



Uso de las redes sociales y su impacto en la educación superior

Social Media Use and Its Impact on Higher Education

Uso das mídias sociais e seu impacto no ensino superior

Yazmina Sosa Moreno ^I

ysosa@istg.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-7477-8873>

Julio Miguel Heras Ramirez ^{II}

jheras@istg.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-9839-552X>

Elena Hermelinda Robles Lozano ^{III}

erobles@istg.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-4667-4011>

Verónica Patricia Silva Ortega ^{IV}

veronica.silvaor@ug.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0000-4821-7282>

Correspondencia: ysosa@istg.edu.ec

Ciencias de la Educación

Artículo de Investigación

* **Recibido:** 26 de junio de 2025 * **Aceptado:** 24 de julio de 2025 * **Publicado:** 07 de agosto de 2025

- I. Instituto Superior Tecnológico Guayaquil; Ecuador
- II. Instituto Superior Tecnológico Guayaquil; Ecuador
- III. Instituto Superior Tecnológico Guayaquil; Ecuador
- IV. Universidad de Guayaquil; Ecuador

Resumen

El uso de las redes sociales en la educación superior es un fenómeno que ha transformado profundamente las dinámicas académicas, presentando tanto grandes oportunidades como desafíos significativos. Estas plataformas digitales, que en un principio eran predominantemente en actividades recreativas, se han convertido en herramientas con un impacto considerable en la forma en que los estudiantes y docentes se comunican, colaboran, acceden a la información y construyen conocimiento. Se llevó a cabo una revisión bibliográfica para analizar el uso de las redes sociales y su impacto en la educación superior. La metodología implicó la búsqueda y selección sistemática de artículos científicos, tesis doctorales y publicaciones relevantes en bases de datos académicas como Scopus, Web of Science, Dialnet y Google Scholar. Los criterios de inclusión se centraron en investigaciones publicadas entre 2020 y 2025, que abordaran directamente la implementación de redes sociales en contextos universitarios, sus efectos en el rendimiento académico, la comunicación institucional, la participación estudiantil y el desarrollo de habilidades. Los estudios fueron filtrados inicialmente por título y resumen, y posteriormente se realizó una lectura completa de aquellos que cumplían con los criterios establecidos, para identificar los hallazgos clave y las tendencias predominantes en el campo. El impacto de las redes sociales en la educación superior es ambivalente. Si bien ofrecen un vasto potencial para enriquecer la experiencia educativa, mejorar la comunicación y fomentar nuevas formas de aprendizaje, también plantean desafíos relacionados con la distracción, la calidad de la información y la equidad en el acceso. La clave para su uso efectivo radica en una integración estratégica y consciente, que maximice sus beneficios pedagógicos y mitigue sus riesgos, siempre bajo una clara orientación ética y académica.

Palabras clave: redes sociales, educación superior, impacto, aprendizaje, enseñanza, universidad.

Abstract

The use of social media in higher education is a phenomenon that has profoundly transformed academic dynamics, presenting both significant opportunities and challenges. These digital platforms, initially predominantly for leisure, have become tools with considerable impact on how students and teachers communicate, collaborate, access information, and construct knowledge. A literature review was conducted to analyze the use of social media and its impact on higher education. The methodology involved the systematic search and selection of scientific articles,

doctoral theses, and relevant publications in academic databases such as Scopus, Web of Science, Dialnet, and Google Scholar. Inclusion criteria focused on research published between 2020 and 2025, directly addressing the implementation of social media in university contexts, its effects on academic performance, institutional communication, student participation, and skill development. Studies were initially filtered by title and abstract, and then a full reading was performed on those that met the established criteria to identify key findings and predominant trends in the field. The impact of social media on higher education is ambivalent. While offering vast potential to enrich the educational experience, improve communication, and foster new forms of learning, it also poses challenges related to distraction, information quality, and equitable access. The key to its effective use lies in a strategic and conscious integration that maximizes its pedagogical benefits and mitigates its risks, always under clear ethical and academic guidance.

Keywords: social media, higher education, impact, learning, teaching, university.

Resumo

O uso de mídias sociais no ensino superior é um fenômeno que transformou profundamente a dinâmica acadêmica, apresentando tanto grandes oportunidades quanto desafios significativos. Essas plataformas digitais, que inicialmente eram predominantemente utilizadas para atividades recreativas, evoluíram para ferramentas com impacto considerável na forma como alunos e docentes se comunicam, colaboram, acessam informações e constroem conhecimento. Uma revisão bibliográfica foi conduzida para analisar o uso de mídias sociais e seu impacto no ensino superior. A metodologia envolveu a busca e seleção sistemáticas de artigos científicos, teses de doutorado e publicações relevantes em bases de dados acadêmicas como Scopus, Web of Science, Dialnet e Google Acadêmico. Os critérios de inclusão se concentraram em pesquisas publicadas entre 2020 e 2025 que abordassem diretamente a implementação de mídias sociais em contextos universitários, seus efeitos no desempenho acadêmico, na comunicação institucional, no engajamento estudantil e no desenvolvimento de habilidades. Os estudos foram inicialmente filtrados por título e resumo, e aqueles que atenderam aos critérios estabelecidos foram posteriormente revisados detalhadamente para identificar as principais descobertas e as tendências predominantes na área. O impacto das mídias sociais no ensino superior é ambivalente. Embora ofereçam vasto potencial para enriquecer a experiência educacional, aprimorar a comunicação e promover novas formas de aprendizagem, também apresentam desafios relacionados à distração, à

qualidade da informação e à equidade no acesso. A chave para seu uso eficaz reside em uma integração estratégica e consciente que maximize seus benefícios pedagógicos e mitigue seus riscos, sempre sob clara orientação ética e acadêmica.

Palavras-chave: mídias sociais, ensino superior, impacto, aprendizagem, ensino, universidade.

Introducción

Las redes sociales son portadoras de espacios para convivir entre todos. En tal sentido, Morales Zúñiga (2011) menciona que se encargan de reconstruir las formas que se encuentran invisibles en una estructura social determinada, con el objetivo de acceder a los contenidos que encierran. Así, las redes sociales actualmente se han constituido en un modo de comunicación efectiva al cual la mayoría de las personas tiene acceso, generalmente de manera gratuita: permiten compartir información sin importar la distancia y tiempo (Díaz Quichimbo et al., 2022).

Actualmente, las RR.SS. son utilizadas mundialmente como medio de comunicación y tienen por objetivo formar una red de contactos que brinda al usuario digital funcionalidades sociales, permitiéndole interactuar con el contenido para crear, compartir y/o participar en espacios de colaboración, en función de intereses y de las herramientas de la plataforma seleccionada. A pesar de no haber sido creadas con fines académicos, se han posicionado como un importante medio de comunicación entre estudiantes y docentes, generando nuevos espacios de aprendizaje y colaboración, transformando la educación en todos sus niveles. La actual época de aceleración y cambios ha provocado la proliferación de la tecnología en los procesos de enseñanza-aprendizaje, que requieren de una adaptación tecnológica al mundo virtual para dotar al alumnado de competencias digitales, otorgando accesibilidad e interactividad especialmente en la educación superior (Olivares et al., 2024).

Las redes sociales se han convertido en un aliado estratégico en el proceso de formación académica en las Instituciones de Educación Superior, la incursión de las Tecnologías de la Información y Comunicación – TIC en el proceso de enseñanza mediante el uso de Smartphone y/o tabletas digitales, “abre una serie de posibilidades para el fortalecimiento de estrategias académicas en la era digital” tomando cada día más fuerza y presencia en las universidades en materia de información, comunicación y de apoyo en los procesos de formación académica. Asimismo, genera espacios enriquecedores en el escenario educativo, innovando en nuevas formas de aprender y de

acceder al conocimiento, lo que facilita el aprendizaje en la educación superior (Limas-Suárez & Vargas-Soracá, 2022).

Las universidades han evolucionado significativamente en su comunicación desde los años 80, impulsadas por el auge de los gabinetes de comunicación y el desarrollo tecnológico. Han pasado de depender de los medios tradicionales a desarrollar estrategias propias, utilizando sus sitios web y, crucialmente, las redes sociales. Estas últimas les permiten no solo aumentar su visibilidad online y difundir su conocimiento, sino también interactuar directamente con sus audiencias, escuchar sus necesidades y adaptar la información a su lenguaje, ampliando así su impacto y visibilidad en la opinión pública (Eizmendi-Iraola & Peña-Fernández, 2023).

Metodología

Se llevó a cabo una revisión bibliográfica para analizar el uso de las redes sociales y su impacto en la educación superior. La metodología implicó la búsqueda y selección sistemática de artículos científicos, tesis doctorales y publicaciones relevantes en bases de datos académicas como Scopus, Web of Science, Dialnet y Google Scholar. Se emplearon palabras clave como "redes sociales", "educación superior", "impacto", "aprendizaje", "enseñanza" y "universidad" en combinaciones diversas. Los criterios de inclusión se centraron en investigaciones publicadas entre 2020 y 2025, que abordaran directamente la implementación de redes sociales en educación superior, sus efectos en el rendimiento académico, la comunicación institucional, la participación estudiantil y el desarrollo de habilidades. Los estudios fueron filtrados inicialmente por título y resumen, y posteriormente se realizó una lectura completa de aquellos que cumplían con los criterios establecidos, para identificar los hallazgos clave y las tendencias predominantes en el campo.

Resultados

La literatura científica destaca ampliamente la usabilidad de las tecnologías digitales por parte de los jóvenes, con estudios como los de Álvarez-Cruces et al. (2019) y Guillén-López (2019). Específicamente, en el contexto de las redes sociales y su impacto en el aprendizaje, Gómez-Hurtado et al. (2018) encontraron que estas plataformas actúan como un recurso didáctico que promueve la colaboración entre estudiantes y docentes. Abbas et al. (2019) refuerzan esta idea, señalando que las características positivas de estas herramientas incluyen la posibilidad de

compartir opiniones, sensibilización, intercambio de conocimientos, construcción de relaciones e identidad, mejora de la influencia social y el desarrollo de habilidades de comunicación. En general, las redes sociales han demostrado mejorar el aprendizaje, las interacciones sociales y el intercambio de información (Angulo-Armenta et al., 2021).

En un estudio particular sobre la usabilidad y aceptación tecnológica, Reyes-Garcés et al. (2018) observaron que Facebook emerge como una alternativa eficaz para el aprendizaje. En esta línea, Llorens y Capdeferro (2011) indican que Facebook facilita la construcción de conocimientos a través del intercambio de información, promoviendo la creación de comunidades de aprendizaje. Es evidente que las redes sociales se están consolidando como un recurso tecno-educativo en el diseño y desarrollo curricular universitario, dinamizando e innovando las clases tradicionales y las pedagogías implícitas (Manca y Ranieri, 2016a). Otras investigaciones, como las de Chávez-Márquez y Gutiérrez-Diez (2015) y Zachos et al. (2018), también coinciden en la contribución positiva de las redes sociales en el proceso educativo universitario (Angulo-Armenta et al., 2021)

A pesar de los beneficios, se han identificado barreras para el uso de redes sociales en el aula. Estas incluyen limitaciones en la infraestructura de las instituciones educativas (Tulinayo et al., 2018), elementos culturales como modelos pedagógicos tradicionales y falta de apoyo técnico (Manca y Ranieri, 2016b). Asimismo, se ha observado una tendencia de los profesores a usar redes sociales con fines personales y profesionales (Manca y Ranieri, 2016b), y factores individuales como el desafío de equilibrar las actividades académicas con la vida social en línea, especialmente en estudiantes de nuevo ingreso (Junco, 2015) (Angulo-Armenta et al., 2021).

Redes sociales como espacio educativo

La enseñanza contemporánea ha evolucionado más allá de lo textual, incorporando formatos multimedia como videos, imágenes y sonidos, que exigen a las escuelas preparar a los estudiantes para su interpretación y uso. Esta transformación responde a un alumnado que busca resultados rápidos y se enfoca en tareas de su interés. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son clave en este cambio, ya que optimizan los procesos, reducen distancias y facilitan el aprendizaje significativo, donde el nuevo conocimiento se integra con lo ya existente, como propuso David Ausubel (1983). Además, la expansión de los medios sociales en internet ha posicionado a las TIC como herramientas esenciales para la construcción colectiva del

conocimiento, transformando la enseñanza y el aprendizaje en un proceso activo de exploración, experimentación y debate, apoyado en la colaboración tecnológica, como señalan Gros et al. (2008) (Acevedo Borrega et al., 2022).

En un contexto donde la comunicación horizontal y el acceso a innumerables fuentes de información son la norma, los métodos educativos tradicionales resultan insuficientes para fomentar el pensamiento crítico y la creación de nuevos saberes. Es innegable el entusiasmo que las TIC despiertan en la vida diaria, especialmente en el uso de redes sociales virtuales para información y socialización. La pandemia de Covid-19 ha amplificado este protagonismo, convirtiendo a la tecnología y las redes sociales en herramientas fundamentales para mantener las relaciones y el desarrollo de clases durante el confinamiento. Como resultado, las redes sociales han revolucionado la comunicación, la interacción y el acceso a la información, impulsando un cambio en la educación. Esto subraya la importancia de que los docentes adapten su discurso a las nuevas tecnologías para expandir el alcance de las ideas del aula y motivar a los alumnos. Dentro de este marco, surge la exploración del uso de TikTok como una potencial herramienta educativa (Acevedo Borrega et al., 2022).

Usos educativos de las redes sociales

Según el informe Ditrendia (2020) citado por Cupido Navarro & Suárez Lantarón (2022), las redes sociales más utilizadas, y también las más estudiadas por sus posibilidades educativas, incluyen Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp y TikTok.

- **Facebook**, una red virtual de contactos para la divulgación y producción de contenido, ha sido revisada por diversos autores por sus usos educativos. Estudios recientes indican su principal aplicación en el aprendizaje de idiomas, especialmente inglés. Su potencial comunicativo permite a estudiantes y profesores formar parte de comunidades de aprendizaje, potenciando el proceso de enseñanza/aprendizaje destaca usos como la búsqueda de información gubernamental, grupos privados moderados por docentes, difusión de eventos educativos y curación de contenido (Cupido Navarro & Suárez Lantarón, 2022).
- **Twitter**, una plataforma de "microblogging" para compartir contenido en tiempo real, ha sido estudiada por su uso educativo. Alcívar (2020) resalta la búsqueda de información y

tendencias, el fomento de la escritura y síntesis, el análisis de noticias, la creación de grupos de trabajo con hashtags y la elaboración de tramas conceptuales para motivar a los alumnos. Además, Shah et al sugieren su uso para la creación de comunidades de aprendizaje formales e informales, el aprendizaje colaborativo, el aprendizaje móvil y el pensamiento reflexivo (Cupido Navarro & Suárez Lantarón, 2022).

- **Instagram**, que permite subir y editar fotos y videos, ha sido investigada por sus aplicaciones educativas. Es efectiva para la retransmisión de videos en directo, facilitando la comunicación asincrónica. La creación de álbumes es útil para agrupar temáticas o unidades didácticas, y la posibilidad de crear perfiles dedicados a asignaturas específicas es un recurso valioso (Cupido Navarro & Suárez Lantarón, 2022).
- **WhatsApp**, una popular red de mensajería instantánea, facilita la comunicación y el intercambio de documentos. Su popularidad en el ámbito educativo se debe a que integra características de otras redes sociales. Suárez Lantarón (2018) destaca su bajo coste, la capacidad de enviar gran cantidad de mensajes, la inmediatez, la sensación de pertenencia a una comunidad y la privacidad. Estas características la convierten en una herramienta influyente para crear entornos educativos virtuales que pueden combinarse con sesiones presenciales (Cupido Navarro & Suárez Lantarón, 2022).
- Finalmente, **TikTok**, una red más reciente que permite la difusión de cortometrajes, también ha sido objeto de estudio en educación. Su característica principal es la posibilidad de subir videos de bailes, tutoriales, encuestas, retos y desafíos, que son eficaces en el aula. Permite desarrollar el potencial creativo de los estudiantes mediante formatos no escritos y actúa como agente socializador de contenidos educativos (Cupido Navarro & Suárez Lantarón, 2022).

Engagement en las redes sociales

El engagement es la habilidad de una marca para construir interacciones sólidas y estables con sus consumidores. A través de estas relaciones, las empresas pueden entender mejor a sus clientes, ofrecerles un valor diferenciado y fortalecer su posición y conciencia de marca. El engagement es un efecto, respuesta o conexión que los clientes desarrollan entre sí o con una marca. Esta

interacción puede ser iniciada tanto por la empresa como por los consumidores, y puede ocurrir tanto en medios digitales como fuera de línea (Mendia-Valarezo et al., 2022).

López y Chiclana (2017) citados por Mendia-Valarezo et al (2022) señalan que el engagement es crucial porque fomenta la conexión entre el consumidor y la organización. Al establecer una comunicación directa y dar control a los clientes, las marcas pueden aumentar su conocimiento y lealtad, generar publicidad de boca en boca, y mejorar el éxito de sus campañas de marketing. En resumen, el engagement agrega valor a la marca y mejora la experiencia del cliente.

El engagement en redes sociales es un indicador clave que mide el éxito de una estrategia de marketing digital. A diferencia de las métricas de ventas o ingresos, se centra en la interacción bidireccional entre marcas y usuarios, y el nivel de apego o lealtad que los consumidores tienen hacia una marca (Mendia-Valarezo et al., 2022).

Para mantener a los seguidores, las marcas deben ofrecer contenido de calidad que fomente la conversación. El engagement se mide a través de la tasa de interacción, que cuantifica las acciones de los usuarios, como "me gusta", comentarios y compartidos, en relación con el número de seguidores o el alcance de una publicación (Mendia-Valarezo et al., 2022).

Aunque no mide el retorno de la inversión económica (ROI), el engagement es crucial para las campañas de posicionamiento de marca. Permite a las empresas entender qué tan bien es recibido su contenido y qué tan comprometida está su audiencia (Mendia-Valarezo et al., 2022).

Análisis del uso de Facebook en universidades ecuatorianas

Un estudio de Cevallos Bautista & Medina Chicaiza (2025) se dividió en varias etapas para analizar las métricas de Facebook de diez universidades ecuatorianas. Los objetivos principales eran evaluar el alcance, la visibilidad de la marca y la percepción social. Para lograrlo, se establecieron criterios a monitorear, como las interacciones, la popularidad y la actividad. El monitoreo se realizó durante tres meses (de septiembre a noviembre de 2024) utilizando la herramienta Fanpage Karma, que permitió analizar y comparar el contenido, formato y horarios de publicación de cada universidad.

El análisis de las métricas de Facebook arrojó resultados significativos. En cuanto a la fidelización de la audiencia, se encontró que la Universidad San Francisco de Quito (USFQ) atrae a muchos visitantes únicos, pero tiene un bajo volumen de visitas totales, lo que sugiere una limitación en la

recurrencia. Por otro lado, la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE) presenta un alto número de visitas totales, indicando una comunidad digital más consolidada y fiel. Esto demuestra que atraer nuevas audiencias no siempre garantiza una comunidad estable (Cevallos Bautista & Medina Chicaiza, 2025).

Respecto a la interacción del usuario, la tasa de rebote y el tiempo de permanencia en la página fueron indicadores cruciales. La USFQ y la UDLA mostraron las tasas de rebote más altas, lo que implica que los usuarios no exploran otros contenidos. En contraste, la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) y la Universidad Central del Ecuador (UCE) obtuvieron bajas tasas de rebote y tiempos de permanencia más largos, lo que sugiere una mejor retención de los usuarios y una estrategia digital más efectiva (Cevallos Bautista & Medina Chicaiza, 2025).

Finalmente, en el total de interacciones (me gusta, comentarios, compartidos), la Escuela Politécnica Nacional (EPN) y la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) destacaron por tener los niveles más altos, lo que demuestra una mayor participación de sus comunidades. En el extremo opuesto, la Universidad San Francisco de Quito (USFQ) registró un bajo índice de interacciones, lo que subraya la necesidad de mejorar sus estrategias de contenido para generar mayor participación (Cevallos Bautista & Medina Chicaiza, 2025).

Con base a estos resultados, el estudio concluye que, las universidades deben mejorar la calidad y variedad del contenido, crear un calendario de publicaciones para mantener una presencia constante y adaptar la comunicación a las tendencias actuales. También se recomienda optimizar la interacción respondiendo de manera más rápida a los comentarios y preguntas, y utilizar herramientas como los chatbots para brindar respuestas eficientes. Los hallazgos del estudio confirman la relevancia de usar métricas específicas para entender y fortalecer la presencia digital, demostrando que la fidelización y el contenido atractivo son esenciales para un engagement sostenible (Cevallos Bautista & Medina Chicaiza, 2025).

Estudios sobre el uso de las TIC en un contexto educativo

En los últimos cinco años, diversas investigaciones han explorado el impacto y la percepción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la educación superior. Un estudio de Jiménez, Alvarado y Llopis (2017) con estudiantes de la Universidad Complutense de Madrid, utilizando el cuestionario CUTIC, reveló que el uso de TIC para actividades de entretenimiento

como juegos, mensajería (particularmente WhatsApp) y redes sociales (lideradas por Instagram) es frecuente y no está condicionado por el tipo de dispositivo (ordenador, tableta o móvil). Además, identificaron que la incapacidad de acceder a internet genera angustia, mientras que la conexión produce bienestar. Por su parte, Romero-Martínez et al. (2020) investigaron las actitudes hacia las TIC en 1.251 estudiantes de la Universidad Abierta de Madrid. Sus hallazgos confirmaron que la frecuencia de uso de dispositivos digitales y ordenadores influye positivamente en las actitudes hacia las TIC, aunque la autopercepción de la competencia digital no mostró el mismo efecto (Monroy García & Fialho, 2023).

Eger et al (2020) examinaron la autoeficacia de estudiantes universitarios en Centroeuropa, encontrando que un uso intensivo de las TIC para el ocio se correlaciona con la competencia para el aprendizaje. Concluyeron que el uso de nuevas tecnologías en otros ámbitos condiciona el aprendizaje con TIC y que el uso intensivo de redes sociales se percibe como una forma positiva de aprender. López-Meneses et al. (2020) identificaron dos perfiles de estudiantes en tres universidades, diferenciados por el tiempo en Internet: aquellos que predominan en juegos y redes sociales, y los que se enfocan en la búsqueda de información y tareas académicas. En cuanto al uso del teléfono móvil, Tella (2021) reveló que la autoeficacia es el factor más correlacionado con su uso, seguido por la autoestima, el entretenimiento y la interacción social. Finalmente, Ramalho (2022) investigó el impacto de las redes sociales en la productividad académica de estudiantes y exalumnos de educación superior, concluyendo que la mayoría percibe un impacto positivo en su productividad como estudiantes, desestimando el efecto negativo (Monroy García & Fialho, 2023).

Docentes

La capacitación en el uso e implementación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) es crucial para docentes y estudiantes, constituyendo una parte fundamental del proceso de enseñanza y aprendizaje. Es vital que los docentes estén bien capacitados en competencias digitales para el uso de herramientas virtuales en el aula, especialmente porque estas tecnologías pueden generar inquietud y desinformación en los estudiantes desde los primeros años de escolaridad, formando así individuos con conocimientos dinámicos. La implementación de estrategias didácticas con tecnología demuestra ser significativa, promoviendo la interactividad entre participantes y docentes en el aula virtual, según Hernández y Juanes (2021). Si bien los docentes tienen conocimientos sobre herramientas virtuales, un porcentaje considerable aún

enfrenta dificultades en su uso o posee un conocimiento superficial de las nuevas tecnologías. Por ejemplo, Álvarez-Cadavid y Gonzáles-Manosalva (2022) encontraron que docentes con maestría valoran más el manejo autónomo de estas herramientas, mientras que los de pregrado priorizan su promoción entre los estudiantes. Se estima que el 64% de los docentes aplica las NTIC, aunque es necesario incluir más actividades en plataformas virtuales. Un estudio de Benítez (2021) reveló que el 100% de los docentes ha tomado cursos básicos de computación y el 85% para el uso de plataformas educativas, utilizando las tecnologías para investigación, búsqueda de información, creación de contenidos y comunicación (Mollo-Torrico et al., 2023).

La implementación de herramientas virtuales incrementa la cobertura y calidad del aprendizaje, otorgando a las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) un rol importante en el desarrollo de estrategias docentes y en el éxito académico, el cual depende del rol asumido por los estudiantes (Meneses & Hernández, 2015; Poveda-Pineda & Cifuentes-Medina, 2020). La gestión del conocimiento docente a través de las tecnologías de la información facilita y potencia la calidad de la enseñanza, siendo la proliferación de recursos de aprendizaje abiertos un factor esencial para la formulación de contenidos educativos universitarios (Sáenz et al., 2022). No obstante, existe una visión contrastante; Farías (2016) señala que, aunque se utilicen las NTIC en actividades cotidianas, esto no siempre se traduce en una mejora evidente de la docencia ni de los servicios a los estudiantes (Mollo-Torrico et al., 2023).

Estudiantes

Las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) ofrecen herramientas para la comunicación, el intercambio y el almacenamiento de vastos volúmenes de información, pero su uso genera una reflexión por parte de los estudiantes. Ellos reconocen que, si bien las NTIC pueden "volverlos perezosos", también facilitan el desarrollo del trabajo gracias a su constante evolución y utilidad. Sin embargo, la integración de las NTIC en la educación superior enfrenta desafíos significativos, especialmente en regiones como Latinoamérica, donde el acceso a los recursos tecnológicos es limitado para una parte considerable de la población estudiantil en situación de pobreza. Además, la rápida obsolescencia de estos equipos y la constante necesidad de actualización para adaptarse a las innovaciones de software y aplicaciones representan una barrera adicional (Mollo-Torrico et al., 2023).

Pese a estas limitaciones, los estudiantes valoran positivamente el entorno virtual, destacando su utilidad, facilidad y practicidad. También aprecian la motivación de sus docentes y se perciben a sí mismos como hábiles en el uso tecnológico. Estudios indican que un 53.3% de los estudiantes consideran tener competencias digitales, y la incorporación de herramientas virtuales se ve como una estrategia eficaz para desarrollar y propiciar la enseñanza. Aunque otra investigación señala que solo el 34% utilizaba las NTIC y el 38% creía que estas herramientas fomentaban su motivación académica. Otras fuentes indican que entre el 40% y el 89% perciben las NTIC como útiles dependiendo del uso, con un 50% a 58% empleándolas en sus clases, y un 40% a 60% sin formación avanzada en estas herramientas. No obstante, se considera que el uso de herramientas virtuales favorece el aprendizaje cooperativo, y los estudiantes valoran la comunicación y la interacción que facilitan las plataformas en entornos virtuales (Mollo-Torrice et al., 2023).

Ventajas del uso de las redes sociales en la educación superior

- Facilitan el diálogo y la comunicación entre compañeros.
- Facilitan la comunicación con el docente.
- Incrementan la colaboración entre compañeros en el desarrollo de actividades.
- Ayudan al aprendizaje de temas específicos.
- Ayudan en la interacción y el debate sobre temas del curso.
- Se publica y se comparte recursos y/o contenidos afines a los temas del curso.
- Facilitan la investigación en los temas y, por tanto, la elaboración de actividades del curso.
- Proporcionan contenidos e información valiosa para la elaboración de actividades del curso.
- Dan acceso a cualquier hora (Limas Suárez & Vargas Soracá, 2020).

Desafíos del uso de las redes sociales en la educación superior

El uso extendido de las redes sociales presenta desafíos considerables para determinar su impacto y valor. Esto se debe a la gran variedad de plataformas y sus múltiples aplicaciones, lo que dificulta un análisis unificado. Existe una preocupación generalizada por el sesgo comercial inherente de estas plataformas, que priorizan la promoción de bienes y servicios a través de la publicidad. Aunque este modelo de negocio no es exclusivo de las redes sociales en el contexto educativo, la

explotación de datos personales de usuarios y estudiantes, a menudo sin consentimiento informado y con una comprensión limitada de cómo se utilizan, es un motivo de gran inquietud. Pese a estas preocupaciones, algunos argumentan que el intercambio de tiempo y datos es un costo menor frente a los claros beneficios educativos y de conexión social que ofrecen. La enorme cantidad de datos generados en estas interacciones permite a las empresas perfilar y dirigir publicidad a los usuarios. Además, se ha señalado un sesgo de estas plataformas hacia la convivencia y la homogeneidad, lo que puede crear "burbujas de filtro" que limitan la exposición a puntos de vista diversos. Las empresas de redes sociales centralizadas emplean algoritmos propietarios que controlan el contenido al que los usuarios son expuestos, limitando su autonomía y, a menudo, utilizando su contenido y datos para fines comerciales y políticos, lo que ha generado llamados a una mayor regulación y preocupación por la privacidad (Chaluisa et al., 2022).

A pesar de las notables preocupaciones sobre la privacidad y la manipulación algorítmica, los usuarios continúan activos en las redes sociales debido al valor y servicio que estas plataformas les proporcionan. Para muchos, el acceso a comunidades específicas, el intercambio de conocimientos y la conexión social justifican el riesgo de la explotación de datos. Este dilema se agrava por la falta de alternativas viables que ofrezcan un valor comparable. El atractivo de las redes sociales no solo se basa en la necesidad de pertenencia y autopresentación, sino que también se han convertido en una fuente principal de noticias e información sobre temas políticos, sociales y económicos. Estas características de diseño contribuyen a un uso que puede volverse adictivo, lo que demuestra la compleja balanza entre los beneficios de conectividad y acceso a la información y los riesgos inherentes a su modelo de negocio y gestión de datos (Chaluisa et al., 2022).

Conclusión

El análisis del uso de las redes sociales en el ámbito de la educación superior revela un panorama complejo y multifacético, donde sus beneficios y desafíos se entrelazan de manera significativa. Lejos de ser meras herramientas de ocio, las plataformas sociales han permeado las dinámicas académicas, transformando la comunicación, el acceso a la información y las metodologías de enseñanza-aprendizaje.

En primer lugar, es innegable que las redes sociales han enriquecido la comunicación y la colaboración académica. Facilitan la interacción instantánea entre estudiantes y profesores, promueven el trabajo en equipo a distancia y permiten la creación de comunidades de aprendizaje virtuales. Esta conectividad constante puede agilizar la resolución de dudas, fomentar el debate constructivo y extender el aula más allá de sus límites físicos, democratizando el acceso a la información y al conocimiento.

Sin embargo, este mismo poder de conexión presenta desafíos considerables. La distracción es una preocupación primordial; la sobreexposición a notificaciones y el uso indebido de las plataformas pueden mermar la concentración y el rendimiento académico de los estudiantes. Asimismo, la veracidad de la información compartida en redes sociales es un tema crítico. La proliferación de noticias falsas y contenido sin sustento científico exige que tanto docentes como estudiantes desarrollen habilidades de pensamiento crítico y alfabetización mediática para discernir fuentes confiables.

Desde la perspectiva pedagógica, la integración de las redes sociales en la educación superior ha impulsado la innovación. Permiten la implementación de metodologías activas, como el aprendizaje basado en proyectos o el aprendizaje colaborativo, donde los estudiantes pueden investigar, compartir hallazgos y construir conocimiento de manera interactiva. Además, ofrecen un espacio para el desarrollo de habilidades digitales esenciales en el siglo XXI, preparando a los futuros profesionales para un mercado laboral cada vez más interconectado.

A pesar de estos beneficios, la brecha digital y la falta de capacitación adecuada representan barreras importantes. No todos los estudiantes o docentes cuentan con el acceso o las competencias necesarias para aprovechar plenamente el potencial educativo de estas herramientas. Esto subraya la necesidad de políticas institucionales que garanticen la igualdad de oportunidades y programas de formación continua para el uso pedagógico de las redes sociales.

Bibliografía

Acevedo Borrega, J., Sosa-Díaz, M. J., Porras Masero, I., & González Fernández, A. (2022). Recursos digitales en educación superior: TikTok como herramienta didáctica. *REIDOCREA*, *11*(54), 623–636.

- Angulo-Armenta, J., Sandoval-Mariscal, P. A., Torres-Gastelú, C. A., & García-López, R. I. (2021). Usabilidad de redes sociales con propósitos académicos en educación superior. *Formación Universitaria*, 14(6), 25–32. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062021000600025>
- Cevallos Bautista, M. I., & Medina Chicaiza, R. P. (2025). Redes sociales y educación superior: análisis del uso de Facebook en universidades ecuatorianas. *Ciencia y Educación*, 6(5 SE-Artículos), 169–181. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15578059>
- Chaluísa, S. F. C., Andrade, L. C. V., Bautista, M. Q. R., & Saá, M. J. M. (2022). E-learning innovación del entorno educativo en la social media de la educación superior. *Polo Del Conocimiento*, 7(10), 1429–1454.
- Cupido Navarro, A., & Suárez Lantarón, B. (2022). Uso de las redes sociales por el alumnado universitario de la Facultad de Educación (Universidad de Extremadura). *Innoeduca. International Journal of Technology and Educational Innovation*, 8(2), 97–113. <https://doi.org/10.24310/innoeduca.2022.v8i2.13719>
- Díaz Quichimbo, D. M., Crespo Asqui, J. D., & Contreras Moina, M. J. (2022). Las redes sociales para fomentar la interculturalidad en la educación superior. *Revista Andina de Educación*, 5(1), 005110. <https://doi.org/10.32719/26312816.2022.5.1.10>
- Eizmendi-Iraola, M., & Peña-Fernández, S. (2023). Universidades y redes sociales: De la divulgación científica a la autopromoción. *Documentación de Las Ciencias de La Información*, 46(1), 67–74. <https://doi.org/10.5209/dcin.83768>
- Limas-Suárez, S. J., & Vargas-Soracá, G. (2022). Las redes sociales y su uso en la educación superior: una visión desde el estudiantado universitario. *Educación y Humanismo*, 24(42). <https://doi.org/10.17081/eduhum.24.42.4927>
- Limas Suárez, S. J., & Vargas Soracá, G. (2020). Redes sociales como estrategia académica en la educación superior: ventajas y desventajas. *Educación y Educadores*, 23(4), 559–574.
- Mendia-Valarezo, J., Morales-Padilla, E., & Moscoso-Parra, A. (2022). Uso del social media marketing y el engagement en universidades de Machala. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(3), 230–243. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.3.1082>

Mollo-Torraco, J. P., Lázaro-Cari, R. R., & Crespo-Albares, R. (2023). Implementación de nuevas tecnologías de información y comunicación para la Educación Superior: Revisión Sistemática. *Revista Ciencia & Sociedad*, 3(1), 16–30.

Monroy García, F. A., & Fialho, I. (2023). Use of technological supports in academic tasks. A study with Higher Education students. *Digital Education Review*, 43, 86–101. <https://doi.org/10.1344/der.2023.43.85-100>

Olivares, P., Jiménez-García, E., & García, Ó. (2024). Percepción de los estudiantes de educación superior sobre la utilidad de las redes sociales. *Formación Universitaria*, 17(4), 81–90. <https://doi.org/10.4067/s0718-50062024000400081>