



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

¿Cómo usan los/as universitarios/as las redes sociales?
El caso de la Universidad Nacional de La Plata
Ramón Flores, Camila Ledesma y Enrique Ramírez Ovalles
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 8, N.º 1, noviembre 2022
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

¿Cómo usan los/as universitarios/as las redes sociales?

El caso de la Universidad Nacional de La Plata

How do University Students Use Social Networks?

The Case of the National University of La Plata

Ramón Flores

raflores@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-0572-940X>

Camila Ledesma

camledesma6@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-8361-0944>

Enrique Ramírez Ovalles

eramirezovalles@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-6310-6879>

Centro de Investigación y Capacitación
en Estudios de la Opinión Pública (CICEOP)
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata | Argentina

Resumen

Este trabajo forma parte de un estudio sobre el uso que hacen de las redes sociales los alumnos universitarios, y aquí se presentan los resultados respecto a los estudiantes de la Universidad Nacional de La Plata. El estudio se realiza en el marco de las investigaciones que realiza el exploratorio realizado por el Centro de Investigación y Capacitación en Estudios de la Opinión Pública (CICEOP) de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP). Así, a partir de una muestra de 172 alumnos y del análisis semiótico de los enunciados y de la enunciación, se pueden identificar cuatro tipos de discursos en torno al uso de las redes que lo conceptualizan como un tipo específico, una finalidad, un campo de actividad o un conjunto de acciones. Además, las categorías semánticas de la interacción y de lo productivo permiten ver cómo predomina el uso de las redes sociales en flujos de una sola dirección por sobre los

bidireccionales, y de los usos en el ocio y la sociabilidad por sobre los relativos al trabajo y a los estudios.

Palabras clave

Universidad, redes sociales, uso, interacción, productividad.

Abstract

This work is part of a study on the use that university students make of social networks, and here the results are presented with respect to the students of the National University of La Plata. The study is carried out within the framework of the investigations carried out by the exploratory carried out by the Center for Research and Training in Public Opinion Studies (CICEOP in spanish) of Journalism and Social Communication University (UNLP in spanish). Thus, based on a sample of 172 students and the semiotic analysis of the statements and the enunciation, four types of discourse can be identified around the use of networks that conceptualize it as a specific type, a purpose, a field of activity or a set of actions. In addition, the semantic categories of interaction and productivity allow us to see how the use of social networks predominates in one-way flows over bidirectional ones, and of uses in leisure and sociability over those related to work and life. the studies.

Keywords

University, social networks, usage, interaction, productivity.

Introducción

Este trabajo forma parte de los resultados de un estudio exploratorio sobre el uso que hacen de las redes sociales los alumnos universitarios, y que en este caso pertenecen a la Universidad Nacional de La Plata. El estudio se está desarrollando en el marco de las investigaciones que lleva adelante el Centro de Investigación y Capacitación en Estudios de la Opinión Pública (CICEOP) de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.

Los resultados que aquí se presentan corresponden a una muestra de 172 alumnos e involucran a las respuestas de una de las preguntas abiertas pertenecientes a un formulario de encuesta administrado: ¿para qué utilizas las redes sociales? y ¿qué haces con ellas? Los datos que aquí se informan son frutos de un análisis cualitativo

que indaga sobre la construcción de sentido que se produce en el corpus constituido por esas respuestas. Las herramientas analíticas pertenecen tanto a la semiótica narrativa como a la Teoría de los Discursos Sociales; en el primer caso implica a la dimensión del enunciado a través del cuadrado semiótico de A. J. Greimas, y en el segundo a la de la enunciación desde la perspectiva de D. Maingueneau.

El cuadrado será utilizado para identificar los polos de construcción semiótica del sentido, al igual que en otras oportunidades (Flores y Arano Uría, 2021; Flores, Arru y Delgado, 2020), mientras que el análisis enunciativo se realizará desde el concepto de modalidad como operación psíquica sobre el contenido (Maingueneau, 1989, p. 125).

Antes de presentar los análisis cualitativos, los siguientes cuadros permiten dimensionar el nivel de respuestas:

Cuadro 1: Nivel de respuesta

No contestan	4,7%
Contestan	95,3%
Total	100%

Elaboración propia.

Sólo el 5,2% valora explícitamente el nivel de uso que poseen de las redes sociales:

Cuadro 2: Valoración explícita del nivel de uso

No usan	2,3%
Poco uso	1,7%
Mucho uso	1,2%
Total	5,20%

Elaboración propia.

A continuación, se presenta el análisis del 90,1% de las respuestas restantes.

Los discursos

Asumiendo que el discurso es una configuración de sentido (Verón, 1993), en este apartado se presentan las cuatro modalidades que permiten diferenciar sendos tipos de discursos respecto al uso de las redes sociales que realizan los entrevistados. Es decir, de acuerdo a las modalidades de respuestas identificadas, el uso se puede constituir como:

- Un conjunto de acciones.
- Campo de actividades.
- Una finalidad.
- Un tipo.

- El uso como campo de actividades.

El 27,9% de las respuestas se constituyen como una enumeración de actividades que describen el uso que se realiza de las redes sociales: "Información, pasatiempo, recreación y actualización del mundo", es un ejemplo de ello.

- El uso como finalidad.

El 26,2% responde de esta manera al utilizar la preposición "para", la cual "denota el fin o término a que se encamina una acción" (RAE 23ª ed.): "para ver 'el mundo' desde mi casa", "para difundir mi trabajo personal y para distraerme", son ejemplos de este tipo de respuesta.

- El uso como conjunto de acciones.

El 42,4% de los encuestados utiliza un conjunto de acciones para responder, por ejemplo: "veo memes y busco información" y "uso Twitter, chateo con amigos, y sigo eventos a los que me gustaría asistir".

- El uso como tipo específico.

En el 12,2% de respuestas se utiliza una enumeración de términos como "informativo", "recreativo", etc. para describir el uso que hacen de las redes: "informativo", "comunicativo, informativo", "Ocio-informativo", son ejemplos.

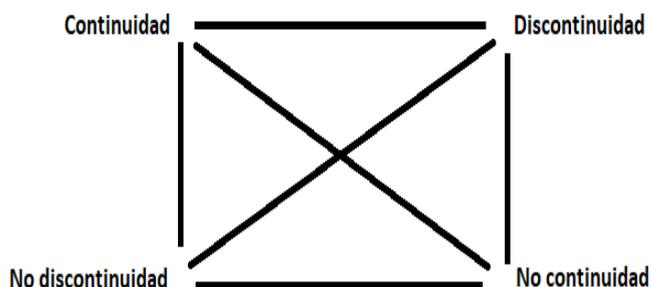
La mayoría de los encuestados conciben al uso como un conjunto de acciones (42,2%), otros como campo de actividades (27,9%) o como una finalidad (26,2%), y finalmente los menos (12,2%) lo especifican como un tipo en particular.

Los usos productivos y no productivos de las redes sociales

Estos distintos usos se configuran a través de las diferentes respuestas recolectadas y que pueden ser caracterizadas mediante la utilización del cuadrado semiótico; esta herramienta semiótica permite analizar la producción del sentido, en un discurso objeto, mediante un modelo constituido por tres relaciones semánticas: contrariedad (horizontales), contradicción (oblicuas) e implicación (verticales) (Courtes, 1980, pp. 53-58). A continuación, se presenta un ejemplo mediante el cuadrado semiótico

propuesto por Floch a partir de la categoría continuidad-discontinuidad (Floch, 1993, pp. 43-48):

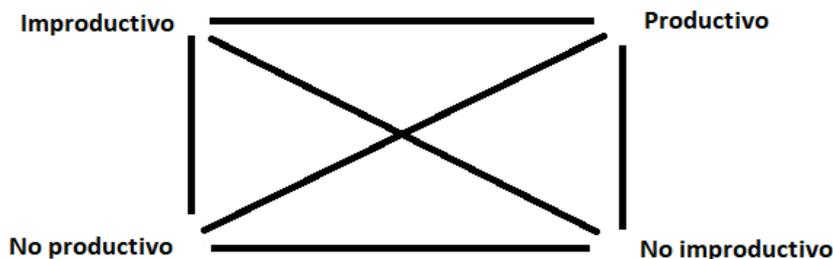
Cuadrado semiótico 1: categoría continuidad-discontinuidad



Adaptación del cuadrado de Floch (Opus cit, p. 44)

Con este cuadrado y en otro trabajo se identificaron las relaciones que se construyen discursivamente entre lo laboral y lo personal a partir del uso de las redes sociales (Flores y Arano Uría, 2021). Aquí se utilizará el mismo modelo con sus términos y relaciones semánticas constitutivas pero se partirá de la categoría productivo-improductivo, con esto se busca identificar los polos de sentido en las respuestas recogidas entre los estudiantes:

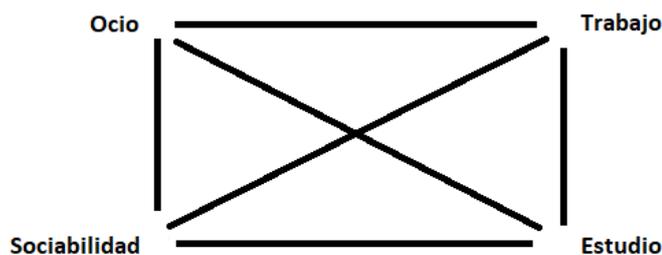
Cuadrado semiótico 2: categoría productivo-improductivo.



Elaboración propia.

Estos polos de sentido permiten identificar y luego agrupar una serie de términos bajo un mismo objeto semiótico (Magariños de Morentin, 2008). Así, el objeto "ocio" agrupa los términos y fragmentos discursivos como los siguientes: ocio, tiempo libre, pasar el tiempo, pasatiempo, entretenimiento, hobby, etc. Por su lado, el objeto "estudio" agrupa a: estudio, facultad, información académica, compañeros, cursada, etc. Y los objetos "trabajo" y "sociabilidad" a: trabajo, home office, emprendimiento, y amigos, familiares, círculo social, respectivamente. De esta manera, el cuadrado nos permite identificar a estos objetos semióticos como polos en la construcción de sentido de las respuestas recolectadas:

Cuadrado semiótico 3: objetos semióticos, categoría productivo-improductivo



Elaboración propia.

- OCIO

El 32,6% de las respuestas se agrupan en este polo: "pasar el tiempo", "entretenimiento", "despejar", "ocio", son ejemplos de construcción de este objeto.

- TRABAJO

El 12,8% de los entrevistados responden que éste es el uso que le dan: "para difundir mi trabajo personal y para distraerme", "Comunicarme con amigos, familia y emprendimiento", "home office", "trabajo", etc.

- ESTUDIO

El 13,4% de las respuestas implican el uso en relación a la facultad: "para la facultad", "para informarme, Facebook e Instagram para la facultad, Twitter para la actualidad y lo que va pasando en el mundo", "no utilizo mucho las redes sociales, solo para comunicarme con cosas de la facultad o por cosas personales", etc.

- SOCIABILIDAD

El 26,7% de las encuestas permiten identificar un uso social de las redes: "ponerse en contacto con otras personas", "en general para socializar", "comunicarse y socializar", etc.

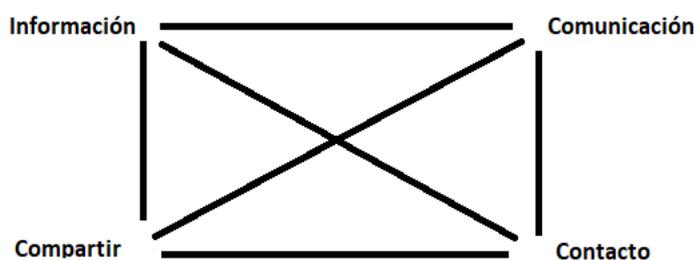
El cuadrado permite no sólo caracterizar la construcción de sentido sino también identificar la extensión de las opiniones recogidas, y en esta última se puede apreciar lo siguiente respecto al uso: 32,6% en el ocio y 26,7% en la sociabilidad, además del 13,4% en relación al estudio y del 12,8% en lo laboral.

Las interacciones en los usos de las redes sociales

A partir de la categoría interacción se puede constituir otro cuadrado semiótico en el eje unidireccional-bidireccional de tal manera que los objetos semióticos de la información, comunicación, contacto y compartir tengan un lugar en el mismo. De

nuevo nos encontramos con la posibilidad de agrupar términos considerando la noción de objeto semiótico. La información sería convocada por los términos "noticia", "información" o por los fragmentos discursivos como "ver el mundo"; la comunicación, por los términos "charlar", "dialogar" y "comunicación", entre otros. El "contacto" por las diversas expresiones del contactar y conectar; mientras que el compartir, por los términos "publicar", "expresarme", etc.

Cuadrado semiótico 4: categoría interacción, eje unidireccional-bidireccional.



Elaboración propia.

- INFORMACIÓN

El 57,6% de las respuestas la involucran: "me informo pero no las uso mucho", "Para ver "el mundo" desde mi casa", "informativo", etc.

- COMUNICACIÓN

20,3% de los estudiantes encuestados usan las redes para la comunicación: "hablar con amigos y familia", " para interaccionar con allegados", "no utilizo mucho las redes sociales, solo para comunicarme con cosas de la facultad o por cosas personales", etc.

- CONTACTO

El 8,7% de las respuestas involucran al contacto: "ponerse en contacto con otras personas", "conectarme con compañeros, y contar mi día a día", "para contactarme con mis allegados", etc.

- COMPARTIR

El 5,8% de los estudiantes utilizan las redes para compartir: "compartir memes", "compartir contenido", "para que mis compañeros se enteren de actividades", etc.

A partir de los usos interactivos se puede apreciar cómo la misma fluye mayoritariamente en una dirección (63,4%) más que ambos sentidos (29%): la información (57,6%) y el compartir (5,8%) por un lado, y la comunicación (20,3%) y el conectar (8,7%) por el otro.

Resultados iniciales

- La mayoría de los encuestados conciben al uso como un conjunto de acciones (42,2%), otros como campo de actividades (27,9%) o como una finalidad (26,2%), y finalmente los menos (12,2%) lo especifican como un tipo en particular.
- La categoría semántica productivo-improductivo permite la configuración de un cuadrado donde se aprecia la preeminencia de este último uso (59,3%) por sobre el primero (26,2%): el uso de las redes en el ocio (32,6%) y la sociabilidad (26,7%) superan a los usos en relación al estudio (13,4%) y a lo laboral (12,8%).
- La categoría semántica de la interacción unidireccional-bidireccional permite apreciar cómo la misma implica mayoritariamente a una sola dirección (63,4%) y no fluye tanto en ambos sentidos (29%): la información (57,6%) y el compartir (5,8%) por un lado, y la comunicación (20,3%) y el conectar (8,7%) por el otro.
- Uso de las redes sociales desde la categoría semántica interacción.

Cuadro 3: cruce de variables, categoría interacción.

	INFORMACIÓ N	COMUNICACIÓ N	COMPARTI R
COMUNICACIÓ N	5,20%		
CONTACTO	4,70%	0%	0,6%
COMPARTIR	2,30%	0,6%	
Total	12,20%	5,8%	3,5%

Elaboración propia.

A partir de la categoría "interacción" se puede apreciar cómo hay poca presencia simultánea de los objetos discursivos en las respuestas de los estudiantes. Esto implica un uso específico de las redes en términos de la direccionalidad de los mensajes que se intercambian: se confirma la

preeminencia de los flujos unidireccionales por sobre los bidireccionales arriba señalada.

- Uso de las redes sociales desde la categoría semántica de lo productivo.

Cuadro 4: cruce de variables, categoría de lo productivo.

	OCIO	SOCIABILIDA D	TRABAJO
TRABAJO	1,20%	4,1%	
ESTUDIO	4,70%	2,3%	1,2%
SOCIABILIDA D	5,20%		
Total	11,10 %	11,6%	6,5%

Elaboración propia.

A partir de la categoría productivo-improductivo se puede apreciar cómo hay poca presencia simultánea de los objetos discursivos en las respuestas de los estudiantes. Esto implica un uso específico de las redes en términos de lo productivo que permite apreciar la preeminencia del uso en torno a la sociabilidad y el ocio (59,3%) por sobre el del trabajo y la facultad (26,2%).

Referencias

- Courtes, J. (1980) *Introducción a la semiótica narrativa y discursiva*. Editorial Hachette.
- Floch, JM. (1993) *Semiótica, marketing y comunicación: Bajos los signos, las estrategias*. Editorial Paidós.
- Flores, R. Arru, L. y Delgado, P. (2020) "Discursos sobre la comunicación política en el uso de las redes sociales". En: Gustavo González, *Comunicación política y redes sociales*. EDULP.
- Flores, R. y Arano Uría, F. (2021) "Lo profesional, posiciones subjetivas y crisis en los medios". En: Gustavo González, *Comunicación y política reloaded. Las redes sociales en contexto de pandemia*. EDULP.

Magariños de Morentin, J. (2008) *La semiótica de los bordes. Apuntes de metodología semiótica*. Editorial Comunicarte.

Maingueneau, D. (1989) *Introducción a los métodos de análisis del discurso*. Editorial Hachette.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23ª ed., [versión 23.5 en línea]. <<https://dle.rae.es>>

Verón, E. (1993) *La semiosis social*. Editorial Gedisa.