Journal de Comunicación Social 13(20), 59-74 enero-julio de 2025 ISSN impresa 2412-5733; ISSN online 2413-970x –
DOI: https://doi.org/10.35319/jcomsoc.2025201321

Preferencia por redes sociales utilizadas en estudiantes de UNIFRANZ, Sede Santa Cruz

Social Media Preferences among UNIFRANZ Students, Santa Cruz Campus

Hugo León Cerezo
Universidad Privada Franz Tamayo, Santa Cruz de la Sierra, Bolivia
https://orcid.org/0009-0009-1419-0056
doc.hugo.leon.ce@unifranz.edu.bo

Fecha de recepción: 6 de enero de 2024
Fecha de aceptación: 5 de marzo de 2024

Resumen: El artículo identifica las preferencias y hábitos de uso de redes sociales entre estudiantes de pregrado matriculados en la gestión 1/2024 de UNIFRANZ Santa Cruz. Con un enfoque cuantitativo-descriptivo y un diseño no experimental, se recopilaron datos para observar patrones de consumo. Se establecieron comparaciones entre las preferencias locales y las tendencias globales, identificando convergencias y divergencias en los tipos de contenido compartido en plataformas digitales. Se destaca el predominio del entretenimiento y la actualidad como factores claves que moldean el comportamiento de los usuarios en redes sociales. El análisis contribuye al entendimiento de las dinámicas sociales y digitales en un entorno universitario.

Palabras claves: Redes sociales, social media, internet, comunicación, tendencias digitales.

Abstract: The article examines the social media preferences and usage habits of undergraduate students enrolled in the first academic semester of 2024 at UNIFRANZ Santa Cruz. Employing a quantitative-descriptive approach within a non-experimental design, data were collected to analyze patterns of media consumption. The study compares local preferences with global trends, highlighting both convergences and divergences in the types of content shared across digital platforms. Entertainment and current events emerge as predominant themes influencing user behavior on social media. This analysis contributes to a deeper understanding of social and digital dynamics within the university context.

Keywords: Social networks, social media, internet, communication, digital trends.

I. Introducción

Las redes sociales, desde su surgimiento, han cobrado mucha importancia como una parte integral de la vida cotidiana del ser humano (Herrera, 2012), debido a que son utilizadas como medio para compartir historias, contenido de interés de cada persona, así como para la creación de contenido, entre otros. Las redes sociales son el medio por el cual las personas se comunican y dan a conocer sus estilos de vida, sus actividades diarias, sus emociones y en muchos casos sus pensamientos, además de buscar la aprobación social a partir de la creación de contenido de moda o bien la elaboración de material original, y que, dependiendo de la situación, catapulta a las personas hacia el reconocimiento social y la popularidad que las RRSS les posibilitan (Bandera, 2023; Celaya, 2008; Ponce, 2012).

Es en ese contexto que se debe repensar cuáles son los hábitos de uso por parte de los estudiantes de cualquier entidad de educación superior como lo es la universidad, sitio donde la relación docente-estudiante dejó de ser solo una relación bipersonal: se tiene que mencionar el surgimiento de un tercero, de modo que la relación actual en el proceso de enseñanza-aprendizaje se da en una relación tripartita docente-social media-estudiante (Marín et al., 2015). Al poder comprender ello, se debe analizar cuáles son los componentes que pueden lograr que el proceso formativo sea llevado a cabo de manera actualizada y adecuada en esa relación.

El artículo presenta los resultados de la investigación titulada “Preferencia por redes sociales utilizadas en estudiantes de UNIFRANZ Sede Santa Cruz”, realizada el año 2024 en la Universidad Privada Franz Tamayo, de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, Bolivia. El objetivo de la investigación fue reconocer cuál es el hábito de consumo de redes sociales por parte de estudiantes universitarios, permitiendo identificar las preferencias y tendencias de uso en el ámbito universitario. La pregunta central de la investigación fue la siguiente: ¿Se reconoce una inclinación y tendencias por las redes sociales más preferidas o utilizadas que tienen los estudiantes matriculados en la gestión 1/2024 de la universidad UNIFRANZ, sede Santa Cruz, Bolivia?

En el apartado de resultados, se reconocen las preferencias por redes sociales, el uso, comportamiento y hábitos en redes sociales, la frecuencia de publicación de contenido, la participación en grupos o comunidades en redes sociales, las opiniones y percepciones sobre redes sociales, así como el impacto de las redes sociales en el rendimiento académico y el aprendizaje, además de las recomendaciones que se consideran importante a ser tomadas en cuenta a la hora de hacer uso del social media.

II. Marco teórico y revisión de la literatura

En este apartado, se presenta un marco general de las investigaciones que se realizaron en torno al fenómeno estudiado, así como los conceptos centrales que guiaron la investigación. De acuerdo con la conceptualización de Herrera (2012), las redes sociales

han marcado un hito en materia de difusión masiva, dado el alcance, las características e impactos que tienen en la sociedad actual. Estas son utilizadas tanto por individuos como por empresas, puesto que permiten lograr una comunicación interactiva y dinámica (p. 2).

Esa afirmación denota la importancia que tienen las redes sociales en el paso del tiempo hasta la actualidad entre jóvenes y emprendedores, así como para las empresas. Por ello es importante comprender qué son las redes sociales. Al respecto, Celaya (2008) las define como "lugares o sitios en Internet desde donde las personas publican y comparten todo tipo de contenido e información, sea esta personal y profesional, con terceras personas, algunos conocidos y otros un tanto absolutos desconocidos" (p. 4). Bajo ese marco, es importante concebir las redes sociales como sitios o espacios en el internet o la nube que acogen una infinidad de información y elementos propios. Algunas plataformas sociales conllevan el uso de imágenes, videos, *reels*, textos, audios, etc. Dependiendo de la finalidad que tenga el usuario, este puede crear el contenido adaptado a cada una de las redes existentes y emergentes. Por ello es importante conocer un poco de la evolución y clasificación que han tenido a lo largo del tiempo.

Según Ponce (2012), las redes sociales se clasifican en las horizontales, que no tienen una temática definida, se dirigen a un público genérico y se centran en la interrelación de personas (por ejemplo, Facebook y Google+), y las verticales, que son especializadas y generan un espacio de intercambio común. Estas se pueden clasificar por temática (profesionales como LinkedIn, ResearchGate, Xing), por actividad (Twitter) y por contenido compartido (vídeo: Vimeo, Flickr; presentaciones: Slideshare). Cada una de estas clasificaciones han ido evolucionando a la par conforme la web les permitió desarrollarse de mejor manera a cada una de ellas. Históricamente se puede mencionar la existencia de la web en tres etapas bien marcadas y definidas, que son: la web 1.0, que constituía un primer puntal en el surgimiento de las redes sociales, dado que fue el primer momento que dotó el primer repunte de la conectividad en línea. La web 2.0, a su vez, logró la conectividad masiva de todos los internautas y permitió a las redes sociales emergentes consolidarse como tales. En este último tiempo, la web 3.0 permitió que las plataformas puedan explorar nuevas formas de mantener conectadas a las personas. En ese sentido, Bandera (2023) afirma que "las redes sociales se han vuelto en los últimos tiempos en el método de comunicación más efectivo en todos los ámbitos y son usadas amplia y masivamente, sobre todo por las generaciones más jóvenes". Asimismo, el informe anual de We Are Social (2024) revela que alrededor del 62,3% de la población mundial utiliza redes sociales. De acuerdo a este estudio, el usuario del social media pasa un promedio de más de 2 horas y 23 minutos al día conectado a las redes sociales.

Se destaca que las redes sociales en la actualidad se han convertido en un medio capaz de acompañar en el quehacer diario al ser humano, y más cuando se trata de las generaciones más jóvenes que prácticamente crecen junto a la tecnología y las nuevas

tendencias de la social media vigentes. Cuando se trata del ámbito educativo y los impactos de su uso en las aulas, se tienen ciertas dudas en cuanto a ventajas y desventajas de su uso adecuado. Frente a ello, Marín et al. (2015) afirman que "la realidad actual de nuestros centros de enseñanza superior y de los estudiantes que les dan vida, es que su vida se encuentra vinculada y conectada a Internet y más concretamente a las redes sociales" (p. 245). Asimismo, Karam et al. (2019) sostienen que "las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se están implementando de manera gradual en los procesos educativos. El uso de internet, redes sociales y teléfonos celulares en la comunidad académica se han ido diversificando ampliamente" (p. 89).

Cabe resaltar que de acuerdo al informe anual Global Overview Report de Meltwater (2023) los usuarios activos de redes sociales suman alrededor de 4,76 billones de personas en todo el mundo. Asimismo, se debe resaltar que el informe indica que las personas pasan 2 horas con 31 minutos en promedio usando las redes sociales de manera diaria. Además, señala que las mujeres de Sudamérica utilizan más las redes sociales a diferencia de los varones, dado que las mujeres en un 53% son activas en redes sociales frente al 47% de los hombres. En este mismo estudio se señala que las redes sociales principales a nivel mundial son Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, WeChat, Tik Tok, Messenger, Douyin, Telegram, Snapchat, entre los principales. De estas, el grupo etario de 16 a 24 años prefiere hacer uso de WhatsApp, Instagram, Facebook, WeChat, Tik Tok, Douyin, X (Twitter), entre otros, conforme al porcentaje de importancia que tienen las redes sociales en la vida de este grupo de personas.

En otro informe específico de Bolivia (AGETIC, 2017) se tienen datos relevantes como los siguientes: el país cuenta con una población de 12,48 millones de habitantes en todo el territorio nacional, de los cuales 9,14 millones se conectan a internet, y solo el 60,5% de la población total es usuario activo de redes sociales. En relación al año 2023, el porcentaje de crecimiento de usuarios activos en redes sociales solo subió en un 1,5%, de los cuales solo el 18,7% representa a jóvenes de 15 a 24 años y la mayoría hace uso de redes sociales a través del celular. Según el informe de Data Reportal (2024) para Bolivia, con datos proporcionados por BiteDance, en Bolivia existen 7,39 millones de usuarios mayores a 18 años en el territorio. De acuerdo con ese dato, en el país coloca a Tik Tok como la segunda plataforma social con más penetración dentro de la población conectada (muy cerca de Facebook). Facebook es la red social con más penetración en Bolivia, 82,6%; Tik Tok es la segunda, seguida por YouTube, con un 60,9%. Luego sigue Instagram, con un 24,1%; Messenger, con un 49,8%; LinkedIn, con un 16,4%; por último, está X (exTwitter), con el 6,2%.

Tomando en cuenta la finalidad de la investigación cabe aclarar la definición de la clasificación de las RRSS. De acuerdo a Boyd & Ellison (2007), "las redes sociales pueden clasificarse en diversas categorías como redes de comunicación (Facebook, WhatsApp), redes de contenido (Instagram, Tik Tok) y redes de video (YouTube)". Sin embargo, según el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad

de la Información (ONTSI, 2011), los tipos de redes sociales se clasifican en redes sociales directas y redes sociales indirectas.

De acuerdo con el informe de la ONTSI (2011), se define a las social media directas e indirectas, comprendiéndolas de la siguiente manera: "las primeras aquellas cuyos servicios prestados a través de Internet, en los que existe una colaboración entre grupos de personas que comparten intereses en común y que, interactuando entre sí en igualdad de condiciones pueden controlar la información que comparten". Los usuarios de este tipo de redes sociales crean perfiles a través de los cuales gestionan su información personal y la relación con otros usuarios, de modo que la colaboración es el elemento principal en este tipo de redes. En el mismo informe, la ONTSI señala que "la segunda son aquellas cuyos servicios prestados a través de Internet cuentan con usuarios que no suelen disponer de un perfil visible para todos existiendo un individuo o grupo que controla y dirige la información o las discusiones en torno a un tema concreto".

Comprendiendo esa diferenciación en la clasificación, sea de uno u otro modo, lo que se debe tomar en cuenta es la importancia que le da el usuario a poder compartir contenido, que en muchos casos es de interés de otras personas de su localidad o alrededor del mundo, donde se crea una red de usuarios y seguidores que siguen tendencias, estilos, hábitos de consumo, entre otros aspectos que día a día se difunden en las redes sociales. Comprender la manera como se usan y qué redes son las más utilizadas por el grupo objetivo de la investigación es fundamental para poder conocer cómo se comporta el grupo social joven de la universidad UNIFRANZ frente a las redes sociales para estar conectado con el mundo.

III. Metodología

La metodología utilizada para la investigación fue de tipo descriptivo y transversal, dado que se recabaron los datos en un solo periodo de tiempo. Contó con un enfoque cuantitativo, mediante la técnica de encuestas y el análisis de los datos recabados. La población estuvo comprendida por todos los estudiantes que estaban matriculados en UNIFRANZ sede Santa Cruz en la gestión 1-2024. De acuerdo con los datos brindados por la entidad, la población objeto de estudio estuvo constituida por 2.224 estudiantes matriculados. La muestra se recabó mediante el muestreo probabilístico haciendo uso de la selección aleatoria simple de estudiantes de diversas facultades y niveles académicos. El tamaño de la muestra se determinó mediante una fórmula estadística para población finita. Se tuvo un margen de error aceptable del 8% y un nivel de confianza del 93%, con una probabilidad del 50%. Basándose en esos datos, el tamaño de la muestra fue de 122 personas a encuestar del total de la población objeto de estudio. El periodo de levantamiento de los datos fue el mes de junio del 2024 en la universidad Privada Franz Tamayo, mediante un formulario de encuesta online. El análisis de los datos se realizó mediante la estadística descriptiva, que posibilite

identificar las preferencias, usos y tendencias por ciertas redes sociales que prefieren los jóvenes universitarios de la institución.

Los parámetros a medir fueron datos demográficos de los participantes como edad, carrera cursada, género, uso general de redes sociales, horas de uso de RRSS, preferencia y uso, comportamiento y hábitos en redes sociales, frecuencia de publicación de contenido, participación en grupos o comunidades en RRSS, opiniones y percepciones sobre las redes, impacto de las RRSS en el rendimiento académico y aprendizaje. Todos estos parámetros fueron abordados en 23 interrogantes que se colocaron en el cuestionario con la finalidad de tener datos relevantes e importantes para la investigación del tema abordado.

La investigación se realizó tomando en cuenta las características propias de la juventud que estudia en ese ámbito educativo: cultura y apertura globalizada, con ingresos económicos medio altos y acceso a internet desde distintos artefactos electrónicos (Smartphones, IPad, Tablet, laptop, PC, entre otros); se consideró también que estén matriculados en la gestión 1/2024 en alguna de las 15 carreras de pregrado con las que cuenta la universidad. La edad abarcó desde los 18 años en adelante, considerando que, si bien en Bolivia la mayoría de los estudiantes universitarios tienen entre 18 a 25 años, en el caso de entidades de educación superior privadas se puede observar estudiantes de mayor edad, debido a los horarios y el costo económico de matriculación; así también, se consideró tanto a hombres como a mujeres, de modo que la muestra seleccionada cumplió los parámetros señalados. Este estudio se llevó a cabo siguiendo estrictamente los principios éticos establecidos en la Declaración de Helsinki, que resguardan los derechos, la seguridad y el bienestar de las personas involucradas en investigaciones. La participación de los sujetos fue completamente voluntaria, y se respetó la privacidad y confidencialidad de los datos recopilados. Además, se tomaron medidas para garantizar que no se produzcan daños físicos, psicológicos o sociales durante su desarrollo.

IV. Resultados

En este apartado se presentan los principales resultados de la investigación a partir de la aplicación de un cuestionario con 23 interrogantes a 122 estudiantes de la universidad UNIFRANZ sede Santa Cruz.

IV.1. Contexto de la población estudiada

De acuerdo con los datos encontrados, la población comprendida fue de 49,2% de estudiantes entre 18 y 20 años, 21,3% entre 21 y 23 años, 16,4% entre 24 y 26 **a**ños y 13,1% de 27 años o más. De todas ellos, el 59% estuvo comprendido por el género femenino y el 40,2% por el género masculino; el 0,08% se identificó como otro género. Asimismo, se tuvo que el 39,3% pertenecía a la carrera de Publicidad & Marketing, mientras que el 27% estuvo comprendido por estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico

y Producción Crossmedia, seguidos del 9,8% perteneciente a la carrera de Medicina, el 6,6% de la carrera de Administración de Hotelería y Turismo, el 4,1% a la carrera de Bioquímica y Farmacia. Tanto Arquitectura como Ingeniería Comercial representaron el 3,3% cada una, mientras que el 2,5% pertenecía a Administración de Empresas. Las carreras de Enfermería y Odontología representaron el 1,6% cada una y la de Psicología el 0,8%. Los demás estudiantes de las carreras faltantes no respondieron el cuestionario.

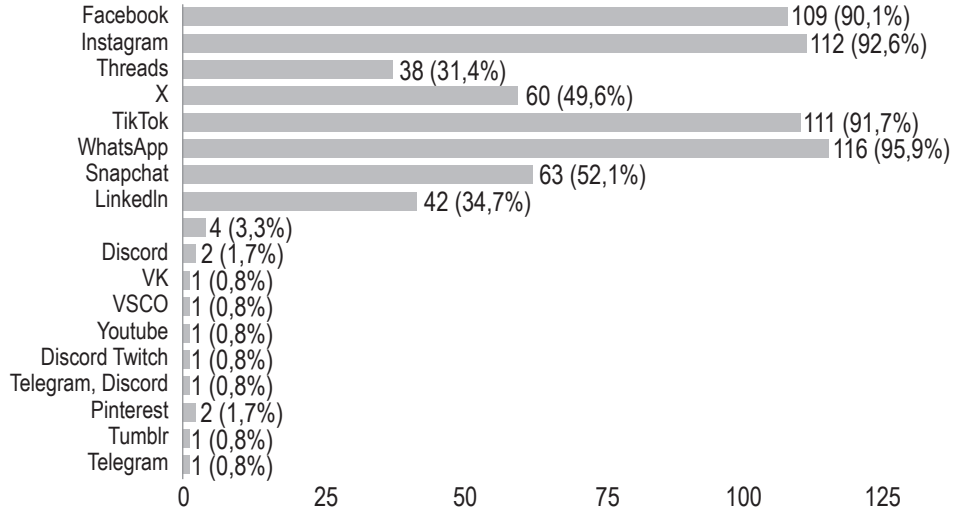
Con respecto al semestre que cursaban los estudiantes, se obtuvo que el 35,2% pertenecen al primer semestre académico, el 24,6% al tercer semestre, el 11,5% al segundo, el sexto y séptimo semestre representaron cada uno el 7,4% de los encuestados, el 5,7% pertenecía al quinto semestre, el 4,9% pertenecía al octavo semestre y el 3,3% al cuarto semestre.

IV.2. Consumo de redes sociales

De todos los encuestados, el 99,2% señaló que utilizan redes sociales. Referente a la dedicación de tiempo en RRSS, el 36,4% dedica entre 3 a 4 horas al día en su uso. El 34,7% dedica más de 4 horas al día usándolas, el 27,3% de 1 a 2 horas diarias y el 1,7% le dedica menos de una hora diaria al uso de ellas.

A la consulta sobre qué redes sociales son conocidas por estudiantes se pudo evidenciar que conocen las redes sociales de WhatsApp, Instagram, Tik Tok, Facebook, Snapchat, X, Threads, Discord, VK, VSCO, YouTube, Pinterest, Tumblr, Telegram. En la Figura 1, se describe las redes sociales que más conocen los estudiantes de UNIFRANZ:

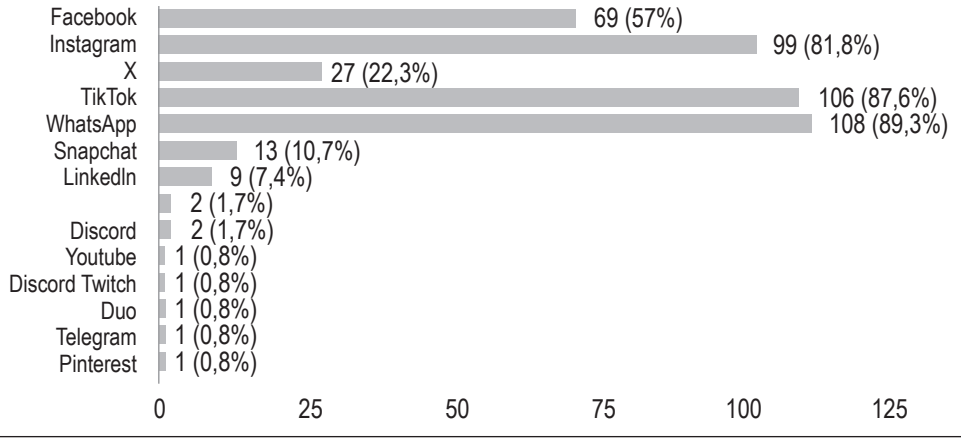
Figura 1
Redes sociales conocidas por los estudiantes



Fuente: elaboración propia.

También se consultó sobre cuáles de estas utilizan regularmente y se pudo recabar la información expresada en la Figura 2.

Figura 2
Redes sociales más utilizadas por los estudiantes



Fuente: elaboración propia.

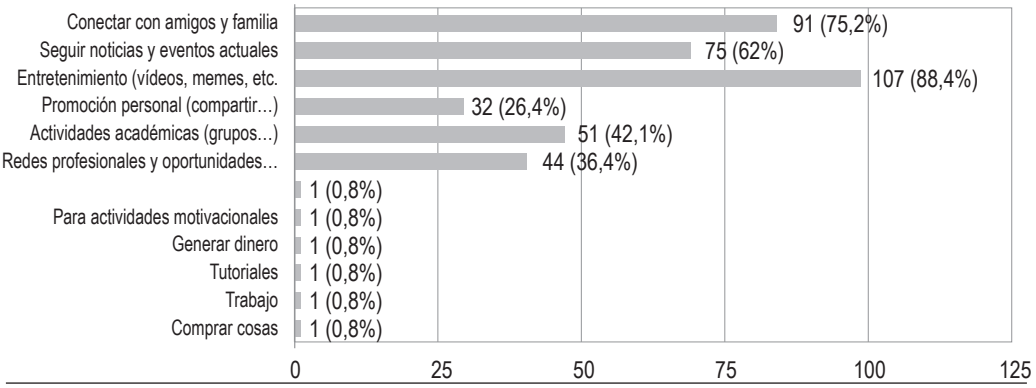
De acuerdo con los datos proporcionados en la figura, se evidencia que las redes sociales más utilizadas por los estudiantes son WhatsApp, Tik Tok, Instagram, Facebook, como aquellas redes que son de uso frecuente, mientras que en menor uso se tiene a Snapchat, LinkedIn, Discord, YouTube, Discord Twitch, Duo, Telegram y Pinterest. Esto contrasta con la popularidad de ciertas redes sociales que predominan a nivel mundial como las de mayor uso.

Por tanto, el consumo de redes sociales por parte de la población objeto de estudio está direccionado hacia aquellas que gozan de mayor popularidad y preferencia a nivel global, tomando en cuenta que, conforme transcurre el tiempo, surgen nuevas redes sociales que buscan ocupar un lugar en la juventud. En ese sentido, el consumo prioritario de redes sociales como WhatsApp, Tik Tok, Instagram y Facebook las posicionan como las de mayor conocimiento a nivel local en relación al ámbito global.

IV.3. Uso que se les da a las redes sociales

Contrastando las redes sociales que más utilizan los estudiantes, con el uso que les dan a estas redes, se puede obtener la información que se precisa en la Figura 3; en esta se evidencia el uso de redes principales, por ejemplo, WhatsApp como medio de comunicación online en vivo para llamadas y mensajería instantánea, mientras que Tik Tok es utilizada para el entretenimiento, informarse, oportunidades laborales, entre otras:

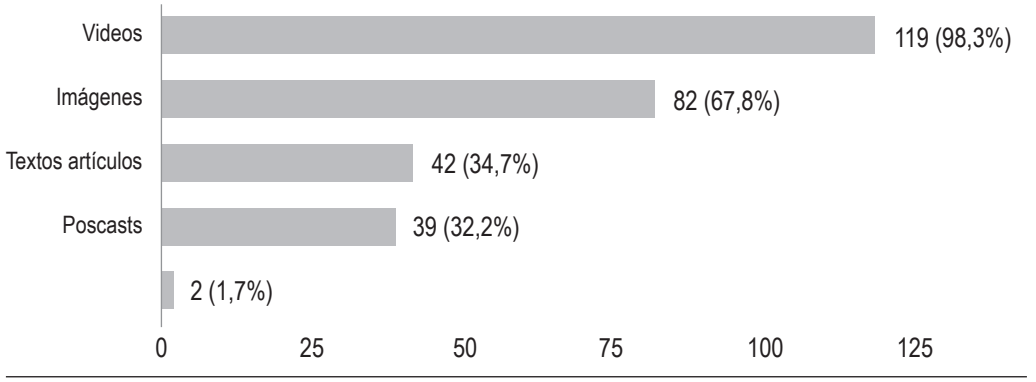
Figura 3
Usos principales que les dan los estudiantes



Fuente: elaboración propia.

Otro hallazgo importante que se encontró es el tipo de contenido que consumen los estudiantes (Figura 4).

Figura 4
Tipo de contenido que consumen los estudiantes

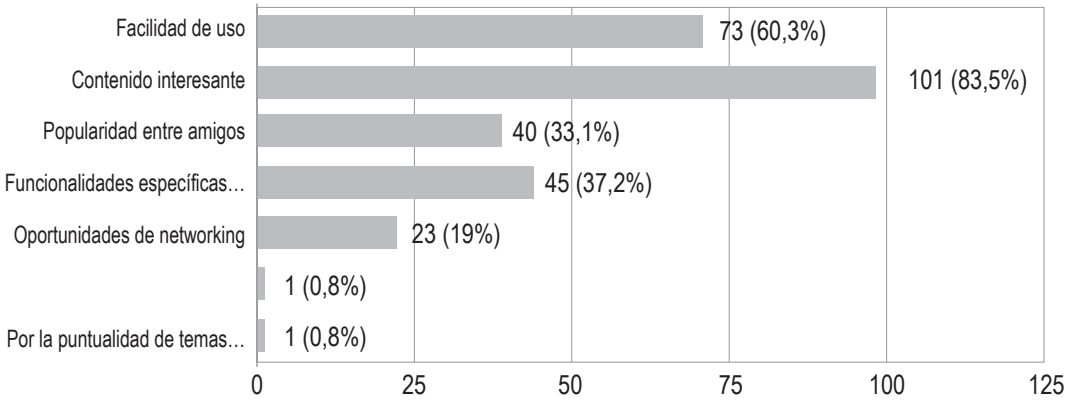


Fuente: elaboración propia.

Un dato interesante es que, de todos los estudiantes encuestados, el 60,1% señala que comparte contenido en redes sociales, mientras que el 33,9% no suele compartirlo. También se indagó sobre la frecuencia con la que comparten contenido en RRSS; afirman que lo hacen por lo menos una vez a la semana, otros lo hacen varias veces a la semana. El 58,7% participa en grupos o comunidades dentro de estas redes, y el 41,3% no pertenece a ninguna de ellas. Asimismo, se pudo evidenciar que los estudiantes interactúan con las redes dando "me gusta", haciendo comentarios y compartiéndolos en estas en un 34,7% ocasionalmente, un 24,8% frecuentemente, un 22,3% muy frecuentemente, un 14% raramente; un 4,1% nunca interactúa con las redes.

Asimismo, se pudo indagar cuáles son los motivos para usar redes sociales consideradas como preferidas (Figura 5).

Figura 5
Motivos para usar redes sociales preferidas



Fuente: elaboración propia.

Al respecto, se encontró que los motivos para usar redes sociales preferidas se dan principalmente por el contenido interesante, la facilidad de uso, funcionalidades específicas, popularidad entre amigos y oportunidades de networking. Todo ello está cimentado por la evolución constante que han sufrido las redes sociales hacia un entorno pensado en el usuario, dado que la practicidad que se les ha dotado ha hecho que sea más fácil poder utilizarlas y obtener el máximo beneficio en su uso, sea para entretenimiento, información, contacto online, entre muchas funciones que se han ido modificando a través de la evolución del social media.

IV.4. Influencia de las redes sociales en la vida diaria y en el espacio académico

Consultados sobre la influencia que tendrían las redes sociales en su vida diaria, se encontró que 36,4% señaló que le influye un poco, 32,2% siente que le influye mucho, 19% considera que le es indiferente, mientras que el 9,1% indica que le influye poco y 3,3% considera que no le influye nada en su vida diaria. En el ámbito educativo los estudiantes en el 100% señalaron que alguna vez se vieron obligados a utilizar alguna red social como parte de alguna asignatura académica.

De ellos, el 34,7% señala que el uso de ellas no tiene ningún efecto en su rendimiento académico, el 28,1% indicó que no está seguro de su afectación en el rendimiento académico, mientras que el otro 28,1% señala que sí afecta de manera positiva el uso de las redes sociales en su actividad académica, y por el contrario el 9,1% afirma que sí le afecta de manera negativa el uso de redes sociales.

Consultados sobre si las redes sociales son una herramienta para el aprendizaje y la colaboración académica, el 48,8% de los estudiantes indica que depende de la red social, el 47,9% afirma que sí son una buena herramienta para el aprendizaje, y el 1,7% señala que no son una buena herramienta y el 1,7% no está seguro si son o no una buena herramienta.

De acuerdo a las opiniones vertidas por los encuestados existen opiniones sobre qué cambios consideran que se deberían implementar en redes sociales (Figura 6).

Figura 6
Mejoras o cambios que se deberían dar en las RRSS

Fuente: elaboración propia con el software Mentimeter, conforme a las opiniones vertidas por los estudiantes referente a la interrogante ¿Qué mejoras o cambios te gustaría ver en las redes sociales que utilizas?

Todos los datos obtenidos brindan un panorama general sobre hábitos de uso, preferencias en el uso de ciertas redes sociales, así como tipo de contenido consumido por los estudiantes, además de las horas que pasan frente a ellas. Se pudo recabar las respuestas que de alguna u otra manera denotan la manera como impactan o no en la vida de los estudiantes las redes sociales que más preferencia y conocimiento tiene la población estudiantil.

Por lo tanto, el impacto que tienen las redes sociales en la actualidad en los jóvenes debe de considerar elementos importantes como el uso y la manera de consumir las redes sociales en el contexto local. Dentro de los datos más relevantes se debe considerar que la preferencia sobre ciertas redes sociales en los jóvenes tiene que ver necesariamente con un mundo cada vez más hiperconectado y que requiere ser tomado en cuenta.

V. Discusión

Los datos obtenidos en este estudio sobre las preferencias y tendencias en el uso de redes sociales entre los estudiantes de UNIFRANZ, sede Santa Cruz, revelan patrones que pueden ser comparados con otros contextos, tanto locales como internacionales. Este análisis permite no solo entender mejor el comportamiento digital de esta población, sino también identificar las particularidades que definen su relación con las redes sociales, sintetizándolas en medios para entretenimiento, seguir tendencias, conectarse con amistades, familiares y en ocasiones redes profesionales.

También se notan datos importantes sobre la forma en que los estudiantes usan las redes sociales. Aunque la mayoría sigue utilizándolas principalmente para entretenerse o comunicarse con su entorno cercano, poco a poco va surgiendo un uso más consciente y orientado en menor grado a lo académico o profesional. Esto denota que los jóvenes no solo están conectados por costumbre, sino que están empezando a considerar en estas plataformas una herramienta útil para su crecimiento personal y su preparación profesional que les posibilite adquirir mayor conocimiento que se encuentra en las RRSS.

Un primer aspecto a relievar es el de las preferencias en redes sociales: una comparación global y local. El estudio demuestra que Facebook, Instagram y Tik Tok son las plataformas más utilizadas por estudiantes de UNIFRANZ. Estos hallazgos coinciden con tendencias globales, donde Facebook sigue siendo la plataforma más empleada a nivel mundial, como lo señala el informe de We Are Social (2024). Sin embargo, en el contexto nacional, el uso preferente de Instagram y Tik Tok sugiere una inclinación hacia el uso de redes sociales que priorizan el contenido visual y dinámico, lo que está en línea con la evolución hacia una Web 3.0, caracterizada por una mayor interactividad y personalización del contenido.

En el contexto boliviano, la alta penetración de Facebook (82,6%) sigue siendo notable, lo cual confirma la relevancia de esta plataforma en el país. Sin embargo, se pudo evidenciar que en el caso de la población objeto de estudio esa red social no tiene el impacto que tiene en otros ámbitos. La preferencia se inclina hacia Instagram, Tik Tok y primordialmente WhatsApp, dada la característica esencial que estas redes le proporcionan a los jóvenes en la actualidad, como imágenes, filtros, videos, conexión online, que son elementos priorizados por la juventud que está hiperconectada diariamente.

Por otra parte, la baja penetración de redes profesionales como LinkedIn indica diferencias culturales y económicas que afectan las preferencias digitales de los jóvenes en Santa Cruz. En comparación con otras regiones, donde plataformas como LinkedIn tienen una presencia significativa, en Bolivia, estas redes son menos prevalentes, posiblemente debido a la orientación profesional y las oportunidades de empleo que estas redes ofrecen, las cuales podrían no ser tan relevantes para los estudiantes

universitarios en el contexto local, dado que no es una red relevante para los jóvenes que desconocen en cierta medida el uso que tiene y su finalidad.

Un segundo aspecto es el impacto en el rendimiento académico: uso productivo y desafíos. Este es un tema crucial en esta investigación. A nivel global, estudios como los de Junco (2012) y Tess (2013) han señalado que el uso excesivo de estas plataformas puede estar vinculado a una disminución en el rendimiento académico, principalmente debido a la distracción y la reducción del tiempo dedicado al estudio. Sin embargo, este estudio también sugiere que, cuando se utilizan adecuadamente, las redes sociales pueden servir como herramientas valiosas para el aprendizaje colaborativo y el acceso a recursos educativos, lo que refuerza la dualidad de su uso en el ámbito académico.

En UNIFRANZ, los estudiantes no solo emplean estas plataformas para el entretenimiento, sino también para fines académicos, como la búsqueda de información y la colaboración en proyectos o participación en grupos académicos que son impulsados por los docentes y directivos de la institución. Con base en esos resultados, se pudo evidenciar que se alinean con investigaciones previas que destacan cómo las redes sociales pueden tener un impacto positivo en el aprendizaje cuando se integran de manera efectiva en las estrategias educativas.

Además, el uso de redes sociales que son utilizadas a diario y en todo momento por los estudiantes es un canal importante que se debe tomar en cuenta para el aprovechamiento favorable en el aprendizaje a partir de videos tutoriales u otro material compartido en ellas. Dada la inmensa cantidad de información a la cual se puede acceder para potenciar el aprendizaje del estudiante durante el día, puesto que los estudiantes pasan muchas horas frente a las redes sociales a través del móvil, se puede aprovechar el uso de redes sociales a favor de la educación.

Un tercer aspecto es el comportamiento y los hábitos de uso: un enfoque en el entretenimiento y la socialización, el análisis del comportamiento y los hábitos de los estudiantes en las redes sociales revela una fuerte tendencia hacia la socialización y el entretenimiento. La preferencia por plataformas como Instagram y Tik Tok, que priorizan el contenido visual, refleja una inclinación hacia formatos dinámicos y audiovisuales. Este comportamiento es consistente con estudios que indican que los jóvenes utilizan predominantemente las redes sociales para mantener la conexión con amigos y para el ocio, mientras que el uso con fines académicos suele ser secundario.

Además, la participación activa en estas plataformas sugiere una tendencia hacia la creación y el consumo de contenido visual y audiovisual, lo cual es coherente con la evolución de las redes sociales hacia una mayor interactividad y personalización del contenido. Este comportamiento no solo es característico de la juventud boliviana, sino que también se observa a nivel global, especialmente entre generaciones más jóvenes.

En otros contextos el uso de la creación de contenido por parte de expertos y no expertos ha despertado en los jóvenes el querer ser creadores de contenido, tomando en cuenta la facilidad con la cual se utilizan las redes sociales. Asimismo, existe cada vez mayor apoyo hacia personas no famosas que comienzan a surgir a través de las redes sociales, siendo el modelo a seguir para los jóvenes en la actualidad que utilizan las redes sociales como su medio principal de entretenimiento y modelo a seguir.

Por último, con respecto a las implicaciones para la educación superior: estrategias de integración y mejora, los hallazgos de este estudio tienen importantes implicaciones para la educación superior en UNIFRANZ y otras instituciones similares. La alta penetración de redes sociales entre los estudiantes sugiere que estas plataformas podrían integrarse de manera más efectiva en las estrategias pedagógicas. Investigaciones anteriores han demostrado que las redes sociales pueden mejorar la participación de los estudiantes y facilitar el aprendizaje colaborativo cuando se utilizan adecuadamente en entornos educativos. Además, la comprensión de los hábitos de uso y las preferencias de los estudiantes puede ayudar a universidades a desarrollar estrategias que no solo mejoren el rendimiento académico, sino que también aprovechen las redes sociales como herramientas para la formación integral de los estudiantes.

En el contexto específico de Bolivia, donde el acceso a internet y dispositivos tecnológicos puede ser limitado, es crucial que las universidades comprendan las particularidades de cómo los estudiantes utilizan las redes sociales para poder adaptar sus estrategias educativas a estas realidades. Por lo tanto, la investigación sobre las preferencias y tendencias en el uso de redes sociales entre los estudiantes de UNIFRANZ, sede Santa Cruz, proporciona una comprensión del comportamiento digital de esta población. Al comparar estos resultados con estudios globales y sudamericanos, se observa que, aunque existen convergencias en cuanto a las plataformas más utilizadas, también hay divergencias significativas influenciadas por el contexto local.

VI. Conclusiones

El estudio abordó el uso y la preferencia que tienen los estudiantes de la universidad privada UNIFRANZ. Se pudo identificar que utilizan y eligen como principales las redes sociales de WhatsApp, Instagram, Tik Tok y Facebook como las redes sociales que más utilizan, dado que suelen estar en promedio más de dos horas conectados y en interacción con las RRSS de su preferencia. El contenido que suelen consumir son videos, imágenes, textos y podcast, destacando que el promedio de interacciones con el contenido compartido se realiza a diario y conforme a sus gustos e intereses, que normalmente tienen que ver con poder conectar con amigos y familiares, dado que es una generación donde la conexión y la interacción son muy importantes en su cotidianidad.

Es por ello importante poder comprender el tipo de contenido y red social que suelen utilizar en favor de la enseñanza-aprendizaje, dado que las mismas son parte de la vida

diaria de los estudiantes; ellos mismos consideran que puede ser una herramienta útil en el proceso de formación profesional. Además, cabe resaltar que lo más esperado de las redes sociales, en cuanto a la mejora o sugerencias que consideran deberían implementarse en redes sociales, son la seguridad de datos, la privacidad, la inclusión de la inteligencia artificial y que sean amigables con el usuario al momento de usarlas. Si bien las redes sociales son una parte fundamental de la vida cotidiana, es primordial tomar en cuenta que las mismas se encuentran en constante evolución, dado que las preferencias de los estudiantes cambian conforme las tendencias globales y modas que evolucionan a diario. Se observó que el hábito de compartir contenido en redes sociales suele ser cambiante, así como las interacciones.

Por lo tanto, se logró cumplir el objetivo planteado y constatar cuál es la diferencia que se tiene con informes globales sobre su uso, y se pudo constatar que existen redes sociales más utilizadas que otras, y en algunos casos el uso de redes desconocidas o que no están vigentes en Bolivia, tales como WeChat; pero destaca Telegram como una red que, si bien tiene poco uso, no deja de ser una alternativa a la red preferida por la mayoría de estudiantes. En conclusión, se debe considerar la importancia y los hábitos de uso que tienen los estudiantes a la hora de utilizar redes sociales y cómo se puede potenciar estas redes a fin de tener herramientas tecnológicas en las aulas, como el uso de RRSS de manera eficiente, conforme a los gustos y preferencias que tienen los jóvenes de la generación actual.

Referencias

AGETIC. (2017). *Estudio de Uso de Redes Sociales en Bolivia*.

Bandera, J. (2023). *La importancia de las redes sociales 2023. Uso y abuso. NeuroGastroLatam*, 7, 20-23.

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition History and Scholarship [Sitios de redes sociales: definición, historia y estudios.]. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230. https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x

Celaya, J. (2008). *La empresa en la WEB 2.0*. Editorial Grupo Planeta.

Data Reportal. (2024). *Bolivia Digital Report*. http://datareportal.com/reports/digital-2024bolivia

Herrera, H. H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 91(2), 121-128.

Junco, R. (2012). Too much face and not enough books: The relationship between multiple indices of Facebook use and academic performance [Demasiada presencia

y no suficientes libros: La relación entre múltiples índices de uso de Facebook y el rendimiento académico]. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 187-198. https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.08.026

Karam, J., Linares, L., Moreno, A., Mejía, F., Plazas, A., & Castillo, C. (2019). Las Tecnologías de la Informacion y la Comunicación en la Educación con Enfoque en América Latina. *Revista Electrónica en Educación y Pedagogía*, 3(4), 89-106. http://dx.doi.org/10.15658/rev.electron.educ.pedagog19.03030406

Marín, V., Sampedro, B., & Muñoz, J. (2015). ¿Son adictor a las redes sociales los estudiantes universitarios? *Revista Complutense de Educación*, 26, 233-251.

Meltwater. (2023). *Digital 2023 Global Overwiew Report.*

Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI. (2011). *Las Redes Sociales en Internet*. Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

Ponce, I. (2012). *Redes Sociales-Clasificación de redes sociales.* Observatorio Tecnológico.

Tess, P. A. (2013). El papel de las redes sociales en clases de educación superior (reales y virtuales) – Una revisión de la literatura. *Computers in Human Behavior*, 29(5), 60-68.

We Are Social. (2024). *Digital 2023: Global Overview Report*. https://wearesocial.com/uk/digital-2023

Nota: Declaro que ningún tipo de conflicto de intereses ha influido en la elaboración de este artículo.