

# El uso académico de Facebook y WhatsApp en estudiantes universitarios: un estudio comparativo entre España y Ecuador

Carolina Serra  
Cristina Martorell

Universidad Internacional de Catalunya (Barcelona)

Jorge Mantilla

Universidad Nijmegen (Nijmegen, Países Bajos)

Ana María Larrea y Paola Mantilla

Universidad Técnica del Norte

cserra@uic.es

## RESUMEN

---

El presente trabajo analiza el uso de Facebook y WhatsApp y cómo estos son utilizados por estudiantes universitarios para realizar diversas actividades académicas como resolver dudas, relacionarse con compañeros de clase, consultar horarios, calificaciones, etc. Este estudio analiza dos casos particulares dentro de España y Ecuador: la Universitat Internacional de Catalunya (Barcelona, España) y la Universidad Técnica del Norte (Ibarra, Ecuador) con el objetivo de comparar el uso de estas herramientas dentro de diferentes contextos. El análisis muestra que las diferencias en el uso de redes sociales se basan principalmente en dos variables: la naturaleza propia de cada actividad académica y el agente con el que se llevan a cabo.

**Palabras Clave:** Facebook, WhatsApp, educación, universidad, metodologías de estudio, comunicación.

## ABSTRACT

---

### **Academic Usage of Facebook and WhatsApp by College Students: A Comparative Study in Spain and Ecuador**

This paper analyzes the use of Facebook and WhatsApp and how college students use them to perform various academic activities to answering questions, interacting with classmates, consulting schedules, grades, etc. This study analyzes two particular cases in Spain and Ecuador: the Universitat Internacional de Catalunya (Barcelona, Spain) and the Universidad Técnica del Norte (Ibarra, Ecuador) with the objective of comparing the use of these tools within different contexts. The analysis shows that the differences in the use of social networks are based mainly on two variables: the nature of each academic activity and the agent with whom they are carried out.

**Keywords:** Facebook, WhatsApp, education, university, study methodologies, communication.

## Introducción

Las redes sociales son sistemas computarizados y aplicaciones web que permiten comunicación directa entre humanos, en donde por lo menos dos individuos intercambian símbolos que son mutuamente interpretados como significativos (Fuchs, 2017). En otras palabras, las redes sociales no están enfocadas únicamente en permitir acceso a información sino también en otorgar comunicación mutua entre usuarios. De hecho, la principal característica de plataformas como Facebook, Twitter o Instagram es su forma de combinar varias tecnologías audiovisuales, de información y comunicación (Fuchs, 2017). Por ejemplo, Facebook posee amplio contenido (información) y, a la vez, es una herramienta para la creación de comunicación.

En la actualidad, el uso de redes sociales se encuentra fuertemente arraigado entre los jóvenes de países como España y Ecuador, hecho que influye directamente en las dinámicas académicas, pues los estudiantes emplean constantemente estas herramientas para compartir, crear, informar y comunicarse (López-Hernández & Silva-Pérez, 2016). Los posibles usos de redes sociales dentro del área universitaria son múltiples y, por lo tanto, objeto de debate. De acuerdo con Chawinga y Zinn,

el uso de estas tecnologías se centra principalmente en la búsqueda de información, comunicación y compartir contenidos (Chawinga & Zinn, 2016). Asimismo, Gómez et al. señalan que estas herramientas son utilizadas para solucionar dudas sobre la materia, estar informados del ritmo de la clase y para la realización de trabajos en grupo (Gómez, Roses, & Farias, 2012). Otros autores, sin embargo, asocian el uso de redes sociales con la reducción de la capacidad crítica de los alumnos (Alonso, González & Bartolomé, 2016) o el bajo rendimiento académico y la creación de distracciones dentro del aula universitaria (Jacobsen & Forste, 2011).

Debido a la gran cantidad de redes sociales existentes en la actualidad, el objetivo del presente artículo es entender el uso académico de Facebook y WhatsApp en estudiantes universitarios. Los datos empleados para la realización de esta investigación corresponden a universidades de dos contextos ampliamente diferentes: por una parte, la Universidad Técnica del Norte (UTN) -institución ubicada en la región norte del Ecuador, y por otra la Universidad Internacional de Catalunya (UIC) ubicada en la ciudad de Barcelona.

## Materiales y métodos

El boom de las tecnologías Web 2.0 ha creado una amplia gama de redes so-

ciales que prestan al usuario diferentes posibilidades de interacción en esferas personales, afectivas, profesionales o académicas. En este contexto, los usuarios poseen un amplio rango de elección. Las motivaciones para escoger que tipo de red social emplear responden a racionalidades complejas y dinámicas. En los espacios académicos, la elección de redes sociales está influenciada tanto por cálculos utilitarios (elección de redes sociales en base del beneficio que presentan para la naturaleza de la actividad académica), como por las interacciones de los usuarios dentro y fuera de los espacios propiamente académicos.

A nivel teórico, un primer factor de incidencia en la elección de redes sociales en espacios académicos son las características, posibles usos y herramientas que estos sitios prestan al usuario. Mediante el empleo de la teoría de Usos y Gratificaciones, Gallion (2012) señala que los usuarios de redes sociales utilizan estos medios principalmente para satisfacer sus necesidades de socialización, entretenimiento (ocio y diversión), información y búsqueda de estatus. Dado que el uso de académico de redes sociales no se limita al acceso a la información, los usuarios tienden a escoger las plataformas cuyas características permitan satisfacer estas necesidades. Por lo tanto, la elección de redes sociales se encuentra asociada a la tecnología que estas plataformas brindan al usuario (capacidad de satisfacer una necesidad específica), y a la popularidad de estas redes (cantidad de posibles redes puestas a disposición del usuario).

Un segundo factor con importante incidencia sobre la elección de redes sociales dentro de espacios académicos es la diversidad y flexibilidad de posibles interacciones que una red social puede brindar al usuario. En otras palabras, los estudiantes pueden escoger qué redes sociales utilizar en función del conjunto de personas con las que desean interactuar. Dado que las redes sociales comerciales (Facebook, Twitter, etc.) tienden a tener

conjuntos de usuarios más largos y difusos (Jordan, 2016) que las redes sociales centradas únicamente en espacios académicos (Research Gate, Academia.edu, etc.), los estudiantes que buscan interactuar con diversos grupos al mismo tiempo (amigos, compañeros estudiantes, profesores) tienden a escoger redes como Facebook o Twitter, ya que plataformas más cerradas limitan la cantidad de posibles interacciones.

Otro elemento que contribuye a la popularidad de las redes sociales comerciales dentro de los espacios académicos es el hecho de que las plataformas educativas generalmente agrupan a personas asociadas por instituciones (estudiantes de las mismas universidades) y temáticas de investigación, mientras que en redes comerciales los usuarios se agrupan por intereses más bien generales y personales (Jordan, 2016). La popularidad de redes como Facebook o Twitter puede explicarse por qué estas plataformas no están orientadas a un grupo específico. No obstante, la flexibilidad del Internet permite a los usuarios transitar entre plataformas en función de la persona con la que deseen interactuar, es decir, un usuario puede utilizar al mismo tiempo varias redes sociales para comunicarse con diferentes grupos de usuarios.

Esta investigación tiene tres objetivos principales. El primero, comprobar si las redes sociales más utilizadas en España y Ecuador (Facebook y WhatsApp) son también las más usadas por parte de los estudiantes universitarios. El segundo, si existen diferencias en cuanto al conocimiento y frecuencia de uso de estos dos medios en ambos países. Finalmente, el tercer objetivo se centra en analizar el uso de Facebook y WhatsApp a la hora de realizar actividades académicas entre los estudiantes universitarios.

Para comprobar si existe una coincidencia entre las redes sociales más utilizadas entre la población y las que más usan los estudiantes universitarios se han tomado como punto de partida dos estudios realizados por el Interactive Adver-

tising Bureau (IAB): el Estudio Anual de Redes Sociales –realizado en España– y el estudio de Consumo Digital –en Ecuador– que recogen los medios sociales más conocidos en ambos países.

A pesar de tratarse de las mismas redes, las modas y los ciclos de vida de cada una de ellas pueden ser muy distintos y, por lo tanto, el uso de unas u otras variará. La comparativa entre el uso de los medios sociales por parte de los universitarios de Barcelona y de Ibarra permite averiguar la penetración de estas herramientas en cada país y explorar si existen diferencias y similitudes.

El tercer objetivo se centra en comprobar si, más allá de las diferencias sociodemográficas –usuarios en general versus estudiantes universitarios– o del país de residencia –España versus Ecuador–, existen variaciones en el uso de Facebook y Whatsapp cuando se trata de realizar tareas académicas según el tipo de actividad –búsqueda de información, funcionamiento y organización de la actividad académica, trabajo colaborativo, etc.– y los agentes que intervienen en ellas –profesores, compañeros o actividades realizadas de forma autónoma–.

El universo (n=720) contemplado para llevar a cabo este estudio está formado por los estudiantes matriculados en la Facultad de Comunicación de la UIC (n=321), –concretamente de los grados de Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas– y de la UTN (n=399) –Grados de Diseño y publicidad, Diseño Gráfico y Relaciones Públicas– durante el curso académico 2016-2017.

Para llevar a cabo este estudio se conjugaron tanto técnicas de investigación cuantitativas –encuesta– como cualitativas –entrevistas en profundidad–. Para llevar a cabo la encuesta, se fijó una muestra de 503 individuos, 231 estudiantes de la UIC y 272 de la UTN, una cifra que nos proporcionaba un nivel de confianza del 99%, considerando un nivel de heterogeneidad del universo del 50% y asumiendo

un margen de error del 3,16%. El cuestionario que se facilitó pretendía recoger tanto información acerca del conocimiento y la frecuencia de uso de las redes sociales, como del uso académico que los estudiantes hacían de estas.

Con el propósito de agilizar el tiempo de respuesta de los cuestionarios, las preguntas se plantearon bajo la modalidad de respuesta cerrada. Sin embargo, en todos los casos se incluyó el apartado “Otras”, que permitía añadir cualquier medio que no figurara en las opciones propuestas. La lista de medios sociales propuesta se obtuvo de los datos del Estudio Anual de Redes Sociales 2016 (IAB, 2016), excluyendo las redes cuyos objetivos se alejaban del objeto de estudio de esta investigación (Tinder, Badoo, etc.) y añadiendo aquellos medios sociales potencialmente relevantes para el desarrollo de actividades académicas o dirigidas específicamente a estudiantes (Apuntrix, Wuolah, etc.).

Adicionalmente, se realizaron entrevistas en profundidad a varios individuos de nuestro universo de estudio para validar los medios sociales y herramientas incluidos en el primer borrador de la encuesta. Su opinión nos permitió aplicar algunas correcciones a las preguntas planteadas inicialmente, la más importante, la de incluir el correo electrónico en la lista de respuestas. Pese a ser una herramienta que no forma parte de los medios sociales, y atendiendo a los resultados de estudios anteriores (Álvarez y Sánchez, 2014:49), es uno de los medios más utilizados para el trabajo en equipo entre universitarios.

El trabajo de campo se realizó entre noviembre de 2016 y junio de 2017, mediante la plataforma Qualtrics. La distribución de la encuesta se llevó a cabo a través del correo electrónico y de Whatsapp (en este último caso, uno de los investigadores facilitó personalmente el enlace para que pudiera distribuirse en el grupo de Whatsapp de cada curso).

## Resultados y discusión:

De las 503 respuestas obtenidas, 257 correspondían a mujeres (142 de UIC y 115 de UTN) y 246 a hombres (89 de UIC y 157 de UTN). La edad media de los estudiantes encuestados de la UIC era de 19,9 años, mientras que en la UTN era de 23. Los estudios que obtuvieron mayor porcentaje de participación fueron el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas (45,2%) en Barcelona y el de Diseño Gráfico (47,8%) en Ibarra.

Respecto a la frecuencia de uso, los medios sociales más utilizados (como mínimo una vez al día) fueron: Whatsapp (99,5%), Instagram (93,4%), Youtube (86,3%), Facebook (74,7%) y Snapchat (73,2%) en la UIC; y Facebook (96,7%), Youtube (94%), Whatsapp (90%), Instagram (76,8%), y Aula Virtual (79,5%) en la UTN.

Facebook y Whatsapp lideraron el

ranking de redes sociales más conocidas por parte de los estudiantes encuestados en ambos países. En España el conocimiento de ambas redes rozaba el 97% de los encuestados. De hecho, cada una de las cinco redes sociales más conocidas –Whatsapp, Facebook, Youtube, Instagram y Wikipedia– superaba el 90% de menciones. En contraste, en Ecuador únicamente Facebook fue reconocida por el 91,5% de estudiantes; Whatsapp, aun siendo la segunda red más popular, no superó el umbral del 90%. –la quinta red social más conocida (el aula virtual o Portafolio del estudiante) solo recibe el 66,9% de las menciones, y Youtube e Instagram, en tercero y cuarto lugar, el 83,5% y al 71,3%, respectivamente–.

En las tablas 2 y 3 se detalla con qué frecuencia los estudiantes acceden a Facebook y Whatsapp: ‘mínimo una vez al día’, ‘una vez a la semana’, ‘una vez al mes’, ‘ocasionalmente’ o ‘nunca o casi nunca’. El uso de Facebook y Whatsapp es muy elevado tanto en España como en Ecuador, con una amplia mayoría de usuarios que re-

**Tabla I. Redes sociales más conocidas por los estudiantes de UIC y UTN**

	UIC			Ecuador	
Total	100,00%	3465	Total	100,00%	2479
Whatsapp	96,97%	224	Facebook	91,54%	249
Facebook	96,54%	223	Whatsapp	83,46%	227
Youtube	96,54%	223	Youtube	82,35%	224
Instagram	93,07%	215	Instagram	71,32%	194
Wikipedia	90,48%	209	Moodle / Portafolio (aula virtual)	66,91%	182

Fuente: elaboración propia

**Tabla II. Frecuencia de uso de Facebook y WhatsApp en la UIC**

	mín. 1 vez día		semanalmente		mensualmente		ocasionalmente		Nunca o casi nunca		
	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	
Facebook	74,7	165	11,8	26	1,4	3	5,4	12	6,8	15	221
WhatsApp	99,5	221	0,0	0	0,5	1	0,0	0	0,0	0	222

Fuente: elaboración propia

**Tabla III. Frecuencia de uso obtenidos en la UTN**

	mín. 1 vez día		semanalmente		mensualmente		ocasionalmente		Nunca o casi nunca		
	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	
Facebook	96,7	234	0,8	2	0	0	2,5	6	0	0	242
WhatsApp	90,0	198	4,1	9	0,9	2	3,2	7	1,8	4	220

Fuente: elaboración propia

conoce acceder a estas plataformas, como mínimo, una vez al día.

Mientras que en Ecuador más del 90% de los encuestados declara usar tanto Facebook como WhatsApp como mínimo una vez al día, en España se da una variación significativa: el uso diario de la red social Facebook cae hasta el 74,7%, algo que contrasta con su alto grado de conocimiento por parte de los estudiantes y que nos invita a pensar que la red sufre un cierto declive entre los sectores de población más jóvenes.

La siguiente tabla (Tabla 4) muestra el uso que los estudiantes universitarios de España y Ecuador hacen de Facebook y WhatsApp para el desarrollo de actividades académicas de distinta naturaleza.

Al ser preguntados sobre los usos académicos de Whatsapp, los estudiantes mencionan esta herramienta 3.325 veces (1.702 en la UIC y 1623 en la UTN). Facebook es la red social que recibe más menciones en Ecuador (1.853), pero en el caso español únicamente consigue 315. Así pues, mientras que Whatsapp se usa de forma intensiva para realizar tareas académicas en ambos países, no sucede lo

**Tabla IV.** *Uso de Facebook y WhatsApp para realizar tareas académicas*

	Facebook ECU	Facebook UIC	WhatsApp ECU	WhatsApp UIC
Buscar apuntes o trabajos de una asignatura	130	19	99	79
Buscar información para hacer trabajos	43	10	33	35
Preguntar dudas al profesor	118	0	146	17
Quedar para hacer un trabajo en grupo	171	63	152	190
Hacer un trabajo en grupo	164	33	127	115
Resolver dudas del temario de alguna asignatura con otros compañeros	150	26	141	189
Pedir apuntes a mis compañeros	170	36	153	191
Compartir/comparar mis trabajos con los de mis compañeros	166	26	123	115
Obtener información sobre notas, horarios, calendario de exámenes	104	7	74	89
Saber/ preguntar si se ha anulado una clase o se ha cambiado de aula	148	12	141	167
Saber/ preguntar si hay alguna actividad (deportes, teatro, debates, excursiones, fiestas...)	165	49	138	150
Saber/ preguntar cuándo hay que entregar un trabajo:	158	16	145	178
Preguntar qué se ha hecho en clase si no he podido asistir:	166	18	151	187
TOTAL	1853	315	1623	1702

Fuente: elaboración propia

mismo con Facebook, que lidera las menciones en Ecuador pero cae drásticamente en España.

En ambos países, WhatsApp y Facebook parecen ser las redes más útiles para interactuar con los compañeros, especialmente para realizar tareas como “quedar para hacer un trabajo en grupo” o “pedir apuntes a compañeros” -estas dos actividades son las que consiguen más menciones en todos los casos, con la única excepción de Facebook, que en el caso español se considera de gran utilidad para informarse sobre actividades extracurriculares vinculadas a la universidad-.

Otra coincidencia es que ni Facebook ni Whatsapp resultan de utilidad para buscar información para hacer trabajos, ya que obtienen las menciones más bajas en casi todos los casos (43 y 10 menciones a la red social Facebook; 33 y 35 para Whatsapp).

Una diferencia importante entre ambos países es que Facebook y Whatsapp apenas se utilizan a la hora de contactar con el profesor en el caso de la UIC (con 0 y 17 menciones), algo que sí sucede con bastante frecuencia en la UTN (118 y 146 menciones).

Facebook demuestra no ser una he-

herramienta útil a la hora de obtener información sobre notas, horarios o calendarios de exámenes en ninguno de los dos países (con 104 menciones en Ecuador y 7 en España).


## Conclusiones

Según el IAB, las redes sociales más utilizadas en Ecuador son Facebook y Whatsapp. Estos datos coinciden con el conocimiento de redes sociales en España, que revelan que Whatsapp y Facebook no solo son las herramientas más conocidas, sino que también son las más valoradas. Sin embargo, cabe mencionar que, en el caso español, Facebook pierde posiciones en cuanto a la frecuencia de acceso, ya que se encuentra por debajo de redes como Whatsapp, Instagram, Twitter, Pinterest o Spotify. Comparando estos datos con el estudio realizado a estudiantes universitarios, podemos concluir que, en general, las redes más utilizadas en ambos países coinciden con las que reciben más menciones por parte de los estudiantes universitarios –junto con otras herramientas como el correo electrónico, especialmente en el contexto español–.

Aun así, pese al uso mayoritario que se da en ambos países a Facebook y Whatsapp, sí podemos observar algunas

pequeñas diferencias, debidas tanto al ciclo de vida de estas herramientas en cada país, como al tipo de tarea académica que se quiera llevar a cabo a través de las redes sociales. En primer lugar, la preferencia entre una red y otra varía según el contexto: en España se prioriza el uso de Whatsapp, mientras que en Ecuador la red más utilizada suele ser Facebook. La comunicación con los docentes, sin embargo, no se realiza mayoritariamente a través de Whatsapp en el caso español, algo que sí sucede en Ecuador (comunicación informal con los profesores).

El acceso a la información entre compañeros en España se da por WhatsApp con un 80%, mientras que en Ecuador el 40% de los estudiantes utiliza Facebook. Esto es debido a que la elección de redes sociales se encuentra asociada a la tecnología que estas plataformas brindan al usuario (capacidad de satisfacer una necesidad específica), y a la popularidad de estas redes (cantidad de posibles redes puestas a disposición del usuario).

En cuanto a las herramientas académicas para realizar tareas u organizarse en grupos de trabajo, los estudiantes de la UIC aseguraron usar WhatsApp mientras que en Ecuador se mantiene la tendencia del uso de Facebook. 

## Referencias Bibliográficas

- Alonso, M. H., González, J. E., Bartolomé, A. (2016). "Ventajas e inconvenientes del uso de dispositivos electrónicos en el aula: percepción de los estudiantes de Grados en Comunicación". *Revista de Comunicación de la SEECI*, XX (41), pp. 136-154.
- Álvarez, M., Sánchez, L. (2014). "Conocimiento, valoración y utilización, por parte del alumnado, de Google Drive como herramienta de trabajo cooperativo". *Enseñanza & Teaching*, 32 (2), pp. 23-52.
- Bustamante, E. (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: industrias culturales en la era digital*. España: Gedisa.
- Cano, J. (2017). *Ciencia 2.0: aplicación de la web social a la investigación*. [online] *Academia.edu*. Available at: [http://www.Academia.edu/375082/Ciencia\\_2.0\\_aplicaci%C3%B3n\\_de\\_la\\_web\\_social\\_a\\_la\\_investigaci%C3%B3n](http://www.Academia.edu/375082/Ciencia_2.0_aplicaci%C3%B3n_de_la_web_social_a_la_investigaci%C3%B3n) [6] [Acceso 19 Sept. 2017].
- Carlsson, U. (2011). *Los jóvenes en la cultura de los medios. Las perspectivas mundial y nórdica*.
- Chawinga, W. D. & Zinn, S. (2016). "Use of Web 2.0 by students in the Faculty of Information Science and Communications at Mzuzu University, Malawi". *South African Journal of Information Management*, 18 (1), a694. doi: <http://dx.doi.org/10.4102/sajim.v18i1.694>
- Fuchs, C. (2017). *Social media: A critical introduction*. London: Sage.
- Gabela, J. A. (2016). *Comunicación digital: un modelo basado en el factor relacional*. España:

- UOC.
- Gallion, A. (2012). *Applying the uses and gratifications theory to social networking sites: A review of related literature*. *Academia. edu*.
- Gómez, M., Roses, S., Farias, P. (2012). "El uso académico de las redes sociales en universitarios". *Comunicar*, 38, pp. 131-138.
- Interactive Advertising Bureau (2016). *Estudio anual de redes sociales*. Madrid: IAB.
- Interactive Advertising Bureau (2017). *Consumo digital Ecuador 2017*. Ecuador: IAB.
- Jacobsen, W. C., & Forste, R. (2011). "The wired generation: Academic and social outcomes of electronic media use among university students". *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(5), pp. 275-280.
- Jordan, K. (2016). *Digital scholarship and the social networking site: How academics conceptualise their networks on academic social networking sites and Twitter*. *Selected Papers in Internet Research*.
- López-Hernández, F. A. & Silva-Pérez, M. M. (2016). "Factores que inciden en la aceptación de los dispositivos móviles para el aprendizaje en educación superior".
- Merlo Vega, J.A. (coord.), Ferreras Fernández, T., Galle León, J.P., Agosto Castro, A., Maestro Cano, J.A. y Ribes Llopes. (2010). *Ciencia 2.0: aplicación de la web social a la investigación (en línea)*. Madrid: REBIUM. Disponible en: [https://www.Academia.edu/375082/Ciencia\\_2.0\\_aplicaci%C3%B3n\\_de\\_la\\_web\\_social\\_a\\_la\\_investigaci%C3%B3n](https://www.Academia.edu/375082/Ciencia_2.0_aplicaci%C3%B3n_de_la_web_social_a_la_investigaci%C3%B3n) [6]
- Mendiguren, T., Meso, K. y Pérez, J.A. (2012). *El uso de las redes sociales como guía de autoaprendizaje en la Facultad de Comunicación de la UPV-EHV*. *Comunicación Social*, 6 107-122. Disponible en: <http://iesgtballester.juntaextremadura.net/web/profesores/tejuelo/vinculos/articulos/mon06/07.pdf> [8]
- Santana Arroyo, S. (2017). *Redes de intercambio de información científica y académica entre los profesionales en el contexto de la Web 2.0*. [online] *Scielo.sld.cu*. Available at: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1024-94352010000300006&lng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352010000300006&lng=es) [Acceso 19 Oct. 2017].
- Subires, P. y Olmedo, S. (2013). *Universidad, sociedad y networking: perspectivas ante el uso de las redes sociales de perfil académico profesional*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19, 1037-1047. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/42188> [9]
- Roses, S., Gómez Aguilar, M. y Farias, P. (2013). *Uso académico de redes sociales: análisis comparativo entre estudiantes de Ciencias y de Letras*. *Historia y Comunicación Social*, 18 (dic.), 667-678. (10) Becerra, V. *ResearchGate, una red social para la comunidad científica (en línea)*. Disponible en: <https://artvisual.net/blog/researc>
- Túñez, M. y Sixto, J. (2012). *Las redes sociales como entorno docente: Análisis del uso de Facebook en la docencia universitaria*. *Píxel-Bit, Revista de Medios y Educación*, nº 41, 77-92. Disponible en: <http://acdc.sav.us.es/pixelbit/images/stories/p41/06.pdf> [7]