS en la población encuestada.

Resultados

A través de la aplicación de 1000 encuestas (41% Mujeres y 59% Hombres) y el análisis de los datos se encontró como conclusiones generales que:

- 920 alumnos de las diferentes carreras tienen al menos una cuenta en alguna red social, de las cuales la más conocida y, por tanto la más utilizada es Facebook.
- En promedio 30 personas de cada carrera navegan diariamente de 1 a 2 horas en una red social, 13 navegan de 2 a 5 horas, 4 de 5 a 8 horas y 0.4 más de 12 horas, siendo las carreras Ing. En Sistemas, Ing, Mecánica, Ing, ambiental, Ing. Química, Ing. Bioquímica, Ing. Mecatrónica, ing. Industrial, Ing. Electrónica, Lic. En Informática y Lic. Administración de empresas
- A los hombres les gustan las redes sociales porque gracias a éstas conocen gente, en cambio las mujeres prefieren usarlas para su entretenimiento.
- Tanto hombres como mujeres coinciden en que una red social es benéfica porque les permite principalmente socializar.

De acuerdo a los puntos mencionados anteriormente se concluye que los alumnos pasan un tiempo considerable navegando en una red social lo que es un área de

oportunidad para implementar una aplicación de uso escolar dentro de las redes sociales más utilizadas, esto con la finalidad de aprovechar los recursos tecnológicos ya existentes para notificar a los usuarios de eventos referentes a la educación (notificaciones de docentes, calificaciones, comentarios, dudas, asesorías, entre otros). Y por otra parte se puede concluir que el impacto en el rendimiento de los estudiantes universitarios se está viendo afectados por el mal uso de estas tecnologías o la mala orientación personal que tiene cada quien de este tipo de recurso. La apropiación del conocimiento a través de la tecnología puede hacerse desde muchos enfoques y las RS son un buen medio para lograrlo, si las instituciones de educación superior no se dan cuenta de esto pasaran otros años más dejando a estudiantes sin rumbo u orientación eficiente.

Bibliografía

- [1] O Reilly, T. y Milstein, S., *Twitter (Exprime)*, Madrid: Anaya Multimedia,(2010)
- [2] Rodríguez, O., Bravo de prado, S. y Troncoso, R., *Facebook aplicaciones profesionales y de empresa*, Madrid: Anaya Multimedia, (2010)
- [3] Celaya, J., *La empresa en la WEB 2.0*, Barcelona: Gestión 2000, (2008)
- [4] Camilo Madariaga, C., Abello, R. y Sierra, O., *Redes sociales infancia , familia y comunidad*, Colombia: Universidad del Norte, (2003)
- [5] Palamoque, M., Sánchez, G., y Muñoz, R., *Migraciones y redes sociales*, Salamanca: Universidad de Salamanca, (2002)
- [6] Hernández, B, Efecto de la calidad de un sitio web sobre el tráfico recibido. El caso de la banca electrónica en España, disponible en: <http://informationr.net/ir/15-2/paper429.html>, (2010)
- [7] Jiménez, J, Beneficios que brindan las "redes sociales", disponible en : <http://www.internetips.com/articulos/detalle.php?iid=138>, (2008)
- [8] Berzosa, M., Las redes sociales más populares suman dos mil millones de usuarios, disponible en: <http://www.iredes.es/2010/10/las-redes-sociales-mas-populares-suman-dos-mil-millones-de-usuarios/> , (2011)