
Las redes sociales y su influencia en la comunicación de los estudiantes universitarios

Ricardo Castillo¹, Dayra García²

¹ Licenciatura en Comunicación Ejecutiva Bilingüe, Facultad de Ciencias y Tecnología, Universidad Tecnológica de Panamá. ricardo.castillo7@utp.ac.pa

² Licenciatura en Comunicación Ejecutiva Bilingüe, Facultad de Ciencias y Tecnología, Universidad Tecnológica de Panamá. dayra.garcia@utp.ac.pa

Resumen

El impacto de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) ha traído consigo notables transformaciones en nuestra forma de interactuar, y en este contexto, las redes sociales se han consolidado como una herramienta de acceso inmediato a una amplia gama de información. Este tipo de tecnología ejerce una influencia directa e indirecta en los patrones de comunicación de los estudiantes universitarios, ya que les proporciona un acceso sin precedentes a recursos para sus actividades académicas, lo que ha redefinido significativamente su proceso de aprendizaje. Esto se debe en parte a la naturaleza gráfica y visual de estas plataformas, que logran capturar la atención de los estudiantes de manera efectiva.

El propósito de la investigación que aquí se presenta consistió en examinar el impacto de las redes sociales en la comunicación de los estudiantes matriculados en la carrera de Comunicación Ejecutiva Bilingüe de la Universidad Tecnológica de Panamá. Para lograr este objetivo, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de antecedentes, literatura relevante y una definición precisa de las variables en juego.

El diseño de la investigación se basó en un enfoque descriptivo-transversal con un enfoque mixto, permitiendo así el análisis tanto cualitativo como cuantitativo de los datos recopilados a través de una encuesta electrónica compuesta por 16 preguntas. Esta encuesta se administró a una muestra de conveniencia compuesta por 165 estudiantes, con una representación del 27% de estudiantes de sexo masculino y el 73% de estudiantes de sexo femenino, todos los cuales contaban con al menos una cuenta activa en alguna red social.

Los resultados del estudio indicaron de manera concluyente que las redes sociales ejercen una influencia significativa en la comunicación de los estudiantes universitarios. En términos de la cantidad de tiempo dedicada a las redes sociales, la mayoría de los estudiantes informaron utilizar plataformas como WhatsApp, Instagram y Facebook, siendo estos los puntos de partida principales para su interacción en línea. Además, se observaron comportamientos negativos, como el ciberacoso, la humillación y otros riesgos que pueden tener un impacto psicológico en los usuarios de redes sociales.

En resumen, este estudio reveló que los estudiantes universitarios emplean un tiempo considerable en las redes sociales, como se evidencia en las diversas tablas presentadas en el proyecto. Además, se formularon recomendaciones para abordar los problemas identificados y para fomentar una comprensión crítica de los mensajes mediáticos en este entorno digital en constante evolución.

Palabras clave: redes sociales, comunicación, estudiantes universitarios

Abstract

The impact of Information and Communication Technologies (ICT) has brought about significant transformations in how we interact. In this context, social media platforms have solidified themselves as an immediate access tool to a wide range of information. This type of technology exerts both direct and indirect influence on the communication patterns of university students, as it provides them with unprecedented access to resources for their academic activities, significantly reshaping their learning process. This is partly due to the graphic and visual nature of these platforms, which effectively capture students' attention.

The purpose of the research presented here was to examine the impact of social media on the communication of students enrolled in the Executive Bilingual Communication program at the Technological University of Panama. To achieve this objective, a comprehensive review of background information, relevant literature, and a precise definition of the variables at play was conducted.

The research design was based on a descriptive-cross-sectional approach with a mixed-methods focus, allowing for both qualitative and quantitative analysis of data collected through an electronic survey consisting of 16 questions. This survey was administered to a convenience sample of 165 students, comprising 27% male and 73% female students, all of whom had at least one active social media account.

The study's results conclusively indicated that social media significantly influence university students' communication. In terms of the amount of time devoted to social media, most students reported using platforms

such as WhatsApp, Instagram, and Facebook, which served as their primary starting points for online interaction. Additionally, negative behaviors such as cyberbullying, humiliation, and other risks that can have a psychological impact on social media users were observed.

In summary, this study revealed that university students allocate a considerable amount of time to social media, as evidenced by the various tables presented in the project. Furthermore, recommendations were formulated to address the identified issues and promote a critical understanding of media messages in this ever-evolving digital environment.

Introducción

Desde que nacemos estamos bajo el influjo de los cambios tecnológicos de nuestra época, los que además se vinculan con otros paradigmas socioeconómicos y culturales. En el caso del siglo XXI, las redes sociales se han consolidado en una de las herramientas más utilizadas por los estudiantes universitarios para acceder a distintos tipos de información y posibilitar la comunicación de manera dinámica e instantánea.

Definir comunicación se torna una tarea un tanto compleja debido a la diversidad de conceptos que a ella se refiere. Redes sociales: se definen como “formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos” Zamora (como se citó en Leiva, 2009, pp.8).

Las tecnologías de información y comunicación forman parte de no solo como aprende el estudiante sino también como se comunica, ya que permiten que la información sea más accesible, inmediata y de más bajo costo, pero si estas no son administradas debidamente pueden generar dificultades tanto de su vida incluido como en su desempeño académico debido a que las mismas no son fuentes confiables y causan desinformación.

Por lo tanto, a través de este estudio surge del interés de indagar en la percepción del estudiante universitario si consideran que el uso de las redes sociales influye en su modo de comunicación. Esto, por medio de la utilización de una encuesta como técnica metodológica aplicada virtualmente a los estudiantes del segundo semestre del año 2021 que permitiera también, la recolección de datos numéricos sin dejar de mencionar que “este estudio se enmarca en el enfoque cualitativo que busca desentrañar la realidad según la visión de los sujetos inmersos en un universo simbólico de carácter social, cultural e histórico, pero que además poseen una forma individual de percibir el mundo”. (Rodríguez y Valdeoriola. (2009).

El análisis de los datos se hizo a través de información bibliográfica, antecedentes empíricos y teóricos de las áreas de las tecnologías y de la comunicación donde se destacan temas inherentes a las redes sociales. De igual forma, se incluyen temáticas que abordan las nuevas formas de comunicación desde un enfoque pragmático. Finalmente, se proponen una serie de recomendaciones que emanan de las entrevistas de los docentes para afrontar el fenómeno de las redes sociales desde una perspectiva académica.

El estudio se dividió en cuatro capítulos, en el primero se desarrollan los aspectos generales del

esquema investigativo como lo son los antecedentes del problema, la situación actual, los objetivos, la justificación, y el problema a investigar.

En el segundo capítulo se elabora el marco teórico el cual consta de categorías de análisis a la interrogante de la investigación como las relaciones teóricas que hay en ella, así como, las definiciones de términos.

El tercer capítulo se abarca los aspectos metodológicos en donde se explica el tipo de investigación y todo lo concerniente a los aspectos que la conlleva, como lo son las variables, la instrumentación y el procedimiento de cómo se abordó el estudio para llevarlo a cabo.

El cuarto capítulo muestra los resultados de la investigación, análisis estadísticos, así como las representaciones gráficas. Y, por último, el quinto capítulo las conclusiones generales y recomendaciones acerca la información obtenida a través de las aplicaciones metodológicas presentadas.

Metodología

Esta investigación de acuerdo con el fin que persigue es de tipo descriptivo-transversal con enfoque mixto alineado al problema de la investigación que consiste en determinar la influencia de las redes sociales en la comunicación de los estudiantes de la carrera de Comunicación Ejecutiva Bilingüe segundo semestre 2021, mediante un análisis en el que se midieron dos variables: redes sociales y comunicación.

Es de enfoque mixto porque se analizará mediante procedimientos cualitativos y cuantitativos de manera que se pueda realizar una triangulación de datos. Para Denzin y Lincoln (2005), “la triangulación hace referencia a la utilización de múltiples métodos, materiales empíricos, perspectivas y observadores para agregar rigor, amplitud y profundidad a cualquier investigación”. El enfoque mixto puede ser comprendido como “(...) un proceso que recolecta analiza y vierte datos cuantitativos y cualitativos, en un mismo estudio” (Tashakkori y Teddlie, 2003, citado en Barrantes, 2014, p.100).

Es una investigación transversal o transeccional ya que según apunta Hernández, Fernández y Baptista (2014) “su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Así también, “los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único (Liu, 2008 y Tucker, 2004).

La población estuvo conformada por 165 estudiantes matriculados en el II semestre 2021 de la carrera Comunicación Ejecutiva Bilingüe según datos proporcionados por Secretaría Académica de la Facultad de Ciencias y Tecnología de la Universidad Tecnológica de Panamá. El término población tal como menciona Morales (2011) es “el conjunto de elementos (individuos, objetos, situaciones, etc.) del que se desea conocer algo en una investigación”.

Se trabajó con una muestra censal, es decir, con toda la población, definida por López Morales (1987) como “aquella porción que representa toda la población”, que no requiere la obtención de una muestra ni la realización del muestreo, tal como señala Hernández Sampieri R., Fernández Collado C. y Baptista Lucio, P. (2003).

Se utilizó un muestreo por conveniencia, no probabilístico y no aleatorio debido a la facilidad de acceso y disponibilidad de los estudiantes que formaron parte de nuestro estudio.

Solo se trabajó con Estudiantes matriculados en el segundo semestre de 2021 en la carrera de Comunicación Ejecutiva Bilingüe de la Facultad de Ciencias y Tecnología de la Universidad Tecnológica de Panamá.

Se excluyó a Estudiantes matriculados en el primer semestre de 2021 en la carrera de Comunicación Ejecutiva Bilingüe y en las otras Facultades de la Universidad Tecnológica de Panamá.

El instrumento que se utilizó fue una encuesta utilizando la plataforma Microsoft Forms y elaborada con preguntas mixtas y con un total de 16 ítems. La validación de la encuesta se realizó mediante el juicio de expertos y se aplicó el Alfa de Cronbach cuyo valor fue de 0.97.

Otra de las técnicas a utilizada fue una entrevista a una especialista de la Facultad de Ciencias y Tecnología de la UTP.

Resultados

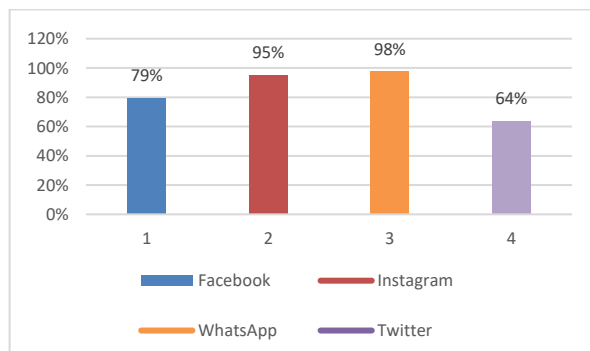
El presente trabajo de investigación tiene un análisis cuantitativo y cualitativo de las encuestas realizadas a 165 estudiantes del campus de la carrera Comunicación Ejecutiva Bilingüe durante el II semestre del año 2021 y cuya información que se presenta a continuación.

Tabla No.1. Género de los encuestados

Género	f	%
Masculino	44	27
Femenino	121	73
Total	165	100

Los resultados señalan que los estudiantes encuestados, 121 fueron del sexo femenino es decir el 73 % y 44 del sexo masculino, es decir el 27 % lo que nos deja en claro que la mayoría de los estudiantes encuestados corresponden al sexo femenino.

Gráfica No. 1: ¿En cuál de estas redes sociales posees alguna una cuenta?



La gráfica muestra que 161 estudiantes tienen una cuenta en WhatsApp es decir un 98%, 157 poseen Instagram con 95%, 131 Facebook con 79% y en menor frecuencia Twitter con 64%. Se puede afirmar que un alto porcentaje de los estudiantes encuestados declaran poseer una o varias cuentas en redes sociales.

Tabla No.3. ¿Para qué utiliza las redes sociales?

Uso	f	%
Para estar en contacto con mis amigos	57	35%
Para conocer gente nueva	2	1%
Para saber lo que sucede en el mundo	106	64%
Total	165	100%

A la pregunta No.3, un 64% respondió que utilizan las redes sociales para saber lo que sucede en el mundo, seguida por la opción de estar en contactos con amigos con 35% y en menor frecuencia se presentó conocer gente nueva con un 1%. Se puede inferir que los estudiantes en su gran mayoría quieren saber sobre noticias o sucesos de diversa índole ocurridos en el mundo.

Respecto a la pregunta No.4 ¿Con cuál de los siguientes dispositivos te conectas con mayor frecuencia? el 95% de los estudiantes utiliza con mayor frecuencia el teléfono celular seguido por el 5% que utiliza laptop o PC, mientras que en menor porcentaje el uso de la tablet con un 1%. El teléfono móvil es el elemento tecnológico más usado por los estudiantes ya que es más que un aparato para llamar y recibir llamadas, son equipos con un potencial casi ilimitado y que se ha convertido en parte de ellos.

Tabla No.1. ¿Con qué frecuencia utiliza las redes sociales?

Frecuencia	f	%
Todos los días	153	93%
Algunos días	11	7%
Una vez a la semana	1	1%
Total	165	100%

La Tabla No. 5 muestra que un 93% de los estudiantes utilizan las redes sociales “Todos los días”, un 7%, reportan que las usan “Algunos días”, mientras que solo el 1% la usan “Una vez a la semana”.

A la pregunta No.6 ¿Cuánto tiempo al día te conectas a internet? El 69% de los estudiantes, se conectan al internet “De 3 a 5 horas”, seguido a los que se conectan “De 1 a 2 horas” con un 27%, mientras que solo un 4%, se conectan “Menos de 1 hora”. Sería interesante un estudio más específico sobre esta temática, ya que, consideramos que el uso excesivo puede convertirse en algo problemático, puede generar interferencia en su cotidianidad o más bien un impacto personal, familiar o académico.

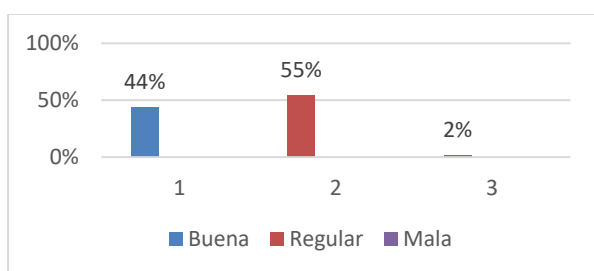
A la pregunta No.7 ¿En qué horario utilizas con más frecuencia las redes sociales? el 55% de los estudiantes dijo que por la “Noche”, seguido por los que solo usan por la “Tarde” con un 33%, mientras que un 12% dijo que las usan en la “Mañana”.

Ante la pregunta No.8 ¿Cuál consideras es la función de las redes sociales? el 90% de los estudiantes eligieron la opción “Informar”, seguido por “Chatear” con un 7%, mientras que en menor valor de porcentaje se optó por “Educar” con un 3%.

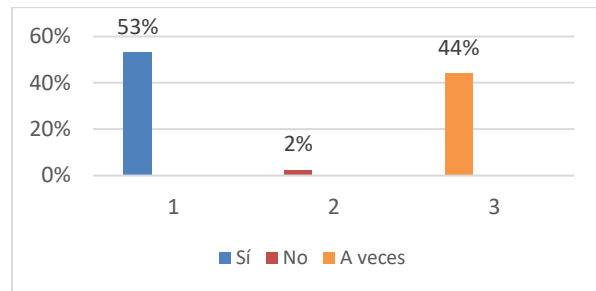
Respecto a la pregunta No.9 ¿Qué tanto te interesa estar informado? el 72% de los estudiantes se muestran “Muy interesados” en estar informado, seguido por el 28% que dicen que solo están “Algo interesado”. No hubo ningún estudiante que eligió la opción “Nada interesado”.

En cuanto a la pregunta No.2 ¿Qué tanta credibilidad tiene las noticias o publicaciones que circulan en las redes sociales? el 65% de los estudiantes respondió que eran “Algo creíble”, seguidos por el 33% que las creen “Poco creíble”. En cuanto a los ítems “Nada creíble y “Muy creíble” solo el 1% en los estudiantes respondió en ambos casos.

La Gráfica No.11 ¿Qué tanta influencia positiva tiene las redes sociales en los universitarios?



Los resultados muestran que el 55%, de los estudiantes consideran “Regular” la influencia positiva que tienen las redes sociales, mientras que el 44% la consideran “Buena” y solo un 1% la consideran “Mala”. En la Gráfica No.12 Las redes sociales mejoran la comunicación, el 53% de los estudiantes respondió “Sí” ante la pregunta si las redes sociales mejoran la comunicación, seguido por un 44% que dijo “A veces” mientras que un 2% dijo que “No”.



La Gráfica No.13 muestra ante la pregunta Las redes sociales facilitan la comprensión de algún tema presentado que, el mayor porcentaje lo obtuvo la respuesta “Sí” con 49%, seguido a “A veces” con un 43%, mientras que “No” en menor valor de porcentaje con 8%. Casi la mitad de los encuestados indicaron que las redes sociales facilitan la comprensión de los temas tratados y esto nos lleva a reflexionar que se puede deber a que existe mayor posibilidad de información disponible lo que beneficia el proceso cognitivo de aprendizaje de manera continua y consistente por medio de las redes.

Las respuestas a la pregunta No.14 ¿Considera que es fácil comunicarse e intercambiar información a través de las redes sociales? el 80% de los encuestados respondió que “Sí”, es fácil comunicarse e intercambiar información a través de las redes sociales seguido por a “A veces” con un 18%, mientras que solo el 2% respondió que “No”.

En la Tabla No.15 ¿Alguna vez ha observado que insulten, dañen o humillen a alguien en las redes sociales? Se muestra que el 73% de los estudiantes encuestados respondió “Muchas” ha observado que insulten, dañen o humillen a alguien en las redes sociales, seguido por “Algunas veces” con un 26%, mientras que “Casi nunca” con 1%.

La Gráfica No.2 Comunicación eficaz del estudiante en redes sociales el 77% de los estudiantes respondió “Casi siempre”, seguido por el 18% “Siempre” mientras que el 5% respondió “Nunca”.

Discusión

Después de realizado el estudio se puede determinar que efectivamente las redes sociales influyen en la comunicación de los estudiantes de la carrera de Comunicación Ejecutiva Bilingüe del segundo semestre 2021. El dispositivo más utilizado para comunicarse es el WhatsApp seguido por el teléfono.

Resulta interesante conocer que la mayoría de los estudiantes encuestados invierten la mayor parte de su tiempo en el uso de las redes sociales lo que demuestra que se han convertido en un medio tan indispensable de comunicación que en la actualidad resulta complicado negar su uso. Llama la atención que la concepción que tienen de las redes sociales en cuanto a que se utilicen para educar sea muy baja dando prioridad a informar o informarse de lo que sucede a su alrededor.

Las redes sociales son percibidas como un medio de comunicación muy interactivo de aprendizaje donde a través de sus múltiples herramientas y aplicaciones como foros, blogs, emails les sirve para descubrir nuevas fuentes de información, desarrollar competencias digitales y tecnológicas y desde luego, el compartir y colaborar con sus compañeros y profesores.

Podemos interpretar que los estudiantes consideran que del uso de las redes mejoran la comunicación sea verbal o escrita, al igual que la comunicación asertiva y que es fácil comunicarse e intercambiar comunicación a través de cualquier medio de redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram), entre otros y que son utilizadas para cualquier tipo de actividad.

La información indica que los estudiantes han podido observar algún indicio de toxicidad como humillación e insultos hacia otras personas a través de redes sociales lo que nos lleva a pensar que este tipo de conductas puede causar algún tipo de afectación psicológica convirtiéndose en un tema crítico que se debe tratar profesionalmente. Se percibe entonces que los estudiantes universitarios expresan que casi siempre suelen comunicarse efectivamente en las redes sociales, sin embargo, el adverbio de "casi" muestra que existe duda. Es posible entonces que las redes sociales puedan potenciar carencias a la hora de comunicarte

Referencias bibliográficas

- Acibeiro, M. (09 de Marzo de 2021). *¿Qué son las redes sociales y para qué sirven?* Obtenido de GoDaddy : <https://es.godaddy.com/blog/que-son-las-redes-sociales-y-para-que-sirven/>
- Almansa, A., Fonseca, O., & Castillo, A. (25 de 09 de 2012). *Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española.* Obtenido de Dialnet: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUK Ewj5dXettXzAhUESzABHVhbDv4QFno ECCEQAQ&url=https%3A%2F%2F dialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2F articulo%2F4148469%2F1.pdf&usq=AOVvaw2PMG KHa_ypwgBk_xGdgrEJ
- Alvarez, H., & Martez, N. G. (Julio de 2015). *Uso de Análisis de Redes sociales para el estudio y determinación de Capital Social*

entre jóvenes panameños. Obtenido de Research Gate:

https://www.researchgate.net/publication/284724321_Uso_de_Analisis_de_Red_Sociales_para_el_estudio_y_determinacion_de_Capital_Social_entre_jovenes_panamenos

Armas Sandoval, J. G. (Junio de 2014). Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Armas-Jose.pdf>

Avarez, Marín, Martez, & Toro. (2015). *Uso de análisis de redes sociales para el estudio y determinación de capital social entre jóvenes panameños.* Obtenido de DO – 1018687/LACCEI2015.1.1.1.4.

Ávila-Toscano, J. H., & Madariaga Orozco, C. (2012). *Redes sociales y análisis de redes. Aplicaciones en el contexto comunitario y virtual.* Colombia: Azul y Violeta Editores Ltda.

Azuero, Á. (2018). Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de . En Á. Azuero. Venezuela: Fundación Koinonia.

Balarezo Toro, D. B. (Enero de 2014). Obtenido de <https://hsigrist.github.io/TES2016/132%20o.e.pdf>

Bello Jiménez, P. L. (2017). *Repositorio.* Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3574/1/2017_Bello-Jimenez.pdf

Berlang, I., & Martínez, E. (2010). Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. *Redes sociales: el caso Facebook. Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento. Año 7: No. 2, Mayo-Agosto 2010, pp. 44-61.*

Bernal Crespo, S. J. (2002). Ética de la responsabilidad moral del ser humano. Un fundamento evolucionista de la naturaleza humana y su correlación con los Derechos Humanos. *Revista de Derecho, 26-57.*

Bernal, C. A. (2010). Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales. En C. A. Bernal Torres, *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (págs. 124 - 125). Colombia: Prentice Hall.

Blaca Espada, B. (25 de 11 de 2021). *Okdiario.* Obtenido de <https://okdiario.com/curiosidades/cuantas-personas-usan-redes-sociales-mundo-numero-asombroso-8154809>

Bonilla, C. (8 de Julio de 2020). *Responsabilidad social digital, nuevo concepto.* Obtenido de Estudio de Comunicación: <https://www.estudiodecomunicacion.com/2020/07/08/responsabilidad-social-digital-nuevo-concepto/>

Celaya, M., Chacón, A., Chacón, A., & Urrutia, E. (7 de Marzo de 2015). *El impacto de WhatsApp en la vida cotidiana de las personas- ¿Hace la sociedad más humana?* Obtenido de UNAV: https://www.unav.edu/documents/29062/6900948/27_Eskibel_whatshapp.pdf

- Chang González, S. L. (Septiembre de 2010). *Análisis sobre el uso de Instagram como herramienta publicitaria en el mercado venezolano*. Obtenido de Biblioteca UCAB: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/Febrero%202018/AAT3420.pdf>
- Chen Mok, S. (2010). *Privacidad y protección de datos: un análisis de legislación comparada*. Obtenido de Scielo: https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-469X2010000100004
- De la Hera, C. (30 de Junio de 2021). *Historia de las Redes Sociales: cómo nacieron y cuál fue su evolución*. Obtenido de Marketing 4 commerce: <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/>
- Fedor Simón, J. G. (Diciembre de 2016). *La comunicación*. Obtenido de Scielo: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-71382016000300002
- Fernández, I. B. (2011). *Redes sociales y entretenimiento*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4130747>
- Fernandez, R. (2 de Junio de 2014). *Los medios de comunicación: ¿Cómo influyen en la sociedad?* Obtenido de Blog uclm: <https://blog.uclm.es/ricardofdez/2014/06/02/los-medios-de-comunicacion-como-influyen-en-la-sociedad/>
- Flores Lagla, G. A., Chancusing Chisag, J. C., Cadena Moreano, J. A., Guaypatín Pico, O. A., & Montaluisa Pulloquinga, R. H. (14 de Abril de 2017). *Dialnet, Boletín Redipe, ISSN-e 2256-1536, Vol. 6, N°4, págs. 56-65*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6119348>
- Franco Sulca, D. (2018). *Influencia de las redes sociales en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de la escuela de ciencias de la comunicación de la universidad nacional de San Agustín*. Obtenido de Repositorio UNSA: <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/7296/CCfrsud.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Geneteau, G. (8 de Enero de 2021). *La comunicación social y el desarrollo de la sociedad en tiempos de la era digital*. Obtenido de Portal Amelica: <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/228/2281844008/html/index.html>
- Gómez Martínez, L. D. (2013). *Propuesta pedagógica para potencializar las competencias comunicativa verbal y no verbal en los practicantes de ecnología de administración de aerolíneas y técnicos en auxiliar de vuelo en el área de avianca services en el aeropuerto el Dorado*. Obtenido de Core: <https://core.ac.uk/download/pdf/198442868.pdf>
- Guardia de Viggiano, N. V. (2009). *Lenguaje y Comunicación*. Obtenido de Ceccsica: https://ceccsica.info/sites/default/files/content/Volumen_25.pdf
- Herrera, H. (9 de Febrero de 2012). *Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión*. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- La Llave Maestra de la Comunicación. (2021). *Objetivos de la Comunicación*. Obtenido de La Llave Maestra de la Comunicación: <https://lallavedelacomunicacion.com/objetivos/>
- Lily Celinda, A. T. (18 de Diciembre de 2018). *Redes sociales y rendimiento académico en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de una universidad privada limeña*. Obtenido de Repositorio Ucv: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40116/Ayme_TLC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Morales, G., Rosas, Y., Peña, B., Hernández, A., Pintle, B., & Castillo, P. (1 de Septiembre de 2017). *Exposición estudiantil en la universidad, una aproximación funcional y empírica*. Obtenido de Cucs: https://www.cucs.udg.mx/revistas/edu_desarrollo/antiores/43/43_Morales.pdf
- Morocco Pachecca, S. M. (2015). *Uso del facebook y su incidencia en el rendimiento académico de los estudiantes de la universidad nacional del atiplano, periodo 2014*. Obtenido de Repositorio UNAP: http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/2375/Morocco_Pachecca_Sandra_Magaly.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Peiró, R. (08 de Julio de 2021). *Funciones de la comunicación*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/funciones-de-la-comunicacion.html>
- Peña Valenzuela, D. (2007). *La Responsabilidad Civil en la Era Digital*. En D. Peña Valenzuela, *La Responsabilidad Civil en la Era Digital* (págs. 77-78). Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Pérez Tornero, J. M. (22 de Julio de 2005). *El futuro de la sociedad digital y los nuevos valores de la educación en medios*. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/158/15825035.pdf>
- Pérez, G. (28 de Septiembre de 2021). *Redes Sociales, ¿qué son?* Obtenido de El Blog: <https://resources.esmartia.com/blog/redes-sociales-que-son>
- Ponce Leiva, P., & Amadori, A. (2008). *Redes sociales y ejercicio del poder en la América Hispana: consideraciones teóricas y propuestas de análisis*. Obtenido de Revistas UCM:

- https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKWj6quC-vKzAhVwRDABHUjOC_oQFnoECAUQAQ&url=https%3A%2F%2Frevistas.ucm.es%2Findex.php%2FRCHA%2Farticle%2Fdownload%2FRCHA0808110015A%2F28432%2F0&usq=AOvVaw0ZFcef7FMPliJQugc9Gqfd
- Ramírez Ochoa, M. I. (Diciembre de 2016). *Posibilidades del uso educativo de Youtube*. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/461/46148194036.pdf>
- Ramos Ulloa, A. C. (2016). *Repositorio*. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5328/1/T2071-MDTH-Ramos-La%20comunicacion.pdf>
- Ríos P, E. F., Páez Q, H. A., & Barbos T, J. F. (2020). Estrategias de comunicación: Diseño, ejecución y seguimiento. En E. F. Ríos P., H. A. Páez Q., & J. F. Barbos T., *Estrategias de comunicación: Diseño, ejecución y seguimiento* (pág. 13). Colombia: REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía.
- Rodríguez, S. (14 de Octubre de 2021). *La importancia de las Redes Sociales en la Educación Actual*. Obtenido de Emagister: <https://www.emagister.com/blog/la-importancia-de-las-redes-sociales-en-la-educacion-actual/>
- Ruiz, L. J. (2008). La Investigación Experimental. En R. L. J., *La Investigación Experimental* (pág. 14). Mexico .
- Sachipana Ticona, M. (2017). *Influencia del uso del internet en el rendimiento académico de los estudiantes de la institución educativa secundaria carlos oquendo de amat del distrito de cuyocuyo*. Obtenido de Repositorio UNAP: http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3661/Sacachipana_Ticona_Mayli.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Salinas, A. (2021). *Redes Sociales Más Usadas en el Mundo*. Obtenido de Mott Marketing: <https://mott.marketing/redes-sociales-mas-usadas-en-el-mundo-top-10/>
- Sánchez Sánchez, M. (20 de Febrero de 2016). *"La invasión de los necios": la opinión que tenía Umberto Eco de Internet y las redes sociales*. Obtenido de Verne El País: https://verne.elpais.com/verne/2016/02/20/articulo/1455960987_547168.html
- Santos, D. (13 de Abril de 2021). *Las 7 tendencias de redes sociales más importantes para 2021*. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/marketing/tendencias-redes-sociales>
- Soengas Pérez, X. (21 de Marzo de 2018). *Los medios de comunicación en la sociedad actual: crisis, negocio y politización*. Obtenido de Institucionales: <https://institucionales.us.es/ambitos/los-medios-de-comunicacion-en-la-sociedad-actual-tesis-negocio-y-politizacion/>
- Sordo, A. I. (10 de Septiembre de 2020). *8 estrategias de comunicación empresarial que debes conocer*. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-comunicacion>
- Terán Villegas, O. R., & Aguilar Castro, J. L. (16 de Enero de 2017). *Modelo del proceso de influencia de los medios de comunicación social en la opinión pública*. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/journal/356/35656002014/html/>
- Universia. (21 de Agosto de 2018). *¿La influencia de las redes sociales en los estudiantes universitarios es positiva?* Obtenido de Universia Pe: <https://www.universia.net/pe/actualidad/vida-universitaria/influencia-redes-sociales-estudiantes-universitarios-positiva-1161324.html>
- Valencia Guerra, P. L. (13 de Diciembre de 2012). *FidoPalermo*. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyecto-graduacion/archivos/1676.pdf
- Vázquez, R. (5 de Febrero de 2015). *¿Qué piensan los filósofos sobre las redes sociales?* Obtenido de ForbesMX: <https://www.forbes.com.mx/que-piensan-los-filosofos-sobre-las-redes-sociales/>
- Yirda, A. (16 de Marzo de 2021). *Qué es la comunicación*. Obtenido de ConceptoDefinición: <https://conceptodefinicion.de/comunicacion/>

Recepción: 2023-05-19
Aceptación: 2024-01-01

Para citar este artículo / To reference this article

Castillo., R y col. (2024). Las redes sociales y su influencia en la comunicación de los estudiantes universitarios. Revista Ciencia, Tecnología y Sociedad, 1, 26 -30.