

Futuros docentes y redes sociales: uso e implicaciones

/

Future teachers and social networks: use and implications

Silvia Anzano Oto

Sandra Vázquez Toledo

Cecilia Latorre Cosculluela

Marta Liesa Orús

Departamento de Ciencias de la Educación

Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad de Zaragoza

DOI

<https://doi.org/10.23824/ase.v0i33.670>

Resumen

La sociedad es cada vez más digital y tecnológica, y por lo tanto las redes sociales se convierten en una herramienta cotidiana. Por este motivo, se realiza un estudio que pretende analizar el uso personal que hacen los futuros docentes de las redes sociales. La muestra la conforman 145 estudiantes universitarios del Grado en Magisterio. Entre los resultados se observa que WhatsApp y Facebook son las redes sociales destacadas en cuanto a la cantidad de registros en ellas, detectándose diferencias en el sexo de sus usuarios, pero no en relación a la formación. Aunque, en cuanto a la frecuencia predominante de uso de estas redes hay variaciones al estudiar ambas variables. La mayoría de las mujeres las usa más de una hora diaria mientras que los hombres tienden a utilizarlas menos de una hora al día para publicar, informarse o chatear. Entre las principales conclusiones, reseñar que los estudiantes del Grado en Magisterio utilizan principalmente las redes sociales para comunicarse, reduciendo así o sustituyendo las interacciones en persona. Estas

herramientas permiten, no obstante, estar en contacto continuo con los demás debido a su accesibilidad. Ambas posturas conducen a una necesaria reflexión sobre las ventajas, usos y riesgos entre los jóvenes.

Palabras clave: TIC; redes sociales; formación de docentes; maestro

Abstract

Society is becoming even more digital and technological, consequently social networks are an everyday tool. In this context, a study has been done in order to analyse the use of social networks by the coming promotions of teachers. The sample consist in 145 under-graduate students from the degree in teaching. Analysing the results it can be observed that WhatsApp and Facebook are the predominant ones regarding the number of registered users, with some differences in terms of the user gender but not in terms of training. Nevertheless, in terms of frequency of use there are differences when considering gender and training. Women use social networks more than an hour a day while men use it less than an hour a day, to post, get information or chat. To conclude, under-graduate students from the degree in teaching use social networks to talk with others, decreasing or even supressing the personal interaction. These tools allow us to be permanently connected due to their straightforward accessibility. These results, indeed, lead to a reflection on the advantages, uses and risks among young people.

Keywords: ICT; social networks; teacher education; teachers

1. Introducción

Hace más de una década, era ampliamente conocido el hecho de que los medios de la información y de la comunicación habían dado un vuelco importante a la comunicación (Laborda, 2005). De hecho, la comunicación fue considerada como aquel ámbito en el que los mayores cambios fueron introducidos con los medios digitales. Alguno de ellos hace referencia a las modificaciones en géneros comunicativos o las relaciones interpersonales, provocando una percepción diferente del espacio y del tiempo (Laborda, 2005). Los avances de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (en adelante, TIC) permiten estar conectados constantemente con cualquier persona e iniciar nuevas formas de comunicación que afectan a la tradicional (Villalonga y Marta, 2015). En este entorno, son las redes sociales, con el activismo digital que ofrecen (Selvi, 2020), uno de los elementos de mayor impacto que tiene gran poder de comunicación, de inmediatez, de integración social como algunos beneficios (Gómez, Ferrer y de la Herrán, 2015) y que, en la última década, han ido adquiriendo gran importancia con su accesibilidad y adaptabilidad en la población. Se han convertido, así, en un hábito común que afecta a distintos aspectos de la vida (Sabater, Martínez y Campión, 2017). A su vez, este progreso y sus posibles repercusiones han sido considerados como un hecho distintivo para este periodo de tiempo (Dias, Cadime, del Castillo, García y García del Castillo, 2018).

Las redes sociales han llegado a formar parte de la vida diaria de la mayoría de la población, pues existen medios de este tipo que permiten multitud de utilidades tales como interacción, ventas, uso de servicios, difusión de información, trabajar, educarse, distraerse, co-crear conocimientos, buscar pareja y divertirse, y para todo ello cada vez son usadas con mayor frecuencia (Pasquini & Eaton, 2020). Es por esto que cada vez estén más presentes en los quehaceres diarios hasta convertirse en una herramienta inseparable del usuario e indispensable para su vida cotidiana (Ahumada, Ravina y Hernández, 2018; Martínez y González, 2018). En este sentido, las redes sociales e internet están presentes en cada instante de nuestra actividad cotidiana evolucionando de manera desmesurada e impredecible y la sociedad intenta aceptar estos cambios en tiempo record (Gómez, Ferrer y de la Herrán, 2015). Ante tal crecimiento, se debe tener en cuenta, como aportan Vázquez y

Pastor (2018), que todos estos cambios que los medios sociales traen a nuestra vida (entre ellos la comunicación instantánea) pueden ser tanto positivos como negativos en las relaciones sociales.

En definitiva, las nuevas formas de comunicación digital han contribuido a democratizar el proceso de comunicación (Gavilán, Martínez y Fernández, 2017) y, a consecuencia de dicha evolución, la sociedad modifica sus hábitos, principalmente el uso de su tiempo dedicándolo a las redes sociales. De este modo, algunas investigaciones citadas previamente indican que las redes sociales y las aplicaciones de mensajería instantánea están muy presentes en nuestras vidas pero, a pesar de ello, existen pocos estudios en torno su influencia o repercusión en nuestro día a día (Vázquez y Pastor, 2018).

1.1. La juventud impregnada por las redes sociales

En un principio, las TIC pueden facilitar la vida de las personas, pero también dificultarla, ya que especialmente en el caso de los jóvenes pueden llegar a convertirse en un fin y no en un medio (Echeburúa y De Corral, 2010). Precisamente es este grupo de la población el que conforma la gran parte de usuarios de las redes sociales (Fernández, Casal, Fernández-Morante y Cebreiro, 2020), y a los que se les ha denominado Millenials, nativos digitales, Generación Y, Generación Z (nacidos entre 1995 y 2012, todavía universitarios, según Fernández-Cruz y Fernández-Díaz, 2016; Espinosa, Rodríguez y Olvera, 2017), Generación Google, Generación interactiva, App Generation o Generación Selfie (Herrero, Ramos y Nó, 2016) según sus características o la generación a la que se pertenece.

Esta población de la juventud utiliza las redes sociales para intercambio de imágenes, construcción de la identidad personal (Svensson y Russmann, 2017), “para cumplir con una serie de factores, que se adapten a su ritmo de vida, intereses tecnológicos, necesidad de socialización e intereses personales” (Marcelino, 2015, p. 50). Tanto niños como jóvenes conciben las redes sociales como plataformas cotidianas para su vida social, con posibilidad de estar en conexión permanente con los amigos e interactuar con otros usuarios evitando el control de los tutores o de autopresentación o cuestiones espacio-temporales (Izrael, 2017). No obstante, un uso cotidiano y frecuente de estos medios puede conllevar ciertos riesgos que

suponen, en algunos casos, la aparición de trastornos adictivos (Vallejos, Copez y Capa, 2018) o el ciberbullying, del mismo modo que puede lograr el bienestar personal (Burbules, 2016).

Cabe destacar que los jóvenes son un colectivo vulnerable en este contexto en tanto que utilizan estas redes sociales para el desarrollo de diversas actividades, pero la actualización de noticias, el aumento de iguales en las interacciones, la espontaneidad (entre otros estímulos distractores), son las variables que provocan un uso frecuente que potencia el proceso adictivo de estos medios (Vallejos, Copez y Capa, 2018). Sin embargo, estos jóvenes valoran muy positivamente las posibilidades de participación y de información, así como el beneficio social de contactar con otros usuarios que les conceden las redes sociales (García y Fernández, 2016).

Sucintamente, las redes sociales establecen nuevas formas de consumo de los medios entre la población joven, bien sea para informarse de las noticias de actualidad, como fuente de información más general, para las relaciones interpersonales o llegando a ser alternativa de la participación ciudadana del usuario (Vizcaíno, Catalina y López de Ayala, 2019). En su gran mayoría, además, se asocian al ocio (Sanz, Alonso, Sáenz de Jubera, Ponce de León y Valdemoros, 2018) aunque también son utilizadas en el ámbito universitario con fines educativos (Arguedas, 2016; García y Vargas, 2020).

1.2. Las redes sociales en la población universitaria y su potencial como elemento de aprendizaje

En los comienzos, parecía que las redes sociales iban a destinarse a jóvenes preuniversitarios, universitarios y adultos. Sin embargo, con el paso del tiempo se puede comprobar que, los más pequeños, también forman parte activa de las redes sociales (Fernández, 2019). Aún con ello, cabe destacar que los estudiantes suelen ser los principales destinatarios de los mensajes que se difunden a través de los medios sociales (Plewa et. al., 2016 citado por García, 2018). Es por ello que uno de los intereses de un importante cuerpo de la investigación actual, se localiza en el estudio y reflexión del uso que los jóvenes hacen de las redes sociales.

También resulta interesante profundizar en cómo las redes sociales condicionan la interacción de los jóvenes universitarios. En esta línea, autores como Domínguez y López (2015) entienden que las redes sociales son instrumentos fundamentales de expresión e interacción entre estos jóvenes hoy en día, es decir, los estudiantes universitarios presentan sus interacciones interpersonales en el escenario tecnológico, lo que tal vez puede crear una brecha entre la intensidad con la que utilicen estos medios y el impacto psicosocial de los mismos, en la vida de los usuarios (Valerio y Serna, 2018). Esto provoca que estén mirando el Smartphone en todo momento y que contesten mensajes en situaciones y momentos inadecuados (conduciendo, en clase, estando con amigos, familia, etc.) y así es como se descuidan las relaciones interpersonales presenciales (Salas y Escurra, 2014).

Por otro lado, en lo que respecta al uso de estos medios como elemento de aprendizaje, este sector manifiesta que el uso de estos medios sociales tiene ventajas referidas al mantenimiento de sus conocimientos actualizados en un contexto de aprendizaje para toda la vida, el acceso al profesorado y el contacto también con los iguales independientemente del momento y lugar compartiendo opiniones y percepciones (Arquero y Romero, 2013; Gómez, Roses y Farias, 2012, citado por García, 2018). En el otro vértice, algunos investigadores del ámbito educativo manifiestan la importancia de las nuevas formas de comunicación, promovida por las redes sociales, en la dinámica de los universitarios. En cierto modo, este hecho parece afectar e incluso modificar constructos propios del estudiante (Ahumada, Ravina, y Hernández, 2018). Para que esta situación u otras con consecuencias negativas no sucedan, sería imprescindible formar a los estudiantes y profesionales para afrontar situaciones de peligro, o dar a conocer pautas y evitarlas, además de poder obtener el máximo beneficio de estos medios tan accesibles (Fernández, 2019), dándoles a las redes sociales su valor pedagógico por el que ha aumentado el interés (Chu, Capio, Van Aalst, Cheng, 2017).

Asimismo, no debe obviarse que la información y el conocimiento están al alcance de todos, lo que permite que, teniendo unas mínimas competencias de búsqueda y principalmente los recursos tecnológicos necesarios, cualquier persona puede autoformarse (Martínez y González, 2018). En este sentido, la utilización de estos medios sociales como recurso didáctico podría propiciar un proceso de enseñanza-

aprendizaje más significativo e innovador (López, Flores, Espinoza de los Monteros y Rojo, 2017). Este hecho ya se está incorporando a las aulas universitarias aunque todavía no han sido valorados en profundidad los resultados educativos obtenidos por la adopción estos medios sociales en la enseñanza (Salloum, Mhamdi Al Kurdi, Shaalan, 2018). De esta forma es probable que los futuros docentes experimenten el uso didáctico de las redes sociales como alumnos, de tal forma que les sea posible captar ideas para su futuro laboral en las aulas de Educación Infantil y Primaria.

Sin embargo, las redes sociales son herramientas de uso común entre la población pero es reseñable que no existe gran cantidad de investigaciones acerca del uso y las consecuencias de éstas, especialmente entre la población universitaria. Por lo tanto, es un motivo más a lo anteriormente expuesto, para proponer el estudio aquí presentado con el objetivo general de analizar el uso de las redes sociales entre los jóvenes universitarios del Grado en Magisterio, y se plantean los siguientes objetivos específicos: recopilar las redes sociales que predominan entre los estudiantes universitarios, exponer la frecuencia de conexión y el tiempo dedicado a las redes sociales, mostrar los principales usos que hacen y los beneficios que obtienen de las redes sociales, revelar el medio de comunicación de preferencia y el soporte de acceso a las redes sociales.

2. Método

El diseño adoptado en este estudio responde a un tipo cuantitativo transversal y no experimental basado en encuestas. Se optó por este enfoque en tanto que ofrece la posibilidad de dar respuesta a determinados problemas y cuestiones, desde un punto de vista tanto descriptivo, asegurando el rigor de los datos recabados.

2.1. Participantes

En lo que respecta a la muestra, estuvo constituida por 145 estudiantes matriculados en los Grados en Magisterio en Educación Infantil y en Educación Primaria de diversas universidades de la Comunidad Autónoma de Aragón. La población se distribuye en cuatro cursos (los correspondientes al Grado Universitario) de los que un 24,1% de los estudiantes corresponden al primer curso; un 26,9% están

matriculados en segundo; un 29% pertenecen a tercero y un 20% cursan cuarto (ver Tabla 1). Se usó un muestreo de tipo aleatorio simple tomando como criterio de base a que todos los participantes fuesen estudiantes universitarios del Grado en Magisterio.

Curso	Sexo	
	Mujeres	Hombres
Primer curso	28 (19,31%)	7 (4,83%)
Segundo curso	28 (19,31%)	11 (7,59%)
Tercer curso	34 (23,45%)	8 (5,52%)
Cuarto curso	22 (15,17%)	7 (4,83%)

Tabla 1. Sexo y formación de la muestra.

En cuanto al sexo, un 77,24% de la muestra del estudio son mujeres, hecho que se traduce en que los estudios de Magisterio constituyen un Grado universitario todavía feminizado (Sánchez-Morillas, 2011; Gialamas, Nikolopoulou & Koutromanos, 2013; Marín, Vega y Passey, 2019). A día de hoy, son más numerosas las maestras que obtienen la titulación de Magisterio frente a los pocos futuros maestros que escogen el campo de la educación y que su objetivo es formarse para trabajar en colegios de Educación Infantil o Educación Primaria. A consecuencia de ello, es posible considerar la muestra como representativa en lo que respecta al sexo.

2.2. Instrumento

Se diseñó un cuestionario *ad hoc* en formato online para la investigación compuesto por preguntas de opción múltiple y de casillas de verificación, prácticamente en su totalidad preguntas cerradas. Se adaptaron al objetivo de la investigación algunas preguntas de otros cuestionarios revisados en la literatura científica (Jarrín, 2015; Bermúdez, Cabrera y Carranza, 2016) y se redactaron algunas otras que se consideraban relevantes. Todas ellas fueron agrupadas en distintas categorías. En primera instancia, los datos sociodemográficos y, a continuación, las siguientes preguntas vinculadas directamente a las redes sociales, distribuidas en cuatro grandes bloques: las principales redes sociales, la frecuencia de uso, finalidad y beneficio de las mismas hasta la preferencia en el medio de comunicación y soporte

de acceso a las redes sociales. Posteriormente, y previamente a su administración, fue validado por un juicio de expertos externos al proceso de elaboración. Tras un profundo análisis por su parte, sugirieron efectuar ciertas modificaciones de redacción para facilitar la comprensión de las preguntas y la supresión de algunos ítems por repetición de contenidos, entre otros. Todos estos cambios se tuvieron en cuenta para construir la versión final del cuestionario. No fue extraído el índice de alfa de Cronbach porque los ítems no medían un mismo constructo y, por tanto, no tenían por qué disponerse relacionados. Aun con ello, las modificaciones sugeridas por los jueces expertos fueron consideradas lo suficientemente robustas para asegurar la validez del instrumento.

2.3. Procedimiento

La difusión del mismo se produjo mediante una red social (WhatsApp), en tanto que se consideraba ineludible responder a la naturaleza de este estudio. Previo a la cumplimentación del cuestionario, los participantes disponían de las instrucciones básicas en las que, a su vez, se les informaba de la finalidad del mismo. También se hacía referencia a los componentes éticos (participación voluntaria, anónimo y confidencialidad de los datos). Una vez recopilados los datos del estudio se procedió a su correspondiente análisis estadístico.

3. Resultados

Los resultados más relevantes obtenidos en el presente estudio son los que se proceden a detallar siguiendo el orden de categorías establecido en el cuestionario. En una primera parte, se presentan las principales redes sociales y sus usos más relevantes. Posteriormente, se analiza la finalidad y beneficio de las mismas. Y, finalmente, se comentan las preferencias que tienen los participantes para comunicarse y el soporte desde el que acceden a estos medios sociales.

En primer lugar, las principales redes sociales en las que la casi totalidad de los participantes tienen cuenta son WhatsApp, Facebook e Instagram. En las dos primeras, los datos son similares en cuanto al sexo, pero los más elevados son un 99,10% de las mujeres que tienen cuenta en WhatsApp y un 93,93% de hombres

disponen de cuenta en Facebook. Sin embargo, existe diferencia entre sexos en la red social Instagram, en la que un 70,53% de las mujeres tienen cuenta y un 20% menos, de hombres. En menor medida son utilizadas otras redes sociales como Twitter y Skype. Estas son principalmente utilizadas en los tres primeros cursos por las mujeres mientras que los hombres hacen un uso más heterogéneo a lo largo del Grado. Así mismo, todavía algunas mujeres tienen cuentas en Snapchat, en Pinterest y en LinkedIn mientras que algún hombre apunta otra red social más, como es Telegram.

Analizando los datos derivados de la variable “formación de los participantes” del estudio, cabe destacar que un 30,35% de las mujeres que tienen cuenta de WhatsApp son de tercer curso de grado y que un porcentaje del 27,27% de los hombres, en la misma red, se hallan en segundo curso de grado.

En la siguiente red social de tendencia entre la muestra, en Facebook, se observa una situación muy semejante a la anterior. Continúan siendo las mujeres de tercer curso de grado y los hombres que cursan segundo, los datos más elevados según sexo y formación, con un 28,57% de mujeres y un 30,30% de hombres. Es una red social en la que casi la totalidad de los estudiantes de todos los cursos tienen cuenta, seguida de la red social Instagram con una situación similar a la previa, siendo los grupos ya destacados anteriormente los que conforman los datos relevantes una vez más.

	Facebook		WhatsApp		Twitter		Skype		Instagram	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
1º	22,32	18,18	24,10	21,21	15,17	12,12	19,64	6,06	16,96	9,09
2º	22,32	30,30	25	27,27	16,07	24,24	17,85	21,21	17,85	24,24
3º	28,57	24,24	30,35	24,24	16,96	9,09	16,96	9,09	25,89	9,09
4º	19,64	21,21	19,64	18,18	8,03	12,12	8,92	9,09	9,82	12,12

Tabla 2. Redes sociales en las que tienen cuenta (datos en porcentajes).

En relación a la frecuencia con la que los estudiantes del Grado en Magisterio usan las redes sociales, no hay ni un solo estudiante que no haga uso diario de las redes sociales, puesto que no se han registrado respuestas en la opción de “ningún día”. En el extremo opuesto, se encuentran los datos más elevados sobre esta cuestión,

esto es, un 86% de las mujeres y un 69,69% de los hombres se conectan todos los días a las redes sociales más de una hora, siendo en los dos casos la gran mayoría estudiantes de los cursos intermedios del Grado. En lo que respecta a conectarse a las redes sociales un tiempo inferior a una hora diaria, el porcentaje total más alto (24,24%) se corresponde con la muestra masculina, esto es, son los hombres los que cumplen esta condición sin estar ninguno de ellos en tercer curso de grado.

	Todos los días más de 1h		Todos los días menos de 1h		Casi todos los días (4 a 6 días/semana)		Algunos días (1 a 3 días/semana)	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
1º	18,75	15,15	6,25	3,03	0,89	0	0	0
2º	21,42	21,21	1,78	12,12	0,89	0	0,89	0
3º	21,42	24,4	8,03	0	0	3,03	0	0
4º	15,17	9,09	3,57	9,09	0,89	3,03	0	0

Tabla 3. Frecuencia de uso de las redes sociales (datos en porcentajes).

Se consideró relevante también conocer el tiempo que transcurre mientras ellos están navegando en las redes sociales diariamente. Así pues, en el presente estudio se aprecia que las mujeres dedican mayor tiempo, concretamente más de dos horas cada día un 34,82% sin existir diferencias entre las de primer y segundo curso, frente a un 27,27% de hombres de los que una cifra superior al 15% estudian segundo curso. En franjas horarias menores, casi el 40% de los hombres pasan conectados entre media y una hora diaria en estos medios sociales.

	Menos 30 min./día		De 30 min.- 1 h		De 1h- 2h/día		Más de 2h./día	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
1º	1,78	3,03	5,35	6,06	7,14	6,06	10,71	6,06
2º	1,78	0	6,25	18,18	6,25	0	10,71	15,15
3º	1,78	3,03	11,60	3,03	9,82	15,15	7,14	3,03
4º	2,67	0	1,78	12,12	9,82	6,06	5,35	3,03

Tabla 4. Tiempo de navegación diario en las redes sociales (datos en porcentajes).

Las redes sociales dan la posibilidad de realizar distintas tareas o acciones, pero todas coinciden en permitir comunicarse mediante ellas, bien sea creando un perfil y subiendo fotos, haciendo comentarios a las mismas, grabar vídeos y dejarlos 24h para que los amigos los vean, mandar mensajes privados, escribir o mandar audios, compartir fotos o mensajes de texto de manera individual con una persona o en un grupo, e incluso realizar llamadas o videollamadas. De entre las diferentes opciones, los estudiantes del Grado en Magisterio utilizan fundamentalmente las redes sociales con la finalidad de chatear con los amigos, muy similares los datos de mujeres con un 66% cursando uniformemente los diversos cursos y un 10% menos de hombres, de los que más de la mitad se concentran en segundo curso. La segunda finalidad de estos medios es para informarse, siendo un 21,42% de mujeres y un 33,33% de los hombres. Otros fines para los que se utilizan las redes sociales podrían ser visitar perfiles de los demás o publicar información, que en este estudio son representados por menos de un 10% de la muestra en cada una de las dos acciones más comunes en las mujeres.

	Chatear con los amigos		Hacer publicaciones		Visitar perfiles de los demás		Informarse	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
1º	16,07	9,09	2,67	0	0	0	5,35	9,09
2º	15,17	27,27	1,78	0	0,89	0	7,14	3,03
3º	20,53	6,06	0	0	1,78	3,03	8,06	15,15
4º	14,28	12,12	2,67	3,03	1,78	0	0,89	6,06

Tabla 5. Principales usos de las redes sociales (datos en porcentajes).

En cuanto al beneficio que obtiene esta población del uso de las redes sociales, existe coincidencia en un 75%, que tanto hombres como mujeres consideran como beneficio la comunicación más rápida y eficaz. Las féminas están más distribuidas a lo largo del grado mientras que casi la mitad de los hombres son de segundo curso. El segundo beneficio con el que parecen estar de acuerdo los estudiantes de ambos sexos, es con que las redes sociales permiten interactuar con más de una persona al mismo tiempo. En este caso, se destaca en hombres, una vez más segundo curso (21,21%) pero el resto de los participantes están repartidos en los cursos.

Las mujeres, parece ser que prefieren permanecer en contacto con los amigos o familiares durante todo el día, principalmente las de primer y tercer curso, puesto que casi un 60% de ellas destaca este beneficio de las redes sociales. Por el contrario, los hombres solamente un 15% lo hacen. De nuevo las mujeres, prefieren estar actualizadas con lo último de noticias a través de las redes sociales, se encuentra casi un 30% de diferencia entre sexos. Un par de casos concretos, aportan el beneficio de usarlas para formarse y hablar con familiares de otros países

	Comunicación rápida y eficaz		Interactuar varias personas a la vez		Estar en contacto con amigos		Estar actualizado con noticias	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
1º	20,53	15,15	16,07	12,12	18,75	6,06	15,17	15,15
2º	17,85	33,33	10,71	21,21	9,82	21,21	10,71	27,27
3º	23,21	4,46	11,60	12,12	18,75	9,09	16,96	21,21
4º	13,39	3,57	7,14	6,06	12,5	15,15	5,35	9,09

Tabla 6. Beneficio del uso de las redes sociales (datos en porcentajes).

Las redes sociales son un medio de comunicación preferente de uso diario para la mitad de las mujeres que conforman esta muestra, resultando más común este uso en los dos últimos cursos del grado. Por el contrario, más de la mitad de los hombres estudiantes del Grado en Magisterio, se comunican en gran medida en persona, es decir, siguen utilizando el método más tradicional, cara a cara. En este grupo, los de segundo curso forman casi la mitad de ese 51,51%. La llamada telefónica para comunicarse ha pasado prácticamente desapercibida en este estudio.

	Mediante redes sociales		En persona, cara a cara		Mediante llamada	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
1º	11,6	15,15	12,5	6,06	0,89	0
2º	8,03	9,09	16,96	24,24	0	0
3º	16,96	12,12	13,39	12,12	0	0
4º	14,28	12,12	4,46	9,09	0,89	0

Tabla 7. Medio de comunicación preferente (datos en porcentajes).

El soporte desde el que se accede a las redes sociales, no podía ser otro que el teléfono móvil, usado para esta finalidad por un 96,42% de mujeres casi un 30% de tercer curso y un 93,93% de hombres siendo más del 33% de segundo curso. Algunos estudiantes de grado acceden desde ordenador propio o tablet, pero son una mínima parte, un 5% aproximado.

4. Discusión

Según la Interactive Advertising Bureau (IAB) Spain (2019) las redes sociales son utilizadas por un 85% de la población internauta de 16-65 años de nuestro país, lo que equivale a 25,5 millones de usuarios. Estos datos tratados desde la variable sexo, nos indican que 51% de los usuarios, a nivel nacional, son mujeres y tan solo un porcentaje menor -2%- son hombres. Si la muestra se especifica por edades, el 31% de ellos tienen entre 16 y 30 años (tramo de edad que comprende a los estudiantes universitarios). Este sector poblacional que está siendo formado para ser profesional de la educación tienen cuenta en WhatsApp, Facebook e Instagram y, en menor medida, en Twitter y Skype. De todas ellas coinciden con Jasso, López y Díaz (2017) las redes sociales que ocupan los dos primeros puestos: WhatsApp y Facebook preservando ese mismo orden como redes sociales más utilizadas por sus estudiantes universitarios. Asimismo, es posible apuntar que en el presente estudio, en ambas redes sociales predomina el género femenino (IAB, 2019; Universia, 2019) pues en Facebook, según Hernández (2018) más de la mitad de usuarios son mujeres.

En relación a la frecuencia de uso de estos medios sociales, en el presente estudio se conectan todos los días a las redes sociales (Silvestre y Cruz, 2016) y cada día más de una hora un 86% de las mujeres y un 69,69% de los hombres, aunque algunos de ellos se conectan menos de una hora al día.

Del mismo modo, también es importante ser conscientes del tiempo que transcurre mientras los jóvenes universitarios están utilizando las redes sociales. Las mujeres son las que les dedican mayor tiempo y los hombres tienen las cifras más elevadas en estar conectado a estos medios sociales entre media y una hora diaria. Por el contrario, algunos investigadores como Marín, Vega y Passey (2019) aportan que son los hombres los que más presencia tienen en las redes sociales. Las cifras inferiores se sitúan en permanecer conectados menos de media hora al día, en lo

que según sexo coinciden. Los datos proporcionados sobre esta cuestión en el presente estudio no especifican más allá de un uso mayor de dos horas, por lo tanto puede darse que los estudiantes universitarios cuya elección ha sido “más de 2 horas al día” alcancen un promedio de 6 horas diarias conectados a las redes sociales (Silvestre y Cruz, 2016; Jasso, López y Días, 2017). Además, sucede el efecto contrario que según Universia (2019) procede, ya que ésta expone que conforme aumentan los minutos de dedicación a estos medios sociales se va reduciendo las cifras de población que permanecen en ellas ese tiempo.

Las redes sociales dan la posibilidad de ser utilizadas con finalidades variadas, pero entre los estudiantes del Grado en Magisterio, y a su vez en algunas investigaciones (Jasso, López y Díaz, 2017; Silvestre y Cruz, 2016; Flores, Chancusig, Cadena, Guaypatín y Montaluiza, 2017), predomina el comunicarse con amigos al igual que se muestra en el presente estudio, ya que esta actividad se desarrolla a lo largo de todos los cursos del Grado en las mujeres y en el caso de los hombres, destacar los correspondientes a segundo curso. No obstante, al contrario que en otros estudios (García, Granat y Sepúlveda, 2017) los futuros maestros no las utilizan como herramientas de ocio (ver perfiles de otras personas, subir publicaciones, etc.) ni para pasar el rato porque las usen sus amigos (Hernández, 2018). Además, al parecer los estudiantes universitarios del Grado en Magisterio destinan las redes sociales para lo más típico que es mantener contacto con amigos, ya que el pasado año el 96,8 % de los estudiantes con edades comprendidas entre los 14 y 24 años utilizó en WhatsApp como canal preferente para esta acción (Martín, Suero, Suso y Torres, 2019).

Por otro lado, cabe destacar que las futuras maestras prefieren comunicarse diariamente mediante las redes sociales y trasladar la conversación a una plataforma virtual (García, Granat y Sepúlveda, 2017), al contrario que los futuros maestros que siguen el método tradicional, se comunican in situ. Para ello, principalmente es utilizado el dispositivo *smartphone* con conexión a internet, del que dispone un 92% de la población española (Gordic, 2019) y que un 95% de los estudiantes universitarios del Grado en Magisterio utilizan para estas acciones al igual que los estudiantes de nivel superior de García, Granat y Sepúlveda (2017), lo que conlleva una disminución de la comunicación en persona. No podemos obviar que las relaciones sociales son fundamentales para la felicidad, y las personas que

tienen interacciones en persona están más satisfechas que aquellas que se comunican más a través de las redes sociales que parece tener un efecto negativo sobre el bienestar (Miret y Pérez, 2019).

5. Conclusiones

A partir de los resultados del estudio es posible observar que se hace uso diario de diversas redes sociales que responde, en gran medida, a la oferta y accesibilidad de las mismas en la sociedad actual. Los datos aportados ponen de manifiesto que, normalmente, cada participante es usuario de varias redes sociales a pesar de las similitudes que comparten entre ellas, incluida la fácil accesibilidad mediante el móvil que permite estar conectado continuamente y hace que se usen de manera desmesurada en la mayoría de los casos, especialmente si se trata de jóvenes que, según Martín, Suero, Suso y Torres (2019), son conocidos como “Generación Mute” en el mundo anglosajón.

De los estudiantes del Grado en Magisterio, son las mujeres las que dedican más tiempo diario a las redes sociales pero las diferentes redes sociales son utilizadas por ambos sexos aunque, en este caso sí, con finalidades distintas. Por lo tanto, ante los resultados tan dispares se puede apuntar que el sexo de esta población universitaria no es determinante en el uso de las redes sociales como lo corroboran algunas investigaciones (Sánchez y Mestre, 2016; Prendes, Gutiérrez y Castañeda, 2015) en las que no se encuentran diferencias significativas en relación al género y las redes sociales y asimismo expresan la inexistencia de estereotipos de género y también de conclusiones fiables y contrastadas en torno a estos aspectos.

En cuanto a la comunicación mediatizada por estas redes sociales, añadir que la sociedad está en continuo cambio, pero según los datos obtenidos en este estudio, la comunicación diaria de estos jóvenes universitarios parece no haberse visto afectada por las mismas. Este hecho se debe a que se encuentran prácticamente equiparadas las cifras de comunicación in situ -en persona-, con una mayor inclinación entre los hombres frente a las mujeres que hacen un uso más común mediante las redes sociales. La inexistencia de una diferencia mayor entre un modo de comunicación y otro, se cree que es debido a que, en los Grados Universitarios

en Magisterio, los estudiantes pasan juntos mucho tiempo como consecuencia de ser un grado presencial y esto conlleva comunicarse con los compañeros en persona, así como entender la comunicación como una competencia transversal esencial en la profesión docente y que se fomenta en las aulas. Parece que las redes sociales quedan más como un medio para comunicarse con amigos o familia, aunque estos estudiantes del Grado en Magisterio se están introduciendo con bastante rapidez en la dinámica de crear un grupo de WhatsApp con los compañeros de la clase para mantenerse todos informados ante cualquier novedad, organizarse como grupo-clase o microgrupos de trabajo. Esto demuestra una vez más que la sociedad de hoy en día está “volcada” por la comunicación a través del móvil. Asimismo indican Del Barrio y Ruiz (2017) que el Smartphone, que permite el acceso al WhatsApp, es la herramienta más utilizada por niños y adolescentes, para no sentirse fuera de las relaciones sociales ni aislados del entorno.

Estos medios sociales te permiten la realización de acciones que hace algunos años requerían de más tiempo y más gasto económico, si se trata de analizar los beneficios. Entre ellos, teniendo en cuenta que son futuros maestros, un manejo adecuado de las redes sociales les permitiría trabajar innovando con metodologías activas en las que su alumnado sea el protagonista activo de su aprendizaje, se podría fortalecer la comunicación entre centros educativos, familia y sociedad, provocando así un giro en el uso de estos medios sociales (Gómez, Ferrer y de la Herrán, 2015). Es cierto que también se deben tener en cuenta las consecuencias negativas que conlleva su uso, como pueden ser el aislamiento del entorno, creación de situaciones conflictivas por malos entendidos, acoso, amistades peligrosas que deriven en conductas rebeldes del usuario, uso de la jerga que utilice el grupo de amigos más cercano para comunicarse, etc. De esta forma, se dan a conocer otras facetas de las redes sociales, con la finalidad de que además sean utilizadas como herramienta de aprendizaje para lograr un desarrollo integral de los habitantes de la sociedad.

En definitiva, las redes sociales tienen tal impacto en la sociedad actual que tal vez se debería establecer un plan compartido desde distintos ámbitos, incluido el educativo, para que todos los usuarios, especialmente los maestros, recibiesen formación necesaria para un buen y variado uso de las mismas. Así sería visible un

nuevo enfoque educativo en el que se incorporase las TIC y los filtros correspondientes para un uso adecuado con el alumnado, tan necesario en la evolución de la sociedad (Bittencourt, Barros & Pimentel, 2020).

6. Financiación

Sin financiación.

7. Conflicto de intereses

No existe conflicto de intereses.

8. Referencias bibliográficas

Ahumada, E., Ravina, R. y Hernández, J. (2018). El rol de las redes digitales en el desempeño académico y en la percepción de felicidad social en estudiantes universitarios en Baja California (2017). En: R. Ravina, L.B. Tobar, y A. Galiano (coords.), *Claves para un desarrollo sostenible: la creatividad y el happiness management como portafolio de la innovación tecnológica, empresarial y marketing social* (pp. 99-116). Granada: Comares S. L.

Arguedas, S. M. (2016). El Facebook como apoyo a la docencia universitaria: Experiencia educativa en un Curso de Cálculo I. *Revista Electrónica Educare*, 20(1), 1-23. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5280059>

Bermúdez, F. D., Cabrera, S. del P. y Carranza, K. L. (2016). *La influencia de las redes sociales en los cambios del registro ortográfico de los estudiantes de 3º de grado de nivel secundario de I. E. E. "César A. Vallejo Mendoza" de la Urb. Palermo, Trujillo* (Tesis doctoral). Perú: Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/5297>

Bittencourt, I. M., Barros, R. A. & Pimentel, F. S. (2020). The use of control filters on the internet: the case of the educational system. *Revista Ibero-americana de estudios em educacao*, 15(1), 253-265. Doi: 10.21723/riaee.v14i4.9052

- Burbules, N. C. (2016). How We Use and Are Used by Social Media in Education. *Educational Theory*, 66(4), 551-565. Doi: <https://doi.org/10.1111/edth.12188>
- Chu, S. K. W., Capio, C. M., Van Aalst, J. C. W. & Cheng, E. W. L. (2017). Evaluating the use of a social media tool for collaborative group writing of secondary school students in Hong Kong. *Computers & Education*, 110, 170-180. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2017.03.006>
- Del Barrio, A. y Ruiz, I. (2017). Hábitos de uso del WhatsApp por parte de los adolescentes. *International Journal of Developmental and Educational Psychology INFAD Revista de Psicología*, 2(1), 23-30. Doi: <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2017.n1.v2.915>
- Dias, P. C., Cadime, I., García del Castillo, A., García-Castillo, F., y García del Castillo, J. A. (2018). Excessive facebook use among portuguese university students: contributes of the adaptation of the Bergen facebook addiction. *Health and Addictions*, 18(1), 131-139. Recuperado de: <https://ojs.haaj.org/index.php/haaj/article/view/377/pdf>
- Domínguez, F. J. y López, R. (2015). Uso de las redes sociales digitales entre los jóvenes universitarios en México. Hacia la construcción de un estado del conocimiento (2004-2014). *Revista de Comunicación*, (14), 48-69. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5223798>
- Echeburúa, E. y De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2), 91-96. Recuperado de: <http://www.adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/196/186>
- Espinosa, R., Rodríguez, R. y Olvera, M. G. (2017). El uso de las TIC, TAC, TEP, para desarrollar competencias empresariales y comunicativas en los estudiantes universitarios. *Revista TECSISTECATL*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/tecsistecat/n21/tic-tac-tep.html>
- Fernández, J. C., Casal, L. C., Fernández-Morante, C. & Cebreiro, B. (2020). Actitudes y uso de internet y redes sociales en estudiantes universitarios/as de Galicia: implicaciones personales y sociales. *Prisma social*, 28, 145-160. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10347/21953>

- Fernández, L. D. (2019). Formación TIC (redes sociales, internet, ciberseguridad, *big data*, etc.) en casa, en el colegio, en la universidad y en la empresa: características, razón de ser y contenido. *CEF*, (12), 89-110. Recuperado de: <https://tecnologia-ciencia-educacion.com/index.php/TCE/article/view/243>
- Fernández-Cruz, F. J., & Fernández-Díaz, M. J. (2016). Los docentes de la Generación Z y sus competencias digitales. *Comunicar*, 24(46), 97-105. Recuperado de: <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=46&articulo=46-2016-10>
- Flores, G. A., Chancusig, J. C., Cadena, J. A., Guaypatín, O. A. y Montaluisa, R. H. (2017). La influencia de las redes sociales en los estudiantes universitarios. *Boletín Virtual*, 6-4, 56-65. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6119348>
- García, B. y Vargas, P. (2020). La población universitaria y las TIC. Un estudio sobre el uso de las redes sociales. En: R. Roig-Vila (Ed.), *Investigación e innovación en la Enseñanza Superior. Nuevos contextos, nuevas ideas* (1139-1152). Barcelona: Octaedro.
- García, J., Granat, M. M. y Sepúlveda, L. (2017). Estudiantes de nivel superior y el impacto de las redes sociales en su personal branding. En J. M. de Pablos (Ed.), *Personal branding: una tendencia del marketing holístico como proceso formativo* (127-143). Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- García, M. (2018). Universidad y medios sociales. Gestión de la comunicación en la universidad española. *Prisma social*, (22), 20-36. Recuperado de: <https://revistaprismasocial.es/article/view/2535>
- García, M. C., y Fernández, C. (2016). *Si lo vives, lo compartes: Cómo se comunican los jóvenes en un mundo digital*. Madrid: Fundación Telefónica. Recuperado de: http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/Si_lo_vive_lo_compartes.pdf
- Gavilán, D., Martínez, G., y Fernández, S. (2017). Universitarios y redes sociales informativas: Escépticos totales, moderados duales o pro-digitales. *Comunicar*, XXV(53), 61-70. Doi: <https://doi.org/10.3916/C53-2017-06>

- Gialamas, V., Nikolopoulou, K. & Koutromanos, G. (2013). Student teachers' perceptions about the impact of internet usage on their learning and jobs. *Computers & Education*, 62, 1-7. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.10.012>
- Gómez, M., Ferrer, R. y de la Herrán, A. (2015). Las redes sociales verticales en los sistemas formales de formación inicial de docentes. *Revista Complutense De Educación*, 26, 215-232. Doi: https://doi.org/10.5209/rev_RCED.2015.v26.46330
- Gordic, D. (12 de junio de 2019). ¿Estamos más solos a pesar de estar más conectados? *The Conversation*. Recuperado de: <https://theconversation.com/estamos-mas-solos-a-pegar-de-estar-mas-conectados-114400>
- Hernández, N. (14 de marzo de 2018). Así somos y nos comportamos los españoles en redes sociales [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <https://www.nobbot.com/general/perfil-usuarios-de-las-redes-sociales-en-espana/>
- Herrero, P., Ramos, M. y Nó, J. (2016). Los menores como usuarios creadores en la era digital: del prosumer al creador colaborativo. Revisión teórica 1972-2016. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 1.301- 1.322. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11441/51007>
- Interactive Advertising Bureau Spain. (IAB Spain). (2019). *Estudio anual de Redes Sociales 2019*. Versión Abierta. Recuperado de: https://iabspain.es/wp-content/uploads/estudio-anual-redes-sociales-iab-spain-2019_vreducida.pdf
- Izrael, P. (2017). To be on facebook or not to be: slovak young people and their use of social networking sites. *Informatol*, 50(1-2), 63-73. Recuperado de: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:opiF0wtHOrYJ:https://hrcak.srce.hr/file/270794+&cd=3&hl=es&ct=clnk&gl=es&client=safari>
- Jarrín, A. (2015). *Análisis de la influencia de las redes sociales y su influencia en el uso del idioma español de los estudiantes de la sección matutina del colegio Provincia del Carchi, en la ciudad de Guayaquil, en el año 2015* (Tesis

- doctoral). Ecuador: Universidad de Guayaquil. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/9112>
- Jasso, J. L., López, F. y Díaz, R. (2017). Conducta adictiva a las redes sociales y su relación con el uso problemático del móvil. *Acta de Investigación Psicológica*, 7, 2832-2838. Doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.aiprr.2017.11.001>.
- Laborda, X. (2005). Tecnologías, redes y comunicación interpersonal. Efectos en las formas de la comunicación digital. *Anales De Documentación*, 8, 101-116. Recuperado de: <https://revistas.um.es/analesdoc/article/view/1511>
- López, M. C., Flores, K., Espinoza de los Monteros, A., y Rojo, D. (2017). Posibilidades de Facebook en la docencia universitaria desde un caso de estudio. *Apertura*, 9(2), 132-147. Doi: <http://dx.doi.org/10.32870/ap.v9n2.1133>
- Marcelino, G. V. (2015). Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración. *Icono* 14, 13, 48-72. Doi: <https://doi.org/10.7195/ri14.v13i2.821>
- Marín, V., Vega, E. y Passey, D. (2019). Determinación del uso problemático de las redes sociales por estudiantes universitarios. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22(2), 135-152. Doi: <https://doi.org/10.5944/ried.22.2.23289>
- Martín, J. M., Suero, C., Suso, A., y Torres, J. (2019). *Sociedad Digital en España 2018*. Barcelona, España: Penguin Random House Grupo Editorial, S. A. U.
- Martínez, N. y González, E. (2018). Adolescentes y redes sociales: panorámica general sobre el uso, el tiempo y los riesgos. *Journal for Educators, Teachers and Trainers*, 9(1), 42 – 54. Recuperado de: <https://pdfs.semanticscholar.org/17c6/2edea10702717bf04e885b741b19abd2b67b.pdf>
- Miret, M. y Pérez E. L. (14 de junio de 2019). ¿Estamos más solos a pesar de estar más conectados? *El Comercio*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.es/sociedad/solos-pesar-estar-conectados-redes-sociales-20190614162411-nt.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F>

- Pasquini, L. A. & Eaton, P. W. (2020). Being/becoming profesional online: Wayfinding through networked practices and digital experiences. *New Media & Society*, 1-21. Doi: <https://doi.org/10.1177/1461444820902449>
- Prendes, M. P., Gutiérrez, I. y Castañeda, L. (2015). Perfiles de uso de redes sociales: estudio descriptivo con alumnado de la Universidad de Murcia. *Revista Complutense de Educación*, 26, 175-195. Doi: https://doi.org/10.5209/rev_RCED.2015.v26.46439
- Sabater, C., Martínez, I., y Campión, R. S. (2017). La Tecnosocialidad: El papel de las TIC en las relaciones sociales. *Revista Latina de Comunicación Social*, (72), 1.592 -1.607. Doi: [10.4185/RLCS-2017-1236](https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1236)
- Salas, E. y Ecurra, M. (2014). Uso de redes sociales entre estudiantes universitarios limeños. *Revista Peruana de Psicología y Trabajo Social*, 3(1), 75-90. Recuperado de: <http://revistas.uigv.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/57>
- Salloum, S. A., Mhamdi, C., Al Kurdi, B. & Shaalan, K. (2018). Factors affecting the adoption and meaningful use of social media: a structural equation modeling approach. *International Journal of Information Technology and Language Studies (IJITLS)*, 2(3), 96-109. Recuperado de: <https://journals.sfu.ca/ijitls/index.php/ijitls/article/view/49>
- Sánchez, S. y Mestre, R. (2016). Redes sociales y jóvenes universitarios: usos e identidad personal. *Opción*, 10, 696-714. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048901040>
- Sánchez-Morillas, C. M. (2011). Análisis de la situación actual de la feminización docente. Propuesta de estudio. En *Congreso Universitario Nacional Investigación y Género*. Celebrado en Sevilla, 16 y 17 junio de 2011. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11441/39827>
- Sanz, E., Alonso, R. A., Sáenz de Jubera, M., Ponce de León, A., y Valdemoros, M. A. (2018). Ocio, redes sociales y estudiantes españoles. *Educación XX1*, 21(2), 59-78. Doi: <https://doi.org/10.5944/educxx1.19538>

- Selvi, A. F. (2020). Resisting English medium instruction through digital grassroots activism. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*. Doi: <https://doi.org/10.1080/01434632.2020.1724120>
- Silvestre, E. y Cruz, O. (2016). Conociendo la próxima generación de estudiantes universitarios dominicanos a través de las redes sociales. *Ciencia y Sociedad*, 41(3), 475-503. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=870/87048049003>
- Svensson, J., & Russmann, U. (2017). Introduction to visual communication in the age of social media: Conceptual, theoretical and methodological challenges. *Media and Communication*, 5(4), 1-5. Doi: [10.17645/mac.v5i4.1263](https://doi.org/10.17645/mac.v5i4.1263)
- Universia. (21 de junio de 2018). ¿Cómo usan los jóvenes españoles las RRSS? España: Universia España. Recuperado de: <https://noticias.universia.es/ciencia-tecnologia/noticia/2018/06/21/1160274/como-usan-jovenes-espanoles-rrss.html>
- Valerio, G. y Serna, R. (2018). Redes sociales y bienestar psicológico del estudiante universitario. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 20(3), 19-28. Doi: <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.3.1796>
- Vallejos, M. A., Copez, A. J. E. y Capa, W. (2018). ¿Hay alguien en línea?: Validez y fiabilidad de la versión en español de la bergen facebook addiction scale (BFAS) en universitarios. *Health and Addictions*, 18(2), 175-184. Doi: <https://doi.org/10.21134/haaj.v18i2.394>
- Vázquez, N. y Pastor, Y. (2018). Uso de redes sociales y mensajería instantánea en relaciones de pareja en la juventud: un estudio preliminar. *Health and Addictions*, 19(1), 87-98. Recuperado de: <https://ojs.haaj.org/index.php/haaj/article/view/418/pdf>
- Villalonga, C. y Marta, C. (2015). Modelo de integración educomunicativa de "apps" móviles para la enseñanza y aprendizaje. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (46), 137-153. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/368/36832959014.pdf>
- Vizcaíno, R., Catalina, B. y López de Ayala, M. C. (2019). Participación y compromiso de los jóvenes en el entorno digital. Usos de las redes sociales y

percepción de sus consecuencias. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 554-572. Doi: [10.4185/RLCS-2019-1345](https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1345)