

# **USO DE LAS REDES SOCIALES POR LOS ALUMNOS UNIVERSITARIOS DE EDUCACIÓN: UN ESTUDIO DE CASO DE LA PENÍNSULA IBÉRICA**

**Martínez Serrano, M<sup>a</sup> del Carmen**

Universidad de Jaén

**Ferraz Da Cunha, Elisabete**

Escola Superior de Educação.

Instituto Politécnico de Viana do Castelo (Portugal)

## **RESUMEN**

La investigación que aquí se presenta se desarrolló durante el segundo semestre del curso académico 2014/2015, y versa sobre el uso del software social por parte de los estudiantes del Grado de Educación Primaria pertenecientes a dos instituciones de Educación Superior: Universidad de Jaén (España) y la Escuela Superior de Educación del Instituto Politécnico de Viana do Castelo (Portugal). Los objetivos se centran en conocer qué herramientas de software social utilizan preferentemente el alumnado, cuáles son sus percepciones sobre estas herramientas para sus posibilidades académicas y si hay diferencias en función de la universidad de procedencia. Se empleó como instrumento de recogida de datos un cuestionario. Se concluye que la red social más conocida y utilizada es Facebook. El hallazgo principal reside en las diferencias encontradas entre las dos muestras estudiadas en lo concerniente a su utilización.

## **PALABRAS CLAVE**

Redes sociales – Universidad - tecnologías de la información y la comunicación  
– estudiantes - formación inicial.

## **ABSTRACT**

The research presented here was developed during the second semester of the academic year 2014/2015, and relates to the use of social software by students of the Degree in Primary Education from two higher education institutions: University of Jaén (Spain) and the School of Education at the Polytechnic Institute of Viana do Castelo (Portugal). The objectives are to know what social software tools are used mainly by the students, what are their perceptions about these tools about their academic potential and whether there are differences depending on the university. It was used as data collection instrument a questionnaire. We conclude that the best known and used social network is Facebook. The main finding lies in the differences between the two samples studied with regard to their use.

## **KEYWORDS**

Social networks – University - information and communications technology – students - initial training.

## 1. INTRODUCCIÓN

La universidad actualmente ha pasado por diversos cambios en muchos aspectos. Uno de ellos ha sido el metodológico con la entrada de Internet (docencia virtual) y las herramientas de la Web 2.0. A todo esto, debemos sumarle la incursión de las redes sociales. Toda universidad (Facultad, Departamento, Grupo de investigación...) se ha hecho eco de este potencial y anuncian en sus páginas Web la posibilidad de unirse a ellos para obtener más información y estar al día de las novedades.

Las redes sociales se han convertido en uno de los servicios más para los internautas. Como señala, González Sanz (2013), la utilización de las redes crece a un ritmo acelerado (acceso desde distintos dispositivos) entre los jóvenes. Su clasificación ha sido ampliamente estudiada (Campos, 2008; Capdevilla, 2010) así como el uso que realizan los universitarios (Espuny y otros, 2011; Gómez y otros, 2012; Salinas, 2004; Herrera, 2009) y las oportunidades que brindan para las experiencias docentes y la formación del profesorado (Cabero y otros, 2009).

El aspecto docente es el menos valorado dentro de las redes sociales como herramienta para estudiar o realizar actividades escolares, pues existen investigaciones y estudios que han analizado el potencial del uso de algunas de estas redes, sobre todo Facebook, como una herramienta de enseñanza tanto en adolescentes (Barajas y Álvarez, 2013) como en el ámbito universitario (Tuñez y Sixto, 2012) donde Facebook debe entenderse como un complemento de la docencia y un espacio suplementario que debe gestionarse, sin olvidar que se trata de una red personal que los alumnos valoran como un buen escenario para la reflexión y el aprendizaje. El porcentaje de alumnos que voluntariamente usó Facebook para reforzar su aprendizaje fue similar, incluso un poco superior al número de alumnos que asistían a las clases presenciales con regularidad y su valoración fue concluyente al considerarla una herramienta nueva y bien aceptada hasta el punto, de que recomendaban mayoritariamente que deberían incluirse en los métodos docentes de otras asignaturas.

Por otro lado, otros estudios han identificado modelos de interacción en las redes sociales. A este respecto, Sánchez, Prendes y Serrano (2011) definen cuatro modelos de interacción: modelo de costumbres (el estudiante cuenta siempre con la misma red de contactos para interactuar en el contexto presencial, con el móvil y en Internet), modelo de costumbres tecnológicamente ampliado (los alumnos tienen contactos nuevos con los que se comunican únicamente a través de Internet y que no aparecen en su contexto real), modelo tecnológico (los estudiantes tienen un gran número de contactos únicamente en la red o son contactos con los que tiene poca relación en la presencialidad) y modelo multirrelacional (los alumnos establecen más relaciones en las redes y suelen utilizar más herramientas que los demás grupo).

Así pues, es indiscutible pensar que las redes sociales han transformado el modelo de comunicación y socialización de una generación nacida en la era digital (Cabero y Marín, 2014; Varanda y otros, 2012).

## 2. MÉTODO

La investigación presentada se desarrolló durante el segundo semestre del curso académico 2014/2015, en dos instituciones de educación superior de la península ibérica: La Universidad de Jaén (España) y el Instituto Politécnico de Viana do Castelo (Portugal). La selección de estas universidades obedece a la respuesta positiva que mostraron a colaborar en este trabajo los profesores que imparten docencia en el Grado de Educación Primaria. Los objetivos que se perseguían fueron los siguientes:

- Conocer qué herramientas de software social utilizan preferentemente el alumnado.
- Conocer el uso que hacen de estas herramientas de software social.
- Conocer si existen diferencias en función de la universidad de procedencia respecto a las percepciones que tienen el uso de las redes sociales.
- Conocer las percepciones de los alumnos sobre software social en sus posibilidades académicas.

## 3. MUESTRA

El tipo de muestreo utilizado es el no probabilístico- incidental, que es aquel en el cual el investigador selecciona directa e intencionadamente la muestra, debido a que tiene fácil acceso a la misma y es representativa de la población (Sabariego, 2004). La muestra obtenida estuvo compuesta por 208 sujetos, correspondientes a una población de 282 estudiantes.

El enfoque metodológico seguido ha sido de corte cuantitativo, empleando para ello un diseño descriptivo no experimental y no correlacional. Para la confección del cuestionario se realizó una búsqueda de la literatura sobre el tema que nos ocupa. El instrumento final quedó compuesto por 24 ítems, distribuidos en: Aspectos de identificación (sexo e institución) (2 ítems), utilización de las redes sociales (4 ítems), uso social de las redes sociales (7 ítems), uso académico de las redes sociales (7 ítems) y percepción sobre sus posibilidades académicas (4 ítems) Tiene una construcción tipo Likert con cuatro opciones de respuesta (nada, poco, bastante y mucho). El cuestionario se administró en clase teórica a los estudiantes españoles y aprovechando una estancia docente Erasmus al alumnado portugués.

Con la intención de determinar la consistencia interna del instrumento se aplicó la prueba de fiabilidad Alfa de Cronbach, tanto al cuestionario en su totalidad como a cada una de sus dimensiones obteniéndose los siguientes valores: Alfa de Cronbach total del cuestionario: 0,735; Alfa de Cronbach dimensión "utilización de la redes sociales": 0,746; Alfa de Cronbach dimensión "uso social de las redes sociales": 0,741; Alfa de Cronbach dimensión "uso académico de las redes sociales": 0,737; Alfa de Cronbach dimensión "percepción sobre sus posibilidades académicas": 0,743.

Valor que podemos considerar confiable y por tanto dota de fiabilidad al cuestionario. También se realizó la correlación ítem- total, aunque los valores

alcanzados indicaban que la eliminación de ningún ítem aumentaba la fiabilidad del instrumento.

#### 4. RESULTADOS DEL ESTUDIO

##### Dimensión 1: Aspectos de identificación

La mayoría de las personas que contestaron al cuestionario pertenecían a mujeres (95,7%), frente al que eran de sexo masculino (4,3%). Estos datos guardan una proporción similar al porcentaje de mujeres en estos estudios (Anuario estadístico, 2014).

En lo que se refiere a la institución de procedencia, cabe destacar que el porcentaje de los estudiantes de la Universidad de Jaén (57,2%) era ligeramente superior al alumnado que había cumplimentado nuestro cuestionario en el Instituto Politécnico de Viana do Castelo (42,8%). Dato también muy similar al número total de estudiantes que acceden al grado de Educación Primaria en las dos universidades mencionadas.

##### Dimensión 2: Utilización de las redes sociales

La segunda parte del cuestionario tenía como objetivo conocer el grado de utilización de las distintas redes sociales por parte del alumnado del Grado de Educación Primaria.

**Tabla 1.** Preguntas relacionadas con la utilización de las redes sociales

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
	%	%	%	%
Facebook	10,6	14,4	39,9	34,6
Twitter	51,0	29,3	14,9	4,8
Tuenti	94,7	3,8	1,0	0,5

En primer lugar, hay que destacar el atractivo que tienen las redes sociales por su utilidad en este rango de estudios. Los estudiantes del Grado de Educación Primaria se encuentran inscritos en su mayoría en al menos una red social, por ende son pocos los estudiantes que desconocen dicho recurso o que no se encuentran iniciados en alguna de ellas.

La red social más desconocida es sin duda Tuenti (94,7%), seguida de Twitter (51%). Por tanto, Facebook es la red que por antonomasia conocen y utilizan los estudiantes con mayor asiduidad (74,5%). Uno de los ítems estaba destinado a conocer el uso de otras redes sociales menos populares pero igualmente utilizadas por amplios sectores de la población, tal como mostramos en la tabla 2.

**Tabla 2.** Utilización de otras redes sociales

	f	%
Instagram	50	33,7
Whatsapp	11	5,3
Instagram y Whatsapp	7	3,4
Flickr	1	0,5
Otras	12	5,8

En este ítem, encontramos varios datos sorprendentes: El primero de ellos es la escasa utilización de otras redes sociales (por ejemplo Likendin) que no sean las más populares tales como Instagram y Whatsapp; mientras que por otro lado nos extraña que estas dos últimas sean más utilizadas por separado que en su conjunto. Por tanto, la más popular y conocida por la población española de todas las edades y sectores sociales es superada por otra más desconocida llamada Instagram.

### Dimensión 3. Uso social de las redes sociales

Esta parte del cuestionario estaba diseñada para conocer la utilización social de las redes sociales. En la tabla 3 presentamos los resultados.

**Tabla 3.** Para qué utilizas las redes sociales

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
	%	%	%	%
Quedar con mi grupo de amigos	20,2	22,1	35,1	22,6
Comentar fotos, vídeos	4,8	36,5	39,9	18,8
Cotillear, curiosear...	13,9	33,2	35,1	17,8
Informarme sobre la actualidad (noticias)	6,7	14,4	55,3	23,6
Contar lo que estoy haciendo, pensando	34,6	50,5	12,0	2,9
Hacer amigos, buscar pareja, retomar contactos	46,6	43,8	7,2	2,4
Otras	94,2	0,5	0,5	4,8

Como podemos observar, los estudiantes utilizan las redes sociales dentro de su tiempo de ocio fundamentalmente para fortalecer la relación existente con su grupo de amigos, sin interesarle en absoluto la búsqueda de nuevas amistades o el retorno de la amistad de antiguos compañeros o grupo de iguales. En algunos casos, el sumatorio de respuestas bastante y mucho, supera el 50% de la distribución tal como ocurre en las siguientes afirmaciones:

- Quedar con mi grupo de amigos (57,7%).
- Comentar fotos, vídeos o hacer comentarios sobre ello (58,7%)
- Informarme sobre la actualidad o noticias (78,9%)

En lo que hace referencia a comentar sus experiencias y sentimientos, resulta llamativo que el 50,5% utilice poco las redes sociales en este aspecto; así como que el 46,6% no las utilice en absoluto con la finalidad de ampliar su círculo de amigos. Un aspecto destacable que diferencia el uso que realizan los distintos estudiantes procedentes de las dos instituciones universitarias que componían la muestra es el dato referido al uso de las redes sociales para mantener el contacto con familiares lusos que habitan fuera de su localidad (4,8%).

#### Dimensión 4. Uso académico de las redes sociales

Esta parte del cuestionario pretendía recoger información acerca del uso académico real que tienen las redes sociales para los estudiantes universitarios del Grado en Educación Primaria (tabla 4).

**Tabla 4.** Para qué utilizas las redes sociales en el ámbito académico

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
	%	%	%	%
Para solucionar dudas con otros estudiantes	14,9	23,6	47,1	14,4
Para hacer trabajos de clase	15,9	25,0	37,5	21,6
Tutorías, consultas con el profesor	49,0	33,7	14,4	2,9
Para estar actualizado de lo que ocurre en la asignatura	13,0	21,6	49,0	16,3
Para estar al día de las noticias de mi universidad o facultad	15,4	34,6	41,3	8,7
Para organizar actividades extra-académicas	33,2	35,1	25,5	6,3
Otras	99,5	0,5	0	0

En lo que se refiere al uso académico de las redes sociales, hallamos diferentes niveles de utilización. Por una parte se usarían como un instrumento para ayudarse dentro del ámbito académico pero añadiéndole un componente social. Así, los discentes opinan que les ayudan a solucionar dudas con otros estudiantes de forma asidua (61,5% si aunamos las opciones bastante y mucho) y les oferta la posibilidad de realizar los trabajos de clase con otros compañeros-as (59,1%).

Por otra parte, las redes sociales están vinculadas a la información tanto de las distintas asignaturas o materias cursadas por el alumnado (65,3% sumando las opciones bastante-mucho) así como por las novedades surgidas

en torno a la facultad y/o universidad donde el estudiante se encuentra matriculado (50% sumando las opciones bastante- mucho). Este último ítem es muy curioso dado que idéntico porcentaje se produce a la inversa (nulo o escaso seguimiento de la actualidad).

Por último, los encuestados aseguran que el uso de las redes está desvinculado totalmente de actividades que pertenezcan a otra esfera tales como el ocio (68,3% sumando las opciones nada –poco) en sus diferentes vertientes: deportivas, culturales, quedadas...

Un dato que nos parece adecuado destacar por su interés es el idéntico porcentaje que adquieren los ítems relacionados con las tutorías con el profesor (49% se inclinan a no realizarlas nunca) y estar actualizado de la asignatura (49% optan por la opción de bastante), lo que se traduciría en el interés y formación que poseen los estudiantes en estos instrumentos para el aprendizaje entre iguales.

#### Dimensión 5. Percepción sobre sus posibilidades académicas

La última parte del cuestionario, estaba diseñada para conocer la percepción que tienen los estudiantes sobre las posibilidades académicas que ofertan las redes sociales. Los resultados alcanzados los presentamos en la tabla 5.

**Tabla 5.** Percepción posibilidades académicas.

	Negativo	Ni negativo ni positivo	Positivo	No se
	%	%	%	%
Facebook	9,6	30,8	49,0	10,6
Twitter	31,7	33,7	11,5	23,1
Tuenti	52,4	22,6	1,9	23,1
Otras	3,4	0	11,0	85,6

Los resultados encontrados nos afirman que no existe una red de plena confianza para los estudiantes universitarios; no obstante, si tuviésemos que elegir una, Facebook (49%) es la que más adecuada perciben para desarrollar en ella actividades relacionadas con el ámbito académico. En el lado opuesto perciben que la red Tuenti (52,4%) es la menos indicada para implementar el aprendizaje académico.

Uno de los objetivos de nuestro estudio era conocer si había diferencias estadísticamente significativas entre los estudiantes de las dos instituciones de educación superior que componían nuestra muestra y el uso que realizan de las redes sociales. Las hipótesis formuladas fueron:

- H0 (hipótesis nula): No hay diferencias significativas entre los estudiantes de las distintas facultades de educación, con un riesgo alfa de equivocarnos de 0,05 o inferior.

- H 1(hipótesis alternativa): Si hay diferencias significativas entre los estudiantes de las distintas facultades de educación, con un riesgo alfa de equivocarnos de 0,05 o inferior.

El estadístico utilizado para ello fue la prueba de t Student para muestras independientes, realizado bajo el programa SPSS en su versión 15. En la tabla 6 presentamos los valores de las medias.

**Tabla 6.** Medias

	Viana	Jaén
Quedar con mi grupo de amigos	2,81	2,45
Comentar fotos, vídeos	2,47	2,92
Cotillear, curiosear...	2,12	2,90
Informarme sobre la actualidad (noticias)	2,96	2,96
Contar lo que estoy haciendo, pensando	1,55	2,04
Hacer amigos, buscar pareja, retomar contactos	1,69	1,63
Para solucionar dudas con otros estudiantes	2,80	2,47
Para hacer trabajos de clase	2,89	2,47
Tutorías, consultas con el profesor	1,60	1,80
Para estar actualizado de lo que ocurre en la asignatura	2,92	2,51
Para estar al día de las noticias de mi universidad o facultad	2,58	2,32
Para organizar actividades extra-académicas	2,30	1,85

Los resultados obtenidos permiten rechazar la H<sub>0</sub> y por tanto aceptar la H<sub>1</sub>, en todos los casos con un riesgo alfa de equivocarnos del 0,05. Las puntuaciones más altas relativas a la “dimensión uso académico de las redes sociales” se produjeron a favor de los estudiantes de Viana do Castelo, mientras que los estudiantes de la Universidad de Jaén destacan al tener una media más alta en la “dimensión uso social de las redes sociales”.

**Tabla 7.** Prueba t para muestras independientes

	gl	t	Sig
Quedar con mi grupo de amigos	206	-2,504	,013(*)
Comentar fotos, vídeos	206	3,999	,000(**)
Cotillear, curiosear...	206	6,434	,000(**)
Informarme sobre la actualidad (noticias)	206	,026	,979
Contar lo que estoy haciendo, pensando	206	4,964	,000(**)
Hacer amigos, buscar pareja, retomar contactos	206	-,546	,586
Para solucionar dudas con otros estudiantes	206	-2,601	,010(*)
Para hacer trabajos de clase	206	-3,062	,002(*)
Tutorías, consultas con el profesor	206	1,777	,077
Para estar actualizado de lo que ocurre en la asignatura	206	-3,328	0,001(*)
Para estar al día de las noticias de mi universidad o facultad	206	-2,234	,027(*)
Para organizar actividades extra-académicas	206	-3,613	,000(**)

## 5. CONCLUSIONES

Como se ha podido corroborar a lo largo del estudio, Facebook es la red social más conocida y utilizada por los estudiantes universitarios de las dos instituciones de Educación Superior estudiadas. En el lado opuesto se sitúa Tuenti como la red social menos valorada por los internautas. En esta línea, también se han encontrado resultados similares, en los que Facebook fue la red social más utilizada para expresar la identidad de las personas con los amigos que ya tenían una amistad preestablecida (Pempek, Yemoloyeva y Calvert, 2009). Estos resultados son coherentes en cuanto a la confianza depositada para un posible uso académico (Linhares y Chagas, 2015). No obstante, hemos de destacar una red muy popular entre los estudiantes españoles conocida como Instagram. Así pues, esto nos hace coincidir con el planteamiento de que se está produciendo una migración de usuarios desde la red social más conocida, hacia otra más actual e intuitiva como es Instagram (Marcelino, 2015).

Las respuestas al cuestionario proporcionan evidencias acerca de su uso tanto en el ámbito cotidiano como en el ámbito académico. Dentro del primero, su utilización va dirigida al fortalecimiento de las relaciones con su grupo de iguales, ya establecida, así como al interés en la información de la

actualidad. Dentro del segundo, los discentes las utilizan mayoritariamente para una vez más ayudarse o apoyarse entre compañeros (realizar trabajos, solucionar dudas...), sin embargo, son infrautilizadas en lo relativo a la actualización de contenidos (asignatura, facultad, institución). Los estudiantes que han utilizado estas redes sociales como elemento formativo presentan una implicación hacia los contenidos mucho mayor que aquellos alumnos que no lo han hecho (Hortigüela y Pérez, 2015).

El hallazgo principal reside en las diferencias encontradas entre las dos muestras estudiadas en cuanto a su uso. Los estudiantes del Grado de Educación Primaria de la Universidad de Jaén realizan una utilización más prominente de las redes en todo lo relacionado con el uso social de éstas (quedar con mi grupo de amigos, curiosear, comentar fotos, videos o asuntos personales así como organizar actividades extra- académicas) en contraposición con sus homólogos del Instituto Politécnico de Viana do Castelo quienes utilizan mayormente éstas dentro del ámbito académico (solucionar dudas con compañeros, hacer trabajos de clase y mantenerme informado de las novedades de la asignatura, facultad e institución de Educación Superior).

A este respecto, Kim, Sohn y Choi (2011) realizaron un estudio con el objetivo de examinar cómo los contextos culturales condicionan la forma de utilizar las tecnologías de la comunicación, examinando los motivos y los patrones de uso de los sitios de las redes sociales entre los estudiantes universitarios estadounidenses y coreanos. Los hallazgos sugieren que los principales motivos para el usar los sitios de redes sociales (buscar amigos, apoyo social, el entretenimiento, la información...) son similares entre los dos países, aunque los pesos colocados en estas motivaciones son diferentes.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barajas, F. y Álvarez, C. (2013). Uso de Facebook como herramienta en la enseñanza del área de naturales en el grado undécimo de Educación Media Vocacional. *Revista Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, nº 42, 143- 156
- Cabero, J; López, E y Ballesteros, C. (2009). Experiencias universitarias innovadoras con blogs para la mejora de la praxis en el contexto europeo. (Artículo en línea). *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*. Vol. 6, nº 2. UOC (Fecha de consulta: 09/11/2014).  
[http://journals.uoc.edu/index.php/rusc/article/view/v6n2\\_cabero\\_et al/v6n2\\_cabero](http://journals.uoc.edu/index.php/rusc/article/view/v6n2_cabero_et al/v6n2_cabero)
- Cabero, J y Marín, V. (2014). Posibilidades educativas de las redes sociales y el trabajo en grupo. Percepciones de los alumnos universitarios. *Revista Comunicar*, nº 42, v. XXI, 165-172.
- Campos, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 83. (Fecha de consulta: 12/12/2014)  
[http://www.revistalatinacs.org/\\_2008/23\\_34\\_Santiago/Francisco\\_Campos.html](http://www.revistalatinacs.org/_2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html)

- Capdevilla, D. (2010). Las redes sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Revista Documentación de las Ciencias de la Información*, nº 33, 45-68.
- Espuny, C y otros (2011). Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, vol. 8, nº 1, 171-185
- Gómez, M., Roses, S. y Farias, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Revista Comunicar*, vol. 19, nº 38, 131-138.
- González Sanz, G. (2013). El uso de las redes sociales o cómo estar permanentemente ocupado sin centrarse en nada. *Revista Crítica*, nº 985, 16-21.
- Herrera, M. A. (2009). Disponibilidad, uso y apropiación de las tecnologías por estudiantes universitarios en México: perspectivas para una incorporación innovadora. *Revista Iberoamericana de Educación*. Vol. 48, nº 6, 1-9.
- Hortigüela, D y Pérez, A. (2015). Uso de las redes sociales como elemento formativo en el aula: Análisis de la motivación de alumnado universitario, *Icono*, Vol 13, (2), 95-115. <http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v13i2.788>
- Kim, Y., Sohn, D y Choi, SM. (2011). Cultural difference in motivations for using social network sites: a comparative study of American and Korea college students. *Computers in human behavior*, Vol. 27, nº 1, 365-372. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2010.08.015>
- Linhares, R. N y Chagas, A. M. (2015). Conectivismo e aprendizagem colaborativa em rede: o facebook no ensino superior. *Revista Lusófona de Educação*, nº 29, 71-87.
- 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*. Vol 2, nº 13, 48-72. <http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v13i2.821>
- Pempek, T.A., Yemoloyeva Y.A. & Calvert, S.L. (2009). College students social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*. Vol. 3, nº 3, 227-238. <http://dx.doi.org/10.1016/j.appdev.2008.12.010>
- Sabariago, M. (2004). El proceso de investigación. En Bisquerra, R. (Coord). *Metodología de la investigación educativa*. Madrid: La Muralla, pp. 127-163.
- Salinas, J. (2004). Innovación docente y uso de las TIC en la enseñanza universitaria. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)* (artículo en línea). UOC. Vol 1. nº 1 (Fecha de consulta: 19/12/2012) [Http://www.uoc.edu/rusc/dt/esp/salinas1104.pdf](http://www.uoc.edu/rusc/dt/esp/salinas1104.pdf)
- Sánchez, M. M; Prendes, M.P & Serrano, J.L. (2011). Modelos de interacción de los adolescentes en contextos presenciales y virtuales. *Eduotec-e. Revista electrónica de tecnología educativa*, 35.

(Fecha de consulta: 24/11/2015)  
[http://edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec35/modelos\\_interaccion\\_adolescete\\_contextos\\_presenciales\\_virtuales.html](http://edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec35/modelos_interaccion_adolescete_contextos_presenciales_virtuales.html)

Túñez, M & Sixto, J. (2012). Las redes sociales como entorno docente. Análisis del uso de Facebook en la docencia universitaria. *Revista Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 41, 77-82

Universidad de Jaén (2014). Anuario estadístico 2014. (Fecha de consulta: 14/11/2014) [www.ujaen.es/serv/spe/anuario/inicio.html](http://www.ujaen.es/serv/spe/anuario/inicio.html)

Varanda, M., Rego, R; Fontes, B & Eichner, K. (2012). A análise de redes sociais no mundo losófono. *Revista Redes: Revista hispana para el análisis de redes sociales*. Nº 22, 148-188.