

Estudio del uso de redes sociales por los jóvenes de la Universidad Técnica de Manabí

AUTORES: Yandry William Ontaneda Loor¹
Daniel Alfonso Robaina²



DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: yandry.ontaneda@utm.edu.ec

Fecha de recepción: 2023-06-13

Fecha de aceptación: 2023-07-01

Fecha de publicación: 2023-07-3

RESUMEN

La presente investigación se realiza con un público objetivo de la estrategia de comunicación de la Universidad Técnica de Manabí, que son los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Salud y en ella se orienta a investigar la característica de los jóvenes en el uso de redes sociales a la hora de buscar información relacionada con la Universidad, para así contribuir a la estrategia de difusión de los acontecimientos académicos de la Universidad Técnica de Manabí. Para el cumplimiento del objetivo general se realiza una encuesta basada en 10 interrogantes a 296 alumnos de la Facultad de Ciencias de la Salud y se obtiene una descripción del comportamiento de los alumnos de dicha facultad.

PALABRAS CLAVE: Comunicación; redes sociales; estudiantes universitarios.

Study of the use of social networks by young people from the Technical University of Manabí

¹ Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo. Ecuador, Estudiante de la Maestría en Gestión de Proyectos. Facultad de Posgrado. Universidad Técnica de Manabí. Ecuador. Correo electrónico: yandry.ontaneda@utm.edu.ec Código ORCID <https://orcid.org/0009-0000-6604-5453>

² Ingeniero Industrial, Doctor en Ciencias Técnica. Vicerrector. Universidad Tecnológica de La Habana. Cuba. Correo electrónico: dalfonso@ind.cujae.edu.cu Código ORCID <https://orcid.org/0000-0002-2741-5885>



ABSTRACT

The present investigation is carried out with a target audience of the communication strategy of the Technical University of Manabí, which are the students of the Faculty of Health Sciences and it is oriented to investigate the characteristic of young people the use of social networks when looking for information related to the University in order to contribute to the dissemination strategy of academic events of the Technical University of Manabí. In order to fulfill the general objective, a survey based on 10 questions is carried out on 296 students of the Faculty of Health Sciences and a description of the behavior of the students of said faculty is obtained.

KEYWORDS: Communication; social networks; university students.

INTRODUCCIÓN

El uso de las redes sociales se convierte en la actualidad en la principal herramienta informativa para los jóvenes en edades de 13 a 25 años, la utilización de plataformas como: Facebook, Instagram, Twitter, Twitch, YouTube, WhatsApp, TikTok, entre otras, es esencialmente de entretenimiento e información concreta y de impacto.

Al ser la Universidad Técnica de Manabí (UTM) la principal institución de Educación Superior de la provincia de Manabí, y, debido a que según sus registros de matrícula, acoge a más de 32 mil estudiantes que oscilan en las edades de 17 a 25 años y anualmente ingresan a través del Instituto de Admisión y Nivelación (IAN) 16.000 jóvenes de entre 17 a 20 años de edad, sumando los dos ciclos académicos S1 y S2, según el informe anual de rendición de cuentas 2022 existente en el informe de Consejo de Participación Ciudadana y Control Social del Ecuador, se plantea una correcta utilización de estas redes para el acercamiento directo con los integrantes universitarios de cara a satisfacer todas las expectativas de información y otras necesidades de esta institución.

Si se observa el crecimiento académico de esta Institución de Educación Superior (IES) en los últimos 10 años, (2012 a 2022), es preciso difundir con una comunicación asertiva los más destacados logros, tanto en el ámbito laboral, educativo, social, entre otros. Al respecto, un estudio de Candelario (2021) indica que la población ecuatoriana ha tenido un mejor acceso a internet, señalando que desde el 2008 hasta el 2016 más de la mitad de los ecuatorianos tenían acceso al mismo, pero aun así es complicado llegar a ciertas zonas del país por la falta de infraestructura y niveles tecnológicos que el Ecuador posee con respecto de las TIC.

La UTM presenta debilidades en su política funcional en el fortalecimiento de su imagen, situación que contrasta hondamente con los logros científicos y académicos alcanzados, por lo que es necesario revertir esta realidad. Intriago et al. (2021) sostiene que las universidades van sintiendo esta necesidad, el atraso se hace palpable y tienen que ceder ante la presión

externa, viéndose obligadas a adoptar los mencionados criterios (el cambio irreversible), ante personas insatisfechas (estudiantes dinámicos que buscan la eficiencia en su aprendizaje o docentes en precariedad laboral), e implementar una alternativa coherente presentada en un plan, modelo o visión (el uso de las TIC).

Así pues, para materializar el cambio, debe prestarse atención a los mensajes del entorno”.

En la estructura funcional de la UTM existe un recurso humano disperso con capacidad de asimilar y cumplir a satisfacción las políticas comunicacionales, con el fin de unificar y simplificar los trámites que permitan una oportuna, más directa y mejor comunicación. Rojas y Ayay (2021) manifiestan que los procesos de vinculación no pueden ser estáticos, las acciones que se implementen, en la medida en que estén vinculadas a las necesidades del entorno, no se agotan, se enriquecen y se retroalimentan’. Existen algunos aspectos que requieren atención, entre colaboradores, equipos de trabajo, en la comunicación interna por lo que Charry (2018) sugiere mejorar los canales de comunicación dentro de toda organización.

Por ello es preciso realizar constantemente procesos evaluativos que permitan una identificación de las potencialidades y debilidades en el área comunicativa. Sobre este aspecto, Navia et al. (2020) indica que durante ejercicios de autoevaluación es necesario formar a evaluadores y evaluados en habilidades comunicacionales que les permitan sortear estos problemas.

Por todo ello es preciso inteligenciar y sistematizar los procesos comunicacionales en todas las esferas de la Universidad de manera que sus principales actores, estudiantes, docentes, trabajadores del departamento de comunicación, puedan nutrir efectivamente los medios oficiales de comunicación con los que cuenta la UTM. Por ello, Foio (2020) manifiesta que la acción comunicacional es abordada desde la concepción de la misma como un sistema social emergente del conjunto de interacciones o intercambios de sentidos que tienen lugar en toda organización humana.

De acuerdo con lo anterior, se plantea a continuación la formulación del problema:

¿Cómo contribuir a la estrategia de difusión de los acontecimientos académicos de la Universidad Técnica de Manabí?

Se parte de la idea que si se cuenta con información del público objetivo se podrá contribuir con la estrategia de difusión de los acontecimientos académicos de la Universidad Técnica de Manabí para esto se propone con objetivo general a investigar la característica de los jóvenes en el uso de redes sociales a la hora de buscar información relacionada con la Universidad Técnica e Manabí.

Para la realización de esta investigación se tomó en consideración la población perteneciente a la Facultad de Ciencias de la Salud, por las características sociales y económicas que esta población presenta, al ser una

donde se puede encontrar en las seis carreras que la integran, Medicina, Enfermería, Optometría, Laboratorio Clínico, Nutrición y Biología y Farmacia.

DESARROLLO

El uso del Internet en la actualidad tiene fuertes implicaciones tanto en lo social, como en lo pedagógico, estas nuevas tecnologías trascienden cada día más y tienen cierta complejidad, tanto en su uso, como en su difusión. El Internet provoca un despertar de intenciones, crea en el estudiante y en el profesor esa necesidad de programar algo nuevo, y ser el autor de algo.

De manera que, la comunicación se produce en varios niveles, los jóvenes como receptores activos de la información no solo critican lo que ven, sino que tratan de manipular la información a su antojo, es decir toman decisiones en el ámbito educativo, cultural y político, ahora son capaces de aportar reflexivamente al desarrollo de un mejor currículum educativo.

La población de la investigación son los 611 estudiantes del primero y segundo semestre de la Facultad de Ciencias de la Salud con todas sus carreras como son: Laboratorio Clínico; Bioquímica y Farmacia; Optometría; Nutrición; Enfermería y Medicina de la Universidad Técnica de Manabí, que cursaron sus estudios en el semestre mayo-septiembre de 2023.

La muestra es el número de estudiantes que se toma para el desarrollo de la encuesta para la obtención de los resultados. El tipo de muestra que se utilizará en la investigación es aleatoria simple.

Mediante un cuestionario estructurado se conoció el criterio de 301 alumnos. La selección de este número responde al cálculo de la fórmula de muestra finita; al ser la población de 611 estudiantes se aplicó la siguiente la fórmula que brinda un margen de error del 5%:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2}$$

- En esta muestra n representa el tamaño muestral buscado.
- El valor Z son los parámetros estadísticos que depende el Nivel de confianza (NC).
- La variable e representa el error de estimación máximo aceptado
- El valor p determina la probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito) y q que equivale a 1-p calcula la probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

De esta forma, la muestra quedó conformada por 301 estudiantes de las Carreras de Laboratorio Clínico; Bioquímica y Farmacia; Optometría; Nutrición; Enfermería y Medicina de la Universidad Técnica de Manabí, que cursaban estudios en el semestre mayo-septiembre de 2023.

Los resultados evidencian la importancia que tiene en los jóvenes el uso de redes sociales a la hora de buscar información relacionada con la Universidad Técnica e Manabí, siendo estos los siguientes:

La primera pregunta ¿Tiene Usted acceso al uso de Internet?

Se obtuvieron 301 respuestas, de las cuales 241 personas que representan un 80,1% puede acceder, el 17,3% es decir 52 personas accede irregularmente al internet y el 2,7% restante es decir 8 personas no acceden, aunque ninguna marcó nunca.

¿tiene usted acceso al uso del internet?

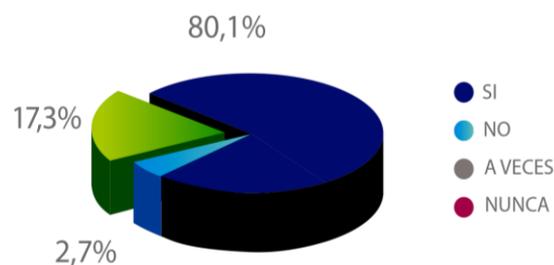


Figura 1. Frecuencia con que accede a las redes sociales

En esta pregunta se logra visualizar la frecuencia con la que los encuestados realizan actividades relacionadas al uso del internet y al ser una población joven sus indicadores determinan una alta actividad es decir 226 personas o el 75,1% lo hace diariamente, un importante 20,3% (61) lo hace más de una vez a la semana, y finalmente un 4,7 (14) lo hace con la periodicidad de una vez a la semana.

¿Con qué frecuencia accede a las redes sociales?

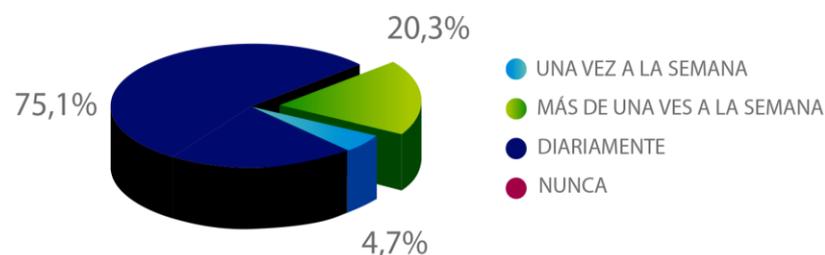


Figura 2. Conocimiento de los medios oficiales de la Universidad Técnica de Manabí.

Un rotundo 93% (280) reconoce los medios de comunicación oficiales que maneja la UTM, el 5,7% (17) no los reconoce y tan solo 1,4% (4) no contesta la pregunta formulada.

¿Conoce usted los medios de comunicación o redes sociales oficiales de la UTM?

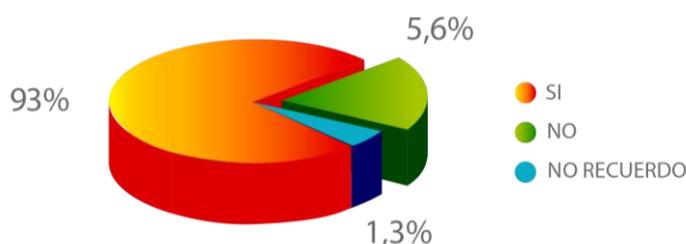


Figura 3. Utilización de los medios digitales o plataformas de redes sociales de la UTM.

Un 55,1% (166) de los encuestados si hace uso de las plataformas digitales, el 36,5% (110) también las utiliza, pero en menor frecuencia es decir a veces, y solo 7,6% (23) no lo hace, para finalmente el 0,7% (2) prefirió no contestar.

¿Utiliza usted los medios digitales o plataformas de redes sociales de la Universidad Técnica de Manabí?

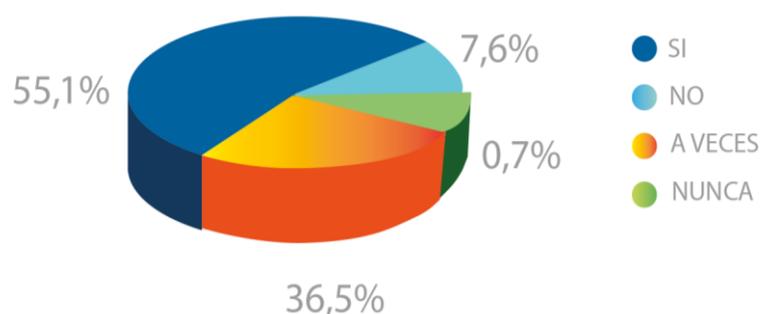


Figura 4. Plataforma preferida para conocer sobre la UTM.

Es innegable de acuerdo a los resultados que la principal aplicación que prefieren los encuestados es la plataforma Facebook con 252 usuarios que representa un amplio 83,7% muy por encima de la página web que la usa el 27,6% (83) que ocupa el segundo lugar de preferencias, la cuenta Instagram alcanza el 24,9% con (74) preferencias, mientras que las demás cuentas están por debajo del 10% como tiktok que solo alcanza el 7%, Twitter con el 3,7% (11) y YouTube con el 3,7% (11).

¿Cuál es la plataforma preferida por usted para conocer sobre la UTM?



Figura 5. Frecuencia con que utiliza las plataformas digitales para informarse.

En esta etapa de la investigación se puede evidenciar la atracción que demandan los canales oficiales de la UTM, es así que el 30,6% (92) dice usar la plataforma al menos una vez a la semana, mientras que más de una vez a la semana lo utilizan el 39,2% (118) y un 27,7% (82) diariamente y nunca lo hace a duras penas el 3 % (9).

¿Con qué frecuencia utiliza las plataformas digitales para informarse de las actividades académicas de la UTM?

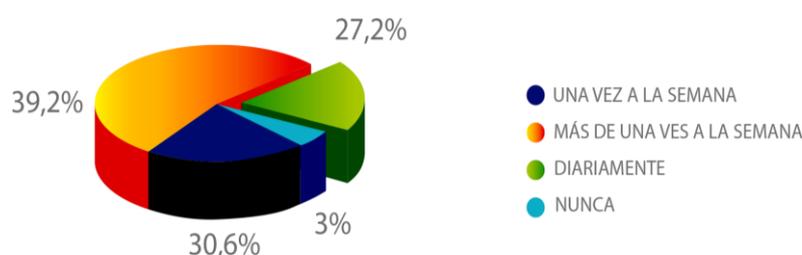


Figura 6. Utilidad de la información proporcionada por los medios oficiales de la UTM.

Con claridad se expresa que el 73,4% (221) tiene un aprovechamiento de la información publicada en los medios digitales de la UTM, de ellos el 25,9% (73) considera que la información recibida suele servirle mientras que un mínimo 0,7% (2) considera que no le es útil.

¿Le es útil la información publicada en redes sociales de la UTM?

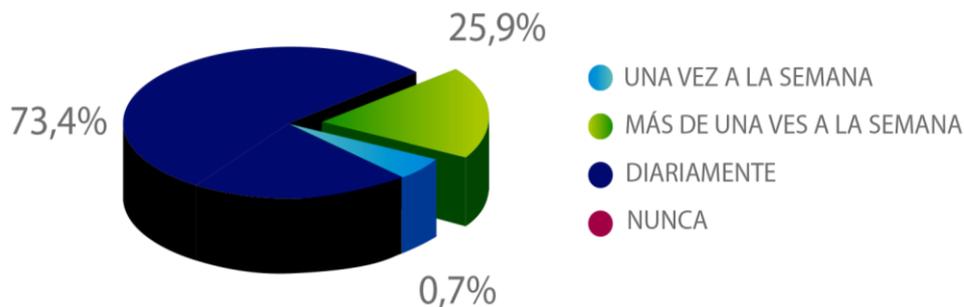


Figura 7. Información que les gustaría recibir en los canales oficiales de la UTM.

En su generalidad de las 301 personas encuestadas 210 incluyeron en sus respuestas la palabra académicos, siendo esta la palabra más repetido y demanda por los usuarios, dejando en un segundo lugar la palabra investigación con 58 respuestas, entre las siguientes informaciones requeridas aparecen deportes y sociales con un promedio menor de demandas, también se plante información de todo tipo y relacionadas con el arte.

¿En que formato prefiere usted consumir la información sobre eventos académicos de la Universidad Técnica de Manabí?

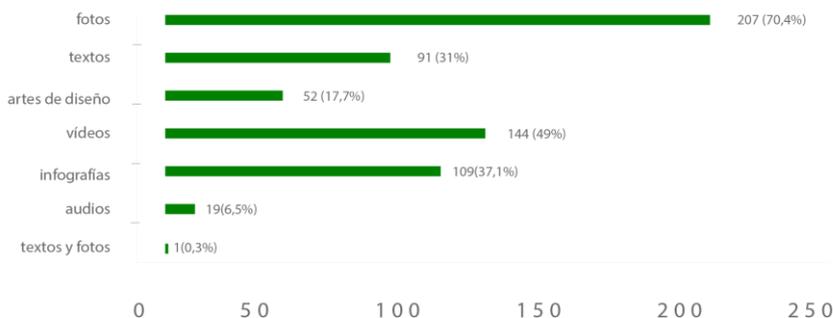


Figura 8. Formato preferido para observar la información académica de la UTM.

El 70;8% ha indicado que prefiere consumir la información a través de fotografías, mientras que prefieren el uso de material audio visual en un 49% las infografías ilustrativas alcanzan 37,2%, y un poco más relegados los textos con el 31,1%, los artes diseñados caen al 17,6% y las notas de audio en un 6,4 % son las menos preferidas, para finalmente dentro de la opción de otros se argumentó textos y fotos alcanzado solo un 0,3%

¿Te sientes identificado como estudiante con la imagen que se presenta en los medios digitales de la UTM?



Figura 9. Identificación con la imagen que se presenta en los medios de comunicación digitales de la UTM.

De los 301 encuestados, un total de 283 personas que representa un 81,5% se sienten de una u otra manera positivamente identificada con la imagen actual de la UTM, no obstante existe un porcentaje del 10,1% que poco se siente identificado y un interesante 7,6% que no se siente identificado

¿Comparte usted frecuentemente el contenido de la información publicada en las redes oficiales de la UTM?

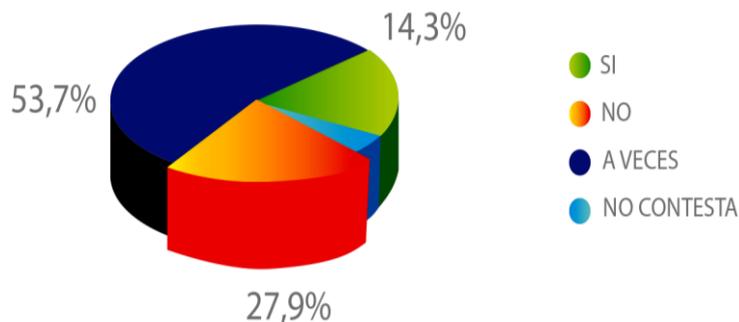


Figura 10. I Frecuencia con que se comparte la información publicada en las redes oficiales de la UTM.

Este dato revelador nos fundamenta la intencionalidad de mejorar los contenidos que presenta la UTM en sus redes sociales, al considerar que solo un 14,3% (43) compartiría nuestros contenidos sin ningún cuestionamiento, mientras que un 53,7,% (161) lo haría en ocasiones que consideren hacerlo y un importante 27,9% (85) no lo hace, y 4 personas que representan un 12 % no contestaron esta interrogante.

A continuación, se presenta un cuadro resumen del comportamiento de los estudiantes de Facultad de Ciencias de la Salud.

No.	Variable.	Estado
1	Acceso a Internet.	Es alto el acceso a Internet
2	Uso de redes sociales.	Alto el uso de redes sociales
3	Reconocimiento de los medios oficiales de la UTM.	Alto reconocimiento
4	Principal plataforma para conocer la UTM.	Facebook
5	Frecuencia utiliza las plataformas digitales para informarse de las actividades académicas de la UTM.	Todas las semanas
6	Utilidad de la información publicada de la UTM	Alto grado de utilidad
7	Información que le gustaría recibir en los canales oficiales de la UTM	Académicos
8	Formato que prefiere observar la información académica de la UTM	Fotografía
9	Identificado como estudiante con la imagen que se presenta en los medios de comunicación digitales de la UTM	Alta identificación
10	Compartir la información publicada en las redes oficiales de la UTM	Bajo

Atendiendo la información que brinda el cuadro anterior se puede tener como resultado que para la estrategia de comunicación de la UTM con los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Salud se puede realizar a través del uso de las redes sociales por su alto uso y acceso a internet. Utilizar la imagen de la UTM en Facebook como canal de divulgación de las actividades y contenidos de divulgación de la UTM partiendo que las informaciones deberían ser acompañadas desde notas informativas que asocien el termino académico y usando esta información se puede combinar o asociar con otras informaciones necesarias de comunicar por la UTM. Utilizar preferentemente el formato de fotografía para transmitir o ilustrar las informaciones siempre utilizando la imagen de la UTM dado que es muy representativa para los estudiantes. Se deben realizar acciones para llegar de manera institucional a los contactos de cada uno de nuestros estudiantes dado que ellos no comparten la información por sí mismo, por lo que se deberían realizar acciones de comunicación para motivar la inclusión de los contactos de los estudiantes de la UTM.

CONCLUSIONES

Se da cumplimiento al objetivo general a investigar a partir de realizar una encuesta basada en 10 interrogantes a 296 alumnos de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Técnica de Manabí. Como resultado se obtiene una descripción del comportamiento de los alumnos de dicha facultad que contribuye a tener elementos y criterios para el desarrollo de la estrategia de comunicación de la Universidad en esta población de alumnos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Charry Condor, H. O. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comuni@cción*. 9(1), 25-34.

Foio, M.S. (2020) Prácticas Comunicativas en los Procesos de Autoevaluación Institucional. *Revista Central Sociología*. 10(10), 3-7.

Intriago Cedeño, M.E., Mendoza Alcívar, G. L., Mawyin Cevallos, F. A., Zambrano Zambrano, N. L. & Toala Vera, K. L. (2021). Fortalecimiento de la Comunicación Educativa a través del empleo de las TIC en las Instituciones de Educación Superior del Ecuador. *Dominio de las Ciencias*. 7(6), 1-10.

Navia Álava, J, Huilcapi Masacon, M. R., Briones Caicedo, W. R., & Urquiza Mendoza, L.I. (2020). Gestión de la comunicación asertiva en la labor extensionista en la labor extensionista en las instituciones de Educación Superior. *Revista Ciencia e Investigación*. 5(2), 1-16.

Rojas de la Puente, E. E & Guido Ayay, A. (2021). Comunicación y lenguaje: Estrategias potenciales para las Instituciones de Educación Superior. *Ciencias Sociales*. 27(3), 39-47.