

**Influencia de las redes sociales en estudiantes de la Unidad Académica de
Contaduría y Administración extensión Sur.**

**XVI Congreso Internacional sobre Innovaciones en
Docencia e Investigación en Ciencias Económico Administrativas**

**Influencia de las redes sociales en estudiantes de la Unidad Académica de
Contaduría y Administración extensión Sur.**

*Víctor Manuel Varela Rodríguez
Oswald Guadalupe Montaña Guzmán
Jorge Arturo Ramírez Lerma*

Tecnologías de la Información para el aprendizaje

Resumen

En los Jóvenes Universitarios se ha puesto de moda el uso de las redes sociales, principalmente la llamada Facebook, y los alumnos de la Unidad Académica de Contaduría y Administración, Extensión Sur no son la excepción.

Con el presente estudio se determina el grado de influencia que tienen las redes sociales en estos jóvenes, por lo que se aplicó una encuesta a una muestra selectiva de 67 alumnos, equivalente a la tercera parte de los alumnos del sistema escolarizado y el 19.2% del total de la población estudiantil (348 alumnos) donde se preguntó el tiempo que usan las redes sociales, cual es la que más usan, los fines de uso, etc.

Una vez realizada dicha encuesta se encontró que el 98% usa una red social, lo que significa el gran impacto que tienen las redes sociales en los jóvenes universitarios.

De igual forma el 89.5% la red que más usa es el Facebook, coincidente con el Ranking Mundial que realizara la experta en estrategia y marketing digital Ana Nieto Churruga.

Es importante resaltar la iniciativa que tienen estos estudiantes para transformar el uso que le dan a las redes sociales.

Palabras clave: Red social; Facebook; Jóvenes Universitarios; Impacto.

Influencia de las redes sociales en estudiantes de la Unidad Académica de Contaduría y Administración extensión Sur.

Índice

| | Pág. |
|-------------------------------------|-------------|
| Resumen | 2 |
| Introducción | 4 |
| I. Marco teórico | 5 |
| II. Metodología | 9 |
| 1. Objetivos | 9 |
| 2. Estudios previos | 9 |
| 3. Instrumento de recolección | 9 |
| III. Resultados | 10 |
| IV. Conclusiones y discusión | 11 |
| Bibliografía..... | 12 |
| Anexos..... | 13 |

INTRODUCCIÓN

Actualmente las redes sociales están jugando un papel importante en la sociedad, cada día son decenas de personas que se introducen a este gran mundo cibernético.

Los jóvenes son sin duda los más involucrados en esta gran masa social, por considerarlo de moda o simplemente por el uso que le pueden dar a la red.

Los estudiantes de la Unidad Académica de Contaduría y Administración Extensión Sur, no son la excepción, pues casi el 100% o la mayoría de estos jóvenes pertenecen a una red social, dedicando gran parte de su tiempo a la parte del entretenimiento, principalmente en Facebook, que es la red de mayor uso en estos estudiantes.

Es un reto para los docentes de este Campus Universitario transformar en la medida de lo posible y con la implementación de estrategias, el uso actual que la mayoría de los estudiantes le dan a las redes sociales, para que su tiempo se aproveche en el aspecto académico más que el de entretenimiento.

El crear grupos de estudio, de asesoría, de apoyo, subir tareas, etc. podrían ser entre otras algunas alternativas o estrategias que podrían seguirse en las redes sociales, para que el alumno aproveche el tiempo que dedica a las redes sociales al estudio y lograr con esto mayor rendimiento en los Universitarios.

I. MARCO TEÓRICO

En el artículo “Servicio de red social” (2012) se afirma que es un medio de comunicación social que se centra en encontrar gente para relacionarse en línea. Están formadas por personas que comparten alguna relación, principalmente de amistad, mantienen intereses y actividades en común, o están interesados en explorar los intereses y las actividades de otros.

En general, estos servicios de redes sociales permiten a los usuarios crear un perfil para ellos mismos, y se pueden dividir en dos grandes categorías: la creación de redes sociales internas (ISN) y la creación de redes sociales externas (ESN) como, por ejemplo, Tuenti, MySpace y Facebook. Ambos tipos pueden aumentar el sentimiento de comunidad entre las personas. El ISN es una comunidad cerrada y privada que se compone de un grupo de personas dentro de una empresa, asociación, sociedad, el proveedor de educación y organización, o incluso una *invitación*, creado por un grupo de usuarios en un ESN. El ESN es una red abierta y a disposición de todos los usuarios de la web para comunicarse; está diseñado para atraer a los anunciantes. Los usuarios pueden añadir una imagen de sí mismos y con frecuencia pueden ser *amigos* con otros usuarios. En la mayoría de los servicios de redes sociales, los usuarios deben confirmar que son amigos antes de que estén vinculados. Por ejemplo, si Alice pone a Bob como un amigo, entonces Bob tendría que aprobar la solicitud de amistad de Alice antes de que se colocaran como amigos. Algunos sitios de redes sociales tienen unos *favoritos* que no necesita la aprobación de los demás usuarios. Las redes sociales por lo general tienen controles de privacidad que permiten al usuario elegir quién puede ver su perfil o entrar en contacto con ellos, entre otras funciones.

Algunas redes sociales tienen funciones adicionales, como la capacidad de crear grupos que comparten intereses comunes o afiliaciones, subir videos, y celebrar debates en los foros. Geosocial *networking* da la opción de cartografía de los servicios de Internet para

organizar la participación de los usuarios en torno a las características geográficas y sus atributos.

1. Dans analiza el funcionamiento de las redes sociales en los siguientes puntos (Dans, 2010: 287):

a). Dentro de una plataforma común (sitio Web), un usuario invita a un grupo de usuarios a que establezcan una conexión online por medio de dicha plataforma. Cada usuario que acepta la invitación, pasa a formar parte de su red contactos.

b). Cada uno de estos nuevos usuarios, realiza la misma operación, invitando a otro número determinado de conocidos, esparciéndose de este modo las conexiones.

c). Con las relaciones creadas, el usuario crea lo que hoy se conoce por red de contactos con lo cual se puede intercambiar información de diversa índole, en función del tipo de red social.

Es difícil separar la definición de la red de las funciones que cumple, pues parecen ser formas de agrupación social que se estructuran en torno a su finalidad.

2. Funciones de las redes sociales:

*Permitir el desarrollo de relaciones informales propicias para la integración social (Sluzki, 1996).

*Aceptar "la diversidad y el respeto por el otro, a la vez que buscan el consenso sobre ciertos objetivos comunes" Reconocimiento de la legitimidad del otro (Morillo de Hidalgo, 2000: 11).

Permitir, fomentar, fortalecer, canalizar la participación social.

Aceptar y aprovechar el valor constructivo de los conflictos.

Usar la negociación como instrumento para lograr metas incorporando la diversidad.

Abrir espacios a la creatividad e innovaciones (Morillo de Hidalgo, 2000).

Responder a necesidades con una orientación que busca solucionar problemas y producir recursos o mejorar su utilización.

Difundir la información y el conocimiento producido en la comunidad.

Movilizar a la comunidad, incorporándola a la solución de conflictos.

Generar procesos de problematización, desideologización, desnaturalización y concientización al ser un espacio reflexivo. Entre otras.

2.1 ¿Qué es una red social?

De acuerdo al artículo “Red social” (2012) estas son páginas que permiten a las personas conectar con sus amigos, incluso realizar nuevas amistades, a fin de compartir contenidos, interactuar, crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, relaciones interpersonales.

Términos más usados en Facebook

**Biografía en Facebook:*

Recuento de los acontecimientos más relevantes sobre la vida de una persona.

**Facebookeros:*

Personas que constantemente están conectados a la red social Facebook.

**Me gusta:*

Dar click en “me gusta” significa que te agrada la publicación, comentario, foto o cualquiera que se le relacione.

**Perfil:*

En este podemos encontrar los gustos, intereses, aficiones y generales de la persona propietaria de alguna cuenta en Facebook.

**Notificaciones:*

Está relacionada con los comentarios que se hacen después de los que hayas realizado desde tu cuenta.

**Mensajes:*

Conversaciones privadas.

**Buscar:*

En esta barra podemos teclear el nombre de alguna persona con la que deseemos contactar.

**Inicio:*

Presenta las actualizaciones de estado de tus amigos, así como comentarios, fotos y videos.

**Estado:*

Muestra lo que deseas exteriorizar y compartir con tu red de amigos.

II. METODOLOGÍA

1. Objetivo General

Conocer el uso que los estudiantes de la Unidad Académica de Contaduría y Administración, Extensión Sur, hacen de las herramientas conocidas como redes sociales, para determinar si su uso es un factor determinante en su desempeño académico.

Objetivos específicos.

- Dar a conocer lo que es una red social y su funcionamiento.
- Encuestar a los alumnos de UACyA Sur.
- Graficar e interpretar resultados.
- Proponer nuevas formas de uso del Facebook

2. Estudios Previos

Para realizar esta investigación primeramente se hizo una investigación empírica para saber si los Estudiantes de la Unidad Académica de Contaduría y Administración Extensión Sur usaban las redes sociales, preguntando directamente a los alumnos en clase cuántos de ellos usaban las redes sociales y en especial el Facebook.

3. Instrumento de recolección

Posteriormente se diseñó un cuestionario como instrumento de recolección de datos, que nos reflejara entre otras cosas el tiempo que dedicaba al uso de las redes, cuál era la red que más usaba y el para que usaba las redes sociales.

Una vez obtenidos los datos se procedió a cuantificar y graficar los resultados encontrados.

III. RESULTADOS

Una vez realizada la investigación se encontraron los siguientes resultados:

El 92.5% de los estudiantes sabe lo que es una red social

El 98.5 % de los jóvenes pertenecen a una red social, lo cual significa que si se utilizan las redes sociales como herramienta de estudio en las distintas Unidades de Aprendizaje, no se tendría problema pues la gran mayoría usa dichas redes.

A la pregunta sobre cuál era la red social que más usaban, se encontró que el Facebook era de mayor uso con un 89.5% de los encuestados. Por lo anterior sería ésta la más eficaz para usarla en el desarrollo de los contenidos temáticos.

El 43.2 % lo usan más de una hora y en ocasiones pierden la noción del tiempo, casi la mitad de los estudiantes invierten una gran parte de su tiempo al uso de las redes sociales.

El 92.5 % de los estudiantes usan las redes sociales con fines de entretenimiento, es aquí donde radica el reto de los docentes para disminuir este porcentaje y aumentarlo en el uso del estudio bajo las siguientes estrategias:

1. Formar grupos de cada una de las Unidades de aprendizaje con alumnos y profesor, de tal forma que mediante este medio se notifiquen y se envíen Tareas, se coloquen temas de discusión y análisis, etc.
2. Subir cuestionamientos que sirven de eje conductor previo a una evaluación.
3. Pedir se comente en el grupo los aprendizajes que se obtuvieron en la clase previa.

Provocando con lo anterior que el uso que se le dé sea, en su mayoría, con tinte académico y no de entretenimiento. Pues al 44.8 % de los estudiantes les es un factor de distracción en periodo de exámenes.

IV. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Del presente trabajo podemos concluir lo siguiente:

Las redes sociales son una realidad de los jóvenes universitarios, intentar evitar su uso sería un trabajo agotante y desgastante, y seguramente no se lograría dicho objetivo, pues estos estudiantes perciben ya como una necesidad el pertenecer a una red social.

Dentro de los resultados encontrados en uno de los cuestionamientos, podemos ver que el 7.5% usa las redes sociales para estudiar con sus amigos, y aun, cuando el porcentaje de jóvenes que utilizan las redes sociales para otras funciones es mayor, podemos darnos cuenta que ya se está comenzando a ver el lado positivo de las mismas.

Es tarea también de la Universidad Pública orientar al Uso académico de las redes sociales, pues de no hacerlo podría convertirse en el enemigo número uno del desempeño académico de sus estudiantes.

BIBLIOGRAFÍA

Dans, E. (2010): Todo va a cambiar. Tecnología y evolución: adaptarse o desaparecer. Barcelona: Deusto.

Morillo de Hidalgo, C. (2000). "Las redes sociales: nuevo modelo de organización para el desarrollo humano sostenible" .Puntal, 6(11), pp. 10-15.

Red Social. (Octubre 9, 2012). En Bligoo. De <http://docentesenaccion.bligoo.com.ar/content/view/1082499/1-Que-son-las-redes-sociales.html>

Sluzki, C. E. (1996). La red social: frontera de la práctica sistémica, Barcelona: Gedisa.

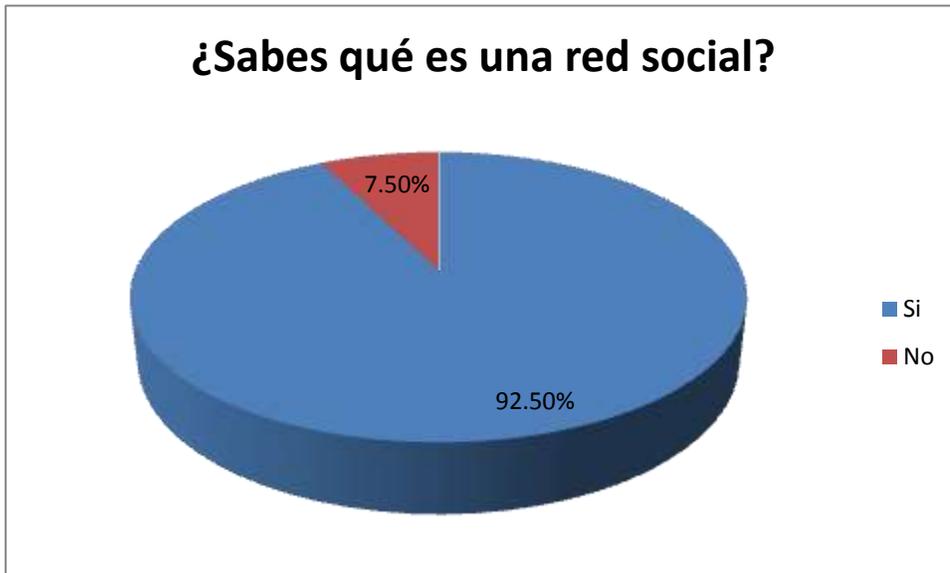
Servicio de red social. (Octubre 9, 2012). En *Wikipedia, la Enciclopedia Libre*. De http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_red_social

<https://www.facebook.com>

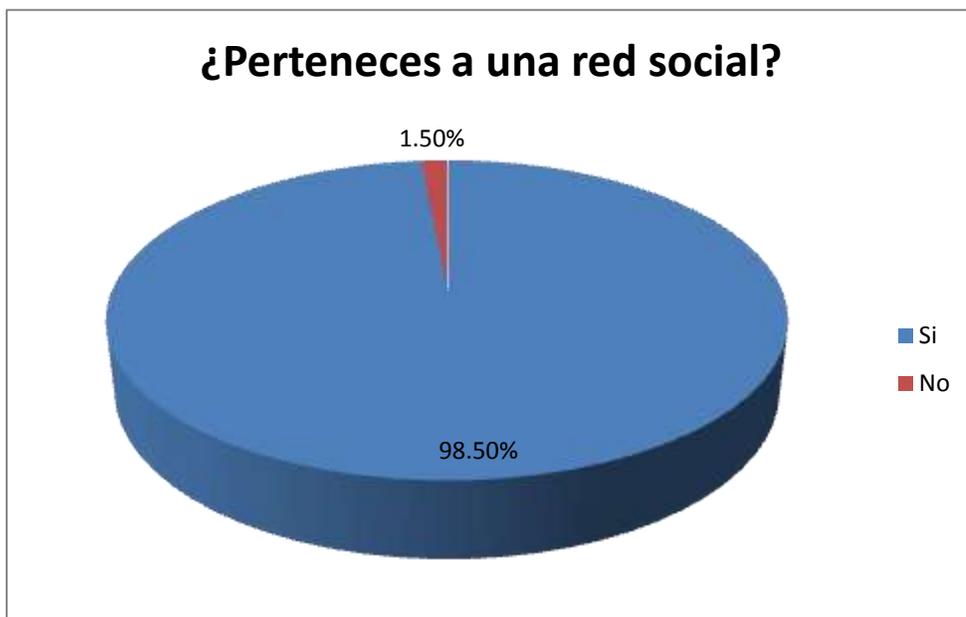
<http://www.webempresa20.com/blog/456-las-40-redes-sociales-mas-populares.html>

<http://www.teccomstudies.com/numeros/revista-1/136>

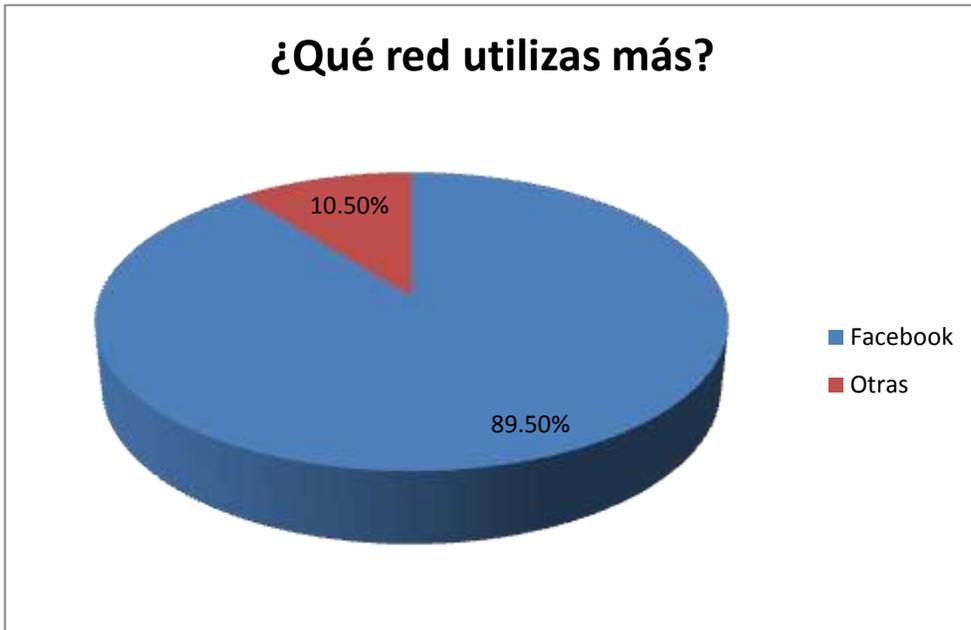
ANEXOS



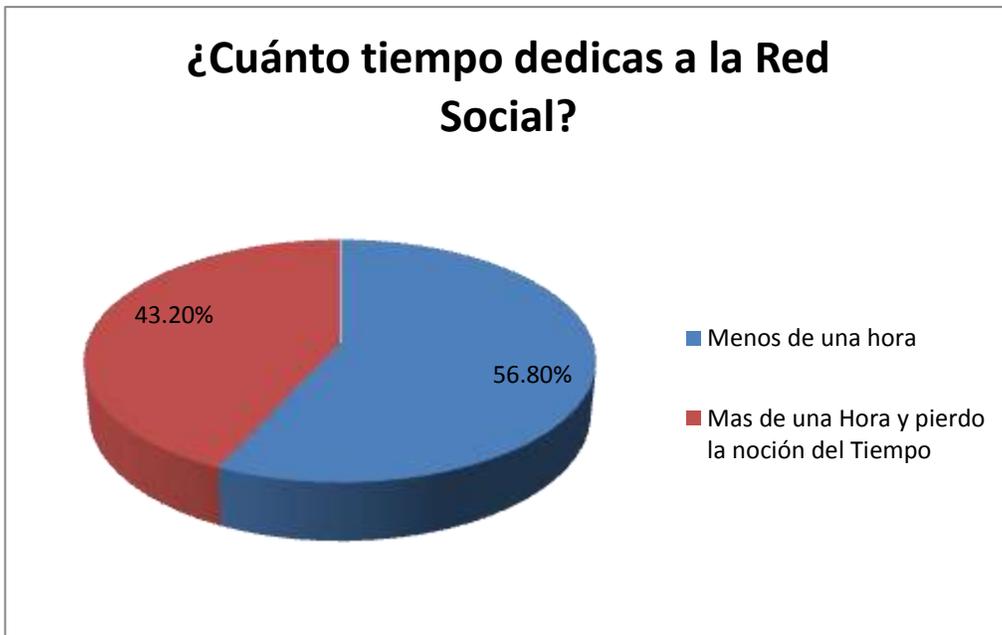
Grafica 1: Autor



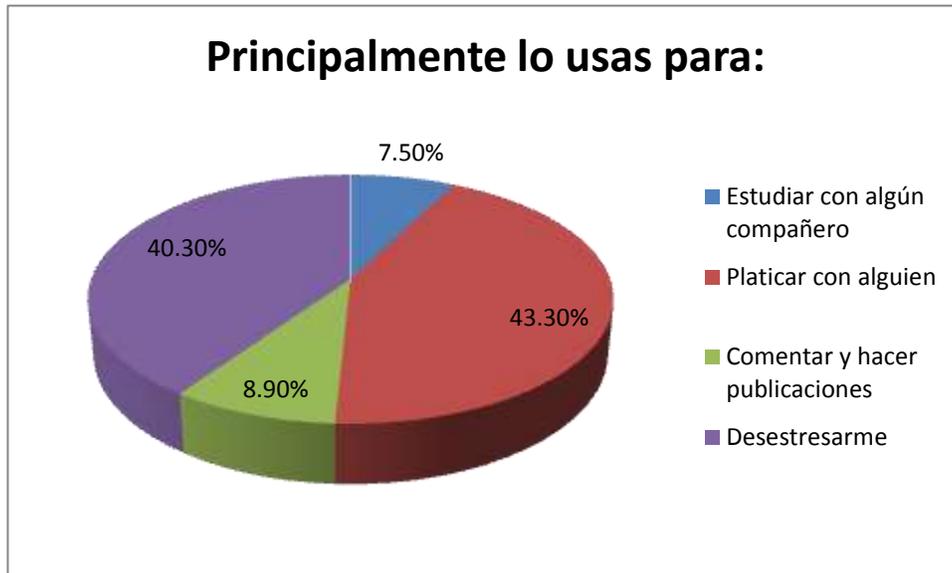
Gráfica 2. Autor



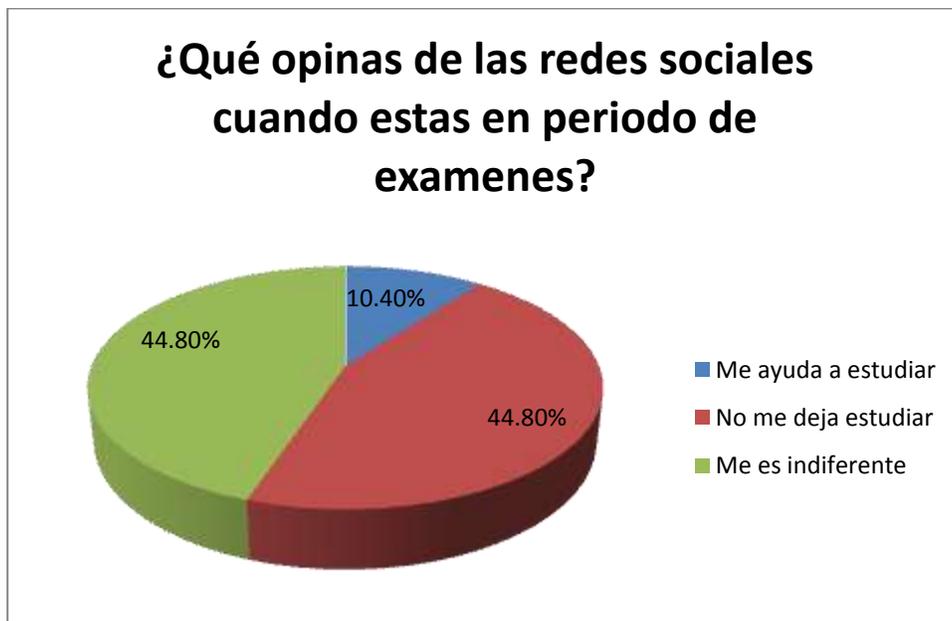
Gráfica 3. Autor



Gráfica 4. Autor



Gráfica 5. Autor



Gráfica 6. Autor