



Redes sociales: usos y finalidades en jóvenes de la Amazonía y Orinoquía colombiana*



Arley Camelo Ciro**
Suly Castro Molinares***
Angélica Cuello Villamil****

Recibido: 2021-12-06 • Enviado a pares: 2022-01-25
Aprobado por pares: 2022-02-22 • Aceptado: 2022-03-25
<https://doi.org/10.22395/angr.v21n41a8>

Resumen

El presente documento da cuenta de los resultados de una investigación planteada con el objetivo de analizar los usos y finalidades que los jóvenes de la Amazonía y Orinoquía colombiana dan a los dispositivos, redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea. Se trata de un estudio de enfoque cuantitativo, de diseño descriptivo y de corte transversal. Participaron quinientos dieciséis jóvenes de ambos sexos, entre catorce y veintiocho años, residentes en siete departamentos de Colombia. Se aplicó un instrumento *ad hoc* tipo cuestionario, conformado por veinticinco ítems. Los resultados indican que, del total de participantes, 67 % acceden diariamente a las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea y 24,4 % acceden cuatro o cinco veces a la semana. Los jóvenes que más las consultan son los de Guainía, Guaviare y Amazonas, respectivamente; las mujeres con mayor frecuencia que los hombres; los de dieciocho a veintidós años, seguidos de los que tienen veintitrés a veintiocho años; y quienes cuentan con estudios de posgrado, tecnología y profesionales. Las redes sociales y aplicaciones más consultadas son WhatsApp, Facebook, YouTube e Instagram, respectivamente, especialmente para fines sociales, educativos y para ocio o diversión. Estos resultados revisten de importancia, dado que son los jóvenes quienes más inciden en los procesos de transformación social a través de las nuevas plataformas tecnológicas para la comunicación en la red digital.

Palabras clave: redes sociales; medios sociales; comunicación interactiva; Internet; comunicación móvil; intercambio de información; brecha digital; accesibilidad a la información.

* Artículo derivado de la investigación Participación ciudadana de los jóvenes en redes sociales cibernéticas Código PIE ECSAH 17/2019 Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD. Grupo de Investigación Pensamiento, Sociedad y Cultura.

** Licenciado en Filosofía; Especialista en Educación, Cultura y Política; Magíster en Paz, Desarrollo y Ciudadanía. Docente Universidad Nacional, Abierta y a Distancia – UNAD, Zona Amazonía Orinoquía. Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1246-1125>. Correo electrónico: arley.camelo@unad.edu.co

*** Licenciada en Ciencias Sociales; Magister en Educación, Doctora en Ciencias de la Educación. Docente Universidad Nacional, Abierta y a Distancia – UNAD, Zona Amazonía Orinoquía. Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2876-7401>. Correo electrónico: suly.castro@unad.edu.co

**** Psicóloga, Especialista en Psicología clínica. Docente Universidad Nacional, Abierta y a Distancia – UNAD, Zona Amazonía Orinoquía. Colombia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5976-2681> Correo electrónico: angélica.cuello@unad.edu.co

Social networks: uses and purposes in young people from the amazon and orinoco regions of colombia

Abstract

This document reports the results of a research proposed with the aim of analyzing the uses and purposes that young people in the Colombian Amazon and Orinoquia give to devices, social networks and instant messaging applications. This is a study with a quantitative approach, descriptive design and cross-sectional. 516 young people of both sexes, between 14 and 28 years old, living in seven departments of Colombia participated. An ad hoc questionnaire-type instrument was applied, consisting of 25 items. The results indicate that, of the total participants, 67 % access social networks and instant messaging applications daily and 24,4 % access four or five times a week. The young people who consult them the most are those from Guainía, Guaviare and Amazonas, respectively; women more often than men; those aged 18 to 22, followed by those aged 23 to 28; and those with postgraduate, technology and professional studies. Facebook Instagram, Youtube and WhatsApp are the most consulted social networks and applications, respectively, especially for social, educational and leisure or fun purposes. These results are of importance, given that it is young people who have the greatest impact on the processes of social transformation through the new technological platforms for communication on the digital network.

Keywords: social networks; social media; interactive communication; Internet; mobile communication; information; digital divide; accessibility to information.

Redes sociais: usos e propósitos entre os jovens da amazônia colombiana e das regiões do orinoco

Resumo

O presente documento dá conta dos resultados de uma pesquisa proposta com o objetivo de analisar os usos e finalidades que os jovens da Amazônia e Orinoquia colombiana dão aos dispositivos, redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas. Trata-se de um estudo de abordagem quantitativa, de desenho descritivo e de corte transversal. Participaram 516 jovens de ambos os sexos, entre 14 e 28 anos, residentes em sete departamentos da Colômbia. Aplicou-se um instrumento ad hoc tipo questionário, conformado por 25 itens. Os resultados indicam que, do total de participantes, 67 % acessam diariamente as redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas e 24,4 % acessam quatro ou cinco vezes por semana. Os jovens que mais as consultam são os de Guainía, Guaviare e Amazonas, respectivamente; as mulheres com mais frequência que os homens; os de 18 a 22 anos, seguidos dos que têm 23 a 28 anos; e os que contam com estudos de Pós-Graduação, Tecnologia e profissionais. Facebook, Youtube e Instagram, respectivamente, especialmente para fins sociais, educacionais e para lazer ou diversão. Estes resultados revistam de importância, dado que são os jovens que mais incidem nos processos de transformação social através das novas plataformas tecnológicas para a comunicação na rede digital.

Palavras-chave: redes sociais; mídias sociais; comunicação interativa; Internet; comunicação móvel; compartilhamento de informações; divisão digital; acessibilidade à informação.

Introducción

La expansión del internet, el acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (en adelante TIC) y los equipos tecnológicos aumentan cada vez más de manera vertiginosa, lo que ha posibilitado un cambio trascendental en la forma de comunicarse, de ver y de estar en el mundo. Ha provocado que los usuarios pasen de ser receptores pasivos de información, a ser receptores activos que interactúan e intercambiar información (Molina, 2018), generándose lo que Castells (2006) denomina sociedad en red.

Jóvenes en las redes sociales cibernéticas

Los progresos e innovaciones tecnológicas de las herramientas de la Web 2.0 y los dispositivos móviles se constituyen en elementos disruptivos que marcan un antes y un después en la sociedad, especialmente por la incursión de las redes sociales cibernéticas o plataformas virtuales para el establecimiento de conexiones interpersonales o medios digitales, como también se les conocen. Estos medios digitales permiten a los usuarios crear un perfil de identidad —público o semipúblico—, crear listas de contactos de otros usuarios, comunicarse con ellos de forma textual, gráfica, sonora o por videoconferencia, producir y compartir información en cualquier formato, además de visualizar las conexiones realizadas dentro del sistema (Ramírez-Ochoa et al., 2018; Pérez et al., 2015; Peña et al., 2010).

Así, las redes sociales cibernéticas como Twitter, Facebook, Instagram y YouTube, por nombrar algunas de las más conocidas y utilizadas en Colombia, han pasado a ser los nuevos espacios de interacción y comunicación bidireccional que posibilitan el intercambio de opiniones y la participación en discusiones y debates sobre temas de interés, especialmente entre los jóvenes, quienes se han convertido en los principales usuarios de los dispositivos tecnológicos para acceder a estas plataformas (García-Jiménez et al., 2020). Y es que las facilidades de acceso a las redes sociales se relacionan principalmente con el dispositivo tecnológico empleado para tal fin. Según Ararat (2017), el smartphone es el dispositivo utilizado con mayor frecuencia para acceder a estos sitios, particularmente, debido a la facilidad de conexión rápida a cualquier red Wifi o mediante datos móviles.

Asimismo, el uso de los entornos virtuales digitales por parte de los jóvenes se relaciona con las formas en que estos perciben y usan las redes sociales, que van desde el ocio y entretenimiento, hasta la participación en temas de carácter público y social (Vizcaíno-Laorga et al., 2019). Estas nuevas formas de consumo de tecnologías digitales han redefinido la manera de acceder a la información y la forma en que se incorporan nuevos canales de comunicación.

Un informe del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia —Unicef— (2017), se refiere a las formas en que las tecnologías digitales pueden influir en los niños y jóvenes, más en quienes tienen acceso a la internet, indica que los jóvenes entre quince y veinticuatro años hacen parte del colectivo más conectado a internet: el 71 % de los jóvenes, a diferencia del 48 % de la población total, se encuentran en línea o tienen acceso a internet. El informe señala también que los niños y jóvenes acceden a internet cada vez más a edades más tempranas. Esto es corroborado por García-Jiménez et al. (2020), quienes en un reporte describen que la edad media de inicio al uso y acceso a internet y, específicamente a redes sociales, es entre los once y los doce años, y en algunos casos entre los nueve y los diez años. Estos datos ofrecen respuestas sobre la edad promedio de uso de dispositivos tecnológicos para el acceso a redes sociales.

Una investigación realizada por Pastor Ruiz et al. (2019), arrojó que, a partir de los catorce años, los jóvenes evidencian un mayor uso de aplicaciones digitales para hacer consultas en internet diariamente y de manera frecuente. Entre las razones que más destacan los jóvenes para el uso de dispositivos móviles, están la necesidad de estar en contacto o comunicación con amigos, la comodidad y facilidad de llevarlos consigo y por ser de uso personal. En cuanto a las razones que justifican el uso de redes sociales están el interés de estar informados de las noticias de actualidad, la facilidad, y agilidad de acceso a las noticias de alto impacto social y de su entorno inmediato en tiempo real y la posibilidad de añadir comentarios al respecto.

Se podría afirmar entonces que, para los jóvenes, la interacción en las redes sociales tiene como finalidad el intercambio de información y de experiencias con otros usuarios, gracias a la facilidad de acceso a la información global sobre acontecimientos y fenómenos sociales que pueden ser incorporados al lenguaje cotidiano (Morales y Ortiz, 2016). Aunque el amplio espectro de usos que ofrecen las redes sociales va más allá de ser fuente de entretenimiento e información para convertirse en una plataforma donde los jóvenes comunican, participan, socializan y conocen personas nuevas en la inmediatez; procesos que pueden darse desde el anonimato y sin el contacto físico o visual (Ballesta et al., 2021).

Los usos de las redes sociales también giran en torno al ámbito académico o educativo, al ofrecer a los usuarios la posibilidad de acceder, mostrar y divulgar sus conocimientos y experiencias sobre cualquier tema (Nández y Borrego, 2013); es decir, se presentan como escenario para la construcción de un perfil digital de prestigio y reconocimiento, donde es posible contactarse con otros académicos e investigadores para la difusión e intercambio de sus investigaciones y resultados.

En el presente estudio se analizan los usos y finalidades de las redes sociales cibernéticas en jóvenes de la Amazonía y Orinoquía Colombiana, lo cual resulta de interés por el alto porcentaje de población de jóvenes que se ubican en estas

regiones (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE] et al., 2020) y por la necesidad de reconocer los impactos que tienen el uso de las aplicaciones y plataformas tecnológicas en esta zona del país, para los fines educativos, económicos, sociales, políticos y hasta de ocio.

Los resultados de este estudio ponen en contexto los retos que tiene Colombia en materia de transformación digital rural, tal como se declara en el actual Plan Nacional de Desarrollo (Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2019); así como el reto de contribuir al Objetivo 11 de los ODS, en cuanto a lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles, implica, entre otros aspectos, el acceso a la información, la educación y la creación de capacidad (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2012).

La brecha digital en el contexto colombiano

Si bien el mundo ha dado pasos agigantados en cuanto a avances tecnológicos que garantizan el acceso a la información y al conocimiento, no se puede desconocer que algunos factores limitan o impiden que una parte de la sociedad acceda a los beneficios de la internet y las TIC, y con esto al intercambio de información e interacción en entornos virtuales. Esto suscita lo que se denomina brecha digital (Rodríguez, 2006), entre las poblaciones y regiones, es decir, la desigualdad entre quienes tienen o no tienen acceso físico a las TIC (Van Dijk, 2006), y mediante estas, al conocimiento y la educación (Serrano y Martínez, 2003).

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la brecha digital va más allá de la falta de oportunidades de acceso a las TIC, internet y habilidades de uso de estas tecnologías por parte de los individuos, hogares, negocios y áreas geográficas en diferentes niveles socioeconómicos (OCDE, 2001, citada por Gómez et al., 2018), y por tanto, no se relaciona única y exclusivamente con aspectos de índole tecnológico, sino que es producto de la combinación de múltiples factores —sociales, económicos, políticos y culturales—, principalmente, lo que lleva a la necesidad de explorar un significado más amplio para el concepto de brecha digital.

Para el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) de Colombia, la brecha digital también hace referencia a "las diferencias que hay entre grupos según su capacidad para utilizar las TIC de forma eficaz, debido a los distintos niveles de alfabetización y capacidad tecnológica" (MinTic, 2020a, párr. 1).

Si se analizan los reportes oficiales sobre conectividad y acceso a las TIC en Colombia, se podría pensar que el panorama es alentador. Para el año 2021 el total de acceso a internet desde un dispositivo móvil se situó en 32,9 millones, 3,1 millones más que lo registrado en el mismo trimestre de 2020 (MinTic, 2021).

Por su parte, el DANE (2021) describe que para el 2019, el 73,8 % de los colombianos contaba con un teléfono celular, de estos, el 79,9 % con características de teléfono celular inteligente (*smartphone*) y 20 % con un teléfono celular convencional. Para muchas personas un dispositivo móvil es parte importante de su cotidianidad, es un medio de comunicación con poder de influencia en todos los aspectos de la vida social, por su ubicuidad, personalización y capacidad para crear redes sociales y facilitar la interacción de múltiples maneras (Marín y Cruz, 2021).

Según se reporta en una investigación realizada por Zuluaga Esquivel (2019), en la actualidad el acceso y uso de internet por parte de los niños y jóvenes en Colombia no tiene límites, esto debido al uso masivo de los dispositivos móviles. Indican, además, que el 82 % de los niños y jóvenes (entre nueve y dieciséis años) de Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Pereira, Manizales y Medellín, expresaron no tener dificultades para acceder a internet y redes sociales desde el lugar en el que habitan, y que el 83 % accede a una o varias redes sociales.

Según el Digital 2021 Global Overview Report, Colombia mostró un crecimiento de 4,0 % en el 2020, en cuanto al uso de internet, específicamente por motivo de la pandemia por la COVID-19 (We Are Social-Hootsuite, 2021). Revela este informe que en Colombia el número de dispositivos móviles —celulares, tabletas y portátiles— conectados es de 60,83 millones, cifra que supera en 119 % al total de la población (51,07 millones de habitantes). Sin embargo, pese a los avances mostrados en los anteriores reportes, aún se presentan dificultades para el acceso a internet en varias regiones del país.

En el Informe Nacional de Competitividad 2020-2021 se indica que la baja cobertura de internet banda ancha ha dejado en evidencia la brecha digital que obstaculiza y limita el acceso a la información, al conocimiento y la continuidad en la educación, especialmente en las zonas rurales de difícil acceso. Se indica, además, que en el 2018 solo el 53 % de los hogares tenían conexión a internet fijo o móvil, y 42 % contaban con computador de escritorio, portátil o tableta (Consejo Privado de Competitividad, 2020). Esta situación amerita la ejecución de acciones que permitan asegurar la conectividad de la población y la ampliación de los servicios digitales.

En tal sentido, este estudio busca indagar sobre los usos y finalidades de las redes sociales cibernéticas por parte de los jóvenes de la zona de la Amazonia Orinoquía, y así dar respuesta a las dimensiones de la brecha digital relacionadas con el aprovechamiento de las TIC y la identificación de los dispositivos tecnológicos desde los cuales los jóvenes se conectan a la internet (MinTIC, 2020b).

Por otra parte, los hallazgos de esta investigación ofrecen insumos para comprender cómo las redes sociales cibernéticas favorecen la interconexión e interacción

con la información, a través de medios alternativos de comunicación e interconectan a comunidades apartadas en la geografía nacional, históricamente excluidas de la agenda política gubernamental (Barbosa Trigos y Ríos Pacheco, 2021).

Acceso a las redes sociales en la Amazonía y Orinoquía colombiana

En el contexto de los departamentos de la Amazonía y Orinoquía Colombiana, incluidos en este estudio, la brecha digital es más amplia que en la mayoría de los departamentos del país. En los resultados del Ranking Índice de Brecha Digital por Departamento y el Distrito Capital (MinTIC, 2020b) se observa que Amazonas, Vichada y Guainía ocupan los últimos tres lugares, respectivamente, y Arauca y Guaviare no es que se ubiquen en una posición favorable (tabla 1).

Tabla 1. Ranking Índice de Brecha Digital por Departamento

No.	Departamento	IBDI
1	Bogotá D.C.	0,3317
9	Meta	0,4616
13	Casanare	0,4781
25	Arauca	0,5565
27	Guaviare	0,5616
31	Amazonas	0,5883
32	Vichada	0,6000
33	Guainía	0,6030
Índice de brecha digital nacional		0,45061

Fuente: elaboración propia

Mientras que el Ranking Índice de Brecha Digital por Región, ubica a la Orinoquía-Amazonía en el último lugar (tabla 2). Esto deja en evidencia las limitaciones de esta región en este aspecto, lo que, de alguna manera, se relaciona con el uso y las finalidades de las redes sociales.

Tabla 2. Ranking Índice de Brecha Digital por Región

No.	Departamento	IBD
1	Bogotá D.C.	0,3317
2	Valle del Cauca	0,4077
3	San Andrés	0,4399
4	Antioquia	0,4452

1 Los valores más lejanos a cero reflejan una mayor Brecha Digital, por lo tanto, desfavorables condiciones relativas.

No.	Departamento	IBD
5	Oriental	0,4647
6	Central	0,4702
7	Caribe	0,4945
8	Pacífica	0,5290
9	Orinoquía - Amazonía	0,5416

Fuente: elaboración propia.

En un reporte de Buelvas et al. (2020), sobre un estudio realizado en Vaupés, departamento de la Amazonía, se indica que, pese a las dificultades de acceso a estas tecnologías, en comparación con otras regiones de Colombia, el acceso al internet, y en específico a las redes sociales, se ha incrementado, aunque este avance ha sido poco explorado en este territorio, para así comprender las distintas lógicas que determinan cuáles son los usos que los jóvenes le dan a las redes sociales cibernéticas.

Según informe del DANE (2020) sobre la situación sociodemográfica de la juventud en Colombia, entre los departamentos con mayor porcentaje de población de jóvenes entre catorce y veintiséis años, se encuentran Vaupés (27,8 %), Guainía (27,3 %) y Vichada (26,6 %), junto con los otros departamentos de la Amazonía y Orinoquía: Amazonas (24,66 %), Guaviare (24,56 %), Arauca (24,16 %), Casanare (23,24 %) y Meta (22,31 %).

Estos datos justifican el interés y la necesidad de indagar sobre los dispositivos, redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea más usadas y los fines de tales usos, por parte de los jóvenes, si se toma en cuenta la importancia de la internet y los dispositivos tecnológicos para la comunicación en estos tiempos, tanto para los procesos educativos, como para el trabajo, estar informados y el ocio.

Metodología

Esta investigación es de enfoque cuantitativo de alcance exploratorio-descriptivo y de diseño transversal.

Población y muestra

Según cifras del Sistema Nacional de Información en Juventud y Adolescencia de Colombia (2021), para el 2020 en el país se contaban 12'672.168 jóvenes entre los quince y los veintiocho años que representaban el 25,9 % del total de la población. Para el caso de los departamentos que hacen parte de este estudio, la distribución de la población joven se indica en la siguiente tabla (tabla 3).

Tabla 3. Distribución de la población joven de siete departamentos de la Amazonía y Orinoquía Colombiana para el año 2020

<i>Departamento</i>	<i>Población joven</i>	<i>% respecto al total de la población</i>
Amazonas	21.874	0,17
Arauca	81.686	0,64
Casanare	116.057	0,92
Guainía	15.278	0,12
Guaviare	23.897	0,19
Meta	272.228	2,15
Vichada	33.584	0,26
Total	564.604	4,45

Fuente: elaboración propia

Para conocer el tamaño óptimo de la muestra se empleó la fórmula para población finita y se obtuvo una muestra de $n = 471$, con un nivel de confianza del 97 % y un margen de error del 5 %. Debido a que los tamaños de los estratos mostraron una importante variación ente sí, se empleó la técnica de muestreo estratificado con afijación proporcional (Portela y Villeta, 2007). El tamaño de la muestra de cada estrato se obtuvo mediante la calculadora en Excel de libre acceso, diseñada por la Universidad de Granada (tabla 4).

Tabla 4. Distribución de la muestra según los departamentos que hacen parte del estudio

<i>Departamento</i>	<i>No. sujetos en el estrato</i>	<i>Proporción</i>	<i>Muestra del estrato</i>
Amazonas	21.874	3,9	18
Arauca	81.686	14,5	68
Casanare	116.057	20,6	97
Guainía	15.278	2,7	13
Guaviare	23.897	4,2	20
Meta	272.228	48,2	227
Vichada	33.584	5,9	28
Total	564.604	100 %	471

Fuente: elaboración propia.

Si bien el cálculo sugiere una muestra de cuatrocientos setenta y un jóvenes, se decidió agregar cuarenta y nueve para completar quinientos veinte participantes, esto por si se requería descartar algunos cuestionarios por sesgo en las respuestas y por si algunos informantes decidían abandonar la entrevista sin completar la información solicitada.

La selección de los sujetos se hizo mediante muestreo no probabilístico, de tipo accidental, según los siguientes criterios de inclusión: jóvenes entre catorce y veintiocho años², de ambos sexos, residentes en los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Meta y Vichada; que dieran su consentimiento —en el caso de los mayores de edad—, disentimiento y aprobación de los padres —en los casos de los menores de edad— y completarán el reporte con la información solicitada.

En el proceso de recolección de la información se realizó entre octubre de 2019 y marzo de 2020. En este participaron estudiantes del semillero de Investigación Sikuaní, de la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), sede Acacías, así como docentes y estudiantes del Sistema de Servicio Social Unadista (Sissu), residentes en los siete departamentos de Colombia considerados para el estudio y donde la UNAD tiene sede. Tanto estudiantes como docentes recibieron una capacitación por parte del equipo investigador, sobre el manejo del instrumento y la forma de abordaje a los participantes.

Técnicas e instrumento

Para la recolección de la información se aplicó un instrumento *ad hoc* tipo cuestionario, diseñado por los autores, con base en la revisión de literatura sobre redes sociales y sus usos, como también sobre aspectos metodológicos para la construcción y validación de instrumentos.

El instrumento contempla una lista con las once redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea más conocidas y empleadas en Colombia, según Digital 2019 Global Overview Report, Colombia (We Are Social–Hootsuite, 2019), para que los jóvenes respondieran con qué frecuencia las utilizan; estos ítems se acompañaron de cinco opciones de respuesta que son: una vez al mes, cada dos o tres semanas, una o dos veces a la semana, cuatro o cinco veces a la semana y diariamente. Se incluyeron seis ítems que indagan sobre la finalidad de uso de las redes sociales y aplicaciones —académica, política, económica, social, ocio/diversión y estar informado—; estos ítems se acompañan de cinco opciones de respuesta que son: nunca (1), rara vez (2), ocasionalmente (3), frecuentemente (4) y muy frecuentemente (5). Se incluyeron, además, un ítem referido a los dispositivos más utilizados para acceder a internet y siete sobre aspectos sociodemográficos.

El instrumento fue sometido a prueba de validación mediante juicio de expertos metodológicos y disciplinares, y sometido a prueba de confiabilidad mediante el estadístico alfa de Cronbach, para lo cual solo se incluyeron las respuestas referidas a la frecuencia y finalidad de uso de las redes sociales.

2 De catorce a veintiocho es el rango de edades que conforman el grupo etario de jóvenes, según el parámetro establecido por el Estatuto de Ciudadanía Juvenil, expedido por el Congreso de la República mediante la Ley Estatutaria 1885 (2018).

Procedimiento y análisis de datos

Para el análisis de los datos obtenidos se empleó el software SPSS v. 20. Inicialmente se realizó un análisis mediante estadística descriptiva para establecer frecuencias, porcentajes, medias y desviación estándar. Y para confirmar diferencias entre grupos, se utilizaron las pruebas no paramétricas la U de Mann-Whitney y la de Kruskal-Wallis.

Consideraciones éticas

La investigación no representó ningún riesgo físico, psicológico ni social para los jóvenes participantes, según lo establecido en la Resolución 8430 (1993) del Ministerio de Salud. Los entrevistadores entregaron a cada participante y a los padres o acudientes de los menores de edad, una invitación a hacer parte del estudio, se les explicó sobre el propósito y alcances. A quienes aceptaron participar, se les solicitó su consentimiento, garantizándoles la confidencialidad de los resultados y la protección de su identidad. Se aclaró que cada participante estaba en libertad de abandonar el estudio en el momento que considerara sin generar objeción o perjuicio alguno.

Resultados

Caracterización de los participantes

De los quinientos veinte jóvenes que participaron en el estudio, dos no completaron el cuestionario y dos mostraron tendencia a marcar la misma opción de respuesta o responder de forma automática. Por tanto, cuatro sujetos fueron desestimados para el análisis, obteniéndose así una muestra de quinientos dieciséis jóvenes: trescientos cuarenta y un (66 %) mujeres y ciento setenta y cinco (34 %) hombres (tabla 5).

Tabla 5. Distribución de los jóvenes participantes según departamentos de la Amazonía y Orinoquía colombiana

Departamento	Frecuencia	Porcentaje
Meta	193	37,4
Casanare	202	39,1
Guaviare	48	9,3
Amazonas	24	4,7
Vichada	6	1,2
Guainía	29	5,6
Arauca	14	2,7
Total	516	100,0

Fuente: elaboración propia

Al indagar sobre el estado civil, el 81 % informaron estar solteros, 14 % en unión libre, 5 % casados y 0,4 % viudos. Y si actualmente cursaban estudios, cuatrocientos setenta y dos (91,5 %) respondieron afirmativamente y cuarenta y cuatro (8,5 %) respondieron que no estudiaban al momento de la entrevista. En cuanto a la distribución por edades, participaron ciento cuarenta y tres (27,7 %) jóvenes en edades de catorce a diecisiete años, ciento sesenta y dos (31,4 %) en edades de dieciocho a veintidós años y doscientos once (40,9 %) en edades de veintitrés a veintiocho años.

Otro aspecto de interés para el estudio es el estrato socioeconómico y el nivel de escolaridad de los participantes. Sobre lo primero se encontró que doscientos cincuenta y tres (49 %) jóvenes pertenecen al estrato uno, doscientos uno (39 %) se ubican en el estrato dos, sesenta jóvenes (11,6 %) en el estrato tres y dos participantes (0,4 %) en el estrato cuatro. En lo que tiene que ver con el nivel de formación, se observa en la tabla 6 que la mayoría de los entrevistados al momento de la entrevista, cursaban estudios universitarios y de bachillerato.

Tabla 6. Nivel de formación de los participantes

<i>Nivel formación</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Primaria	6	1.2
Bachillerato	157	30.4
Técnico	48	9.3
Tecnólogo	45	8.7
Profesional	205	39.7
Posgrado	11	2.1
Sin estudios	44	8.5
Total	516	100.0

Fuente: elaboración propia

Prueba de confiabilidad del instrumento

Al aplicar el método de consistencia interna para estimar la fiabilidad del instrumento se obtuvo un alfa de Cronbach de 0,78, que indica una adecuada consistencia interna de los ítems.

Dispositivos utilizados para acceder a las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea

En lo que respecta a los dispositivos para acceder a medios digitales y aplicaciones de mensajería instantánea, los más utilizados son el teléfono móvil (66 %), el computador portátil (16,7 %), el computador de escritorio (15,7 %). Solo ocho personas (1,6 %) manifestaron conectarse a redes sociales a través de tabletas.

Frecuencia de uso de las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea

Del total de participantes, trescientos cuarenta y seis (67,1 %) reportan que acceden diariamente a las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea, ciento veintiséis (24,4 %) manifestaron que acceden cuatro o cinco veces a la semana, treinta y cuatro (6,6 %) lo hacen una o dos veces a la semana, seis participantes (1,2 %) reportaron que ingresan cada dos o tres semanas, en tanto que cuatro jóvenes (0,8 %) lo hacen una vez al mes.

Sobre la frecuencia de acceso a las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea en relación con el departamento, los hallazgos indican que los jóvenes que más las consultan son los de Guainía ($\bar{x} = 4,97$, $\sigma = 0,19$), seguidos por los del Guaviare ($\bar{x} = 4,65$, $\sigma = 0,67$) y Amazonas ($\bar{x} = 4,62$, $\sigma = 0,711$); los que menos acceden a estos sitios son los de Vichada ($\bar{x} = 4,50$, $\sigma = 0,55$), Arauca ($\bar{x} = 4,50$, $\sigma = 1,09$) y Meta ($\bar{x} = 4,51$, $\sigma = 0,75$). La prueba no paramétrica de Kruskal-Wallis indica diferencias estadísticamente significativas entre los grupos, en cuanto a la frecuencia de consulta de las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea ($X^2 = 15,173$; gl = 6; $p = 0,019$).

En relación con el sexo, se encontró que las mujeres acceden con mayor frecuencia que los hombres ($\bar{x} = 4,57$, $\sigma = 0,73$ vs $\bar{x} = 4,54$, $\sigma = 0,74$), sin diferencias estadísticamente significativas ($p = 0,675$).

La comparación en función de la edad muestra que los jóvenes que acceden con mayor frecuencia son los que se ubican en el rango de dieciocho a veintidós años ($\bar{x} = 4,65$, $\sigma = 0,62$), seguidos de los que tienen veintitrés a veintiocho años ($\bar{x} = 4,61$, $\sigma = 0,76$) y por último los de catorce a diecisiete años ($\bar{x} = 4,38$, $\sigma = 0,80$). Los resultados de la prueba de Kruskal-Wallis indican diferencias estadísticamente significativas ($X^2 = 15,085$; gl = 2; $p = 0,001$). Las pruebas *post-hoc* mostraron dos subgrupos, uno conformado por jóvenes de catorce a diecisiete años y el otro con el resto de los integrantes de la muestra.

En relación con el nivel de formación académica, los resultados indican que quienes más frecuentan las redes sociales son los jóvenes que realizan o han culminado estudios de posgrado ($\bar{x} = 5,00$, $\sigma = 0,00$), formación técnica ($\bar{x} = 4,83$, $\sigma = 0,63$) y profesional ($\bar{x} = 4,65$, $\sigma = 0,58$). Mientras que los que menos frecuentan son los que reportaron formación primaria ($\bar{x} = 3,67$, $\sigma = 1,75$) y los bachilleres ($\bar{x} = 4,36$, $\sigma = 0,82$). La prueba no paramétrica de Kruskal-Wallis mostró diferencias estadísticamente significativas entre los grupos ($X^2 = 32,629$; gl = 6; $p = 0,000$). Las pruebas *post-hoc* arrojaron dos subgrupos: uno conformado por los jóvenes con formación primaria y el otro grupo con el resto de los integrantes de la muestra.

En cuanto a las redes sociales y aplicaciones más consultadas por los jóvenes, están WhatsApp, Facebook, YouTube e Instagram. Las menos consultadas son LinkedIn, WeChat, Blogger, Twitter y Snapchat (tabla 7).

Tabla 7. Redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea más usadas por los jóvenes

Redes sociales	Frecuencia de uso (%)				
	Una vez al mes	Cada dos o tres semanas	Una o dos veces a la semana	Cuatro o cinco veces a la semana	Diariamente
WhatsApp	0,8	1,2	6,8	25,2	66,1
Skype	35,1	26	22,3	11,4	5,2
Facebook	2,1	6,0	16,7	29,5	45,7
Instagram	21,3	15,7	22,7	20,9	19,4
YouTube	3,1	8,9	23,4	33,5	31
Blogger	71,9	15,3	7,8	4,1	1,0
LinkedIn	74,4	13,8	9,7	1,7	0,4
WeChat	79,8	11	7,2	1,6	0,4
Twitter	61	17,6	13,8	5,8	1,7
Google	22,9	13,6	18,6	22,7	22,3
Snapchat	60,7	16,9	9,9	6,4	6,2

Fuente: elaboración propia.

Al analizar las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea más utilizadas por los jóvenes según el departamento de ubicación, se observa que WhatsApp es la aplicación de mensajería más utilizada en estos departamentos, destacándose Guainía y Guaviare. En tanto que Facebook la emplean más en Amazonas; Instagram en Vichada; y YouTube y Google en Guaviare (tabla 8).

Tabla 8. Redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea más usadas en cada departamento.

Departamento	Meta	Casanare	Guaviare	Amazonas	Vichada	Guainía	Arauca
WhatsApp	Media	4,49	4,51	4,65	4,62	4,50	4,50
	Desv. típ.	,758	,755	,668	,711	,548	1,092
Skype	Media	2,36	2,34	1,79	2,17	2,00	2,00
	Desv. típ.	1,156	1,220	1,010	1,494	,632	,784
Facebook	Media	3,92	4,20	4,17	4,50	4,17	4,07
	Desv. típ.	1,065	,953	1,018	,834	,983	1,141
Instagram	Media	3,11	3,16	2,81	2,17	3,67	3,50
	Desv. típ.	1,336	1,409	1,394	1,049	1,366	1,345

Departamento		Meta	Casanare	Guaviare	Amazonas	Vichada	Guainía	Arauca
YouTube	Media	3,85	3,78	4,19	3,37	3,50	3,41	3,79
	Desv. típ.	,963	1,107	,915	1,096	,837	1,402	1,311
Blogger	Media	1,45	1,61	1,46	1,13	1,17	1,07	1,29
	Desv. típ.	,889	,973	,798	,448	,408	,258	,469
LinkedIn	Media	1,42	1,43	1,48	1,13	1,50	1,10	1,36
	Desv. típ.	,814	,778	,875	,338	,837	,310	,497
WeChat	Media	1,27	1,36	1,60	1,08	1,00	1,14	1,29
	Desv. típ.	,637	,714	1,106	,408	,000	,351	,611
Twitter	Media	1,83	1,63	1,83	1,38	1,00	1,59	1,36
	Desv. típ.	1,121	,985	,953	,647	,000	1,086	,633
Google	Media	3,13	2,97	3,60	3,08	3,17	2,83	2,71
	Desv. típ.	1,447	1,559	1,250	1,501	1,722	1,197	1,383
Snapchat	Media	1,93	1,72	1,77	2,42	1,67	1,38	1,43
	Desv. típ.	1,281	1,135	1,115	1,767	,816	,979	,852

Fuente: elaboración propia

En relación con el género, se encontró que las mujeres emplean más que los hombres, WhatsApp ($\bar{x}= 4,57$, $\sigma = 0,72$), Facebook ($\bar{x}= 4,13$, $\sigma = 1,03$), Instagram ($\bar{x}= 3,10$, $\sigma = 0,77$) y Google ($\bar{x}= 3,22$, $\sigma = 1,47$); mientras que los hombres utilizan más que las mujeres, YouTube ($\bar{x}= 3,84$, $\sigma = 1,01$). La prueba no paramétrica de la U de Mann-Whitney solo mostró diferencias significativas entre las medianas de los dos grupos en la red social de Google ($p = 0,002$).

En relación con la edad, se encontró que la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp es más utilizada por los jóvenes de veintitrés a veintiocho años ($\bar{x}= 4,62$, $\sigma = 0,75$) y menos utilizada por los de catorce a diecisiete años ($\bar{x}= 4,38$, $\sigma = 0,79$), con diferencias estadísticamente significativas entre los grupos ($X^2 = 14,564$; $gl = 2$; $p = 0,001$). La red social Facebook es mayormente frecuentada por los jóvenes de catorce a diecisiete años ($\bar{x}= 4,27$, $\sigma = 0,96$) y menos por los de dieciocho a veintidós años ($\bar{x}= 3,94$, $\sigma = 1,06$). Se hallaron diferencias estadísticamente significativas entre los grupos ($X^2 = 8,347$; $gl = 2$; $p = 0,015$); YouTube, por su parte, es más utilizada por los jóvenes de catorce a diecisiete años ($\bar{x}= 3,83$, $\sigma = 0,98$) y menos por los de dieciocho a veintidós años ($\bar{x}= 3,77$, $\sigma = 1,013$), sin diferencias significativas entre los grupos; Google, es más empleada por los jóvenes de veintitrés a veintiocho años ($\bar{x} = 3,17$, $\sigma = 1,48$) y menos utilizada por los de dieciocho a veintidós años ($\bar{x}= 2,94$, $\sigma = 1,49$), sin diferencias significativas entre los grupos; por último, la red social Instagram es mayormente consultada por el grupo de catorce a diecisiete años ($\bar{x}= 3,30$,

$\sigma = 1,27$) y menos consultada por los de veintitrés a veintiocho años ($\bar{x} = 2,86$, $\sigma = 1,50$), con diferencias significativas entre los grupos ($X^2 = 8,101$; $gl = 2$; $p = 0,017$).

Los hallazgos indican que, en relación con el nivel de formación académica, la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp es la más utilizada por los jóvenes con posgrado ($\bar{x} = 5,00$, $\sigma = 0,00$), seguidos de los universitarios ($\bar{x} = 4,83$, $\sigma = 0,62$), los tecnólogos ($\bar{x} = 4,60$, $\sigma = 0,62$), los técnicos ($\bar{x} = 4,60$, $\sigma = 0,63$) y los que no reportaron estudios ($\bar{x} = 4,52$, $\sigma = 0,85$); en tanto que los que menos la utilizan son los que cuentan con estudios primarios ($\bar{x} = 3,67$, $\sigma = 1,75$) y bachillerato ($\bar{x} = 4,38$, $\sigma = 0,82$). Se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre los grupos ($X^2 = 29,195$; $gl = 6$; $p = 0,000$). La red social Facebook es más utilizada por los que cuentan con estudios primarios ($\bar{x} = 4,50$, $\sigma = 0,55$), técnicos ($\bar{x} = 4,37$, $\sigma = 1,02$) y los bachilleres ($\bar{x} = 4,30$, $\sigma = 0,88$); los que menos la emplean son los profesionales ($\bar{x} = 3,86$, $\sigma = 1,08$), encontrándose diferencias estadísticamente significativas entre los grupos ($X^2 = 22,930$; $gl = 6$; $p = 0,001$). En tanto que YouTube es más visitada por los jóvenes con posgrado ($\bar{x} = 4,00$, $\sigma = 0,89$), formación técnica ($\bar{x} = 3,98$, $\sigma = 1,14$) y profesional ($\bar{x} = 3,87$, $\sigma = 1,05$); y quienes menos la emplean son los que reportaron formación primaria ($\bar{x} = 3,33$, $\sigma = 1,63$), sin diferencias significativas entre los grupos.

Finalidad del uso de las redes sociales

Al preguntar a los jóvenes sobre la finalidad de acceder a las redes sociales, estos respondieron que muy frecuentemente ingresan a las redes sociales con fines sociales, educativos y por ocio o diversión; y frecuentemente lo hacen con fines educativos, ocio-diversión y fines sociales. También se encontró que una parte de los jóvenes nunca acceden para fines económico y algunas veces por fines políticos (tabla 9).

Tabla 9. Finalidad del uso de las redes sociales

Finalidad	Frecuencia de uso (%)				
	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Educativa	5,4	7,9	19,4	32,4	34,9
Política	23,3	19,0	24,2	21,9	11,6
Económico	29,8	19,2	21,5	21,7	7,8
Social	3,3	9,9	15,7	30	41,1
Ocio / diversión	6,8	11,8	20,9	31	29,5
Estar informado(a)	13,6	16,9	21,3	29,7	18,6

Fuente: elaboración propia

Al comparar las respuestas referidas a la finalidad del uso de las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea, según el departamento de residencia, se

encontró que los jóvenes del Meta y Casanare acceden más con fines sociales y educativos, respectivamente; los de y Guaviare y Amazonas con fines sociales y de ocio; mientras que los jóvenes de Vichada, Guainía y Arauca consultan las redes sociales más que todo con fines educativos (tabla 10).

Tabla 10. Finalidad del uso de las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea según el departamento

Departamento		Fines educativos	Fines políticos	Fines económicos	Fines sociales	Fines de ocio	Estar informado
Meta	Media	3,92	2,96	2,79	4,05	3,63	3,35
	Desv. típ.	1,085	1,336	1,342	1,057	1,193	1,216
Casanare	Media	3,73	2,85	2,66	3,89	3,60	3,26
	Desv. típ.	1,168	1,245	1,288	1,128	1,194	1,267
Guaviare	Media	3,54	2,56	2,35	4,04	4,00	3,42
	Desv. típ.	1,184	1,367	1,407	1,071	1,149	1,350
Amazonas	Media	3,79	2,67	2,13	4,50	3,96	2,92
	Desv. típ.	1,318	1,435	1,116	,722	1,042	1,613
Vichada	Media	4,33	2,33	2,50	3,83	3,50	3,50
	Desv. típ.	,816	1,211	1,517	1,472	1,049	1,049
Guainía	Media	4,38	1,79	1,41	3,34	3,24	2,24
	Desv. típ.	1,115	1,373	,780	1,471	1,405	1,504
Arauca	Media	3,86	3,00	2,64	3,79	3,71	2,93
	Desv. típ.	1,231	1,240	,929	1,251	1,590	1,207
Total	Media	3,83	2,80	2,58	3,96	3,65	3,23
	Desv. típ.	1,150	1,329	1,320	1,123	1,210	1,305

Fuente: elaboración propia

En cuanto a la comparación según el sexo de los participantes, se observa que las mujeres acceden más que los hombres por fines académicos ($\bar{x}= 3,91, \sigma = 1,17$ vs $\bar{x}= 3,69, \sigma = 1,10$) y para estar informadas ($\bar{x}= 3,25, \sigma = 1,31$ vs $\bar{x}= 3,19, \sigma = 1,28$); mientras que los hombres acceden más que las mujeres por fines políticos ($\bar{x}= 2,81, \sigma = 1,26$ vs $\bar{x}= 2,79, \sigma = 1,36$), económicos ($\bar{x}= 2,59, \sigma = 1,27$ vs $\bar{x}= 2,58, \sigma = 1,34$), sociales ($\bar{x}= 3,99, \sigma = 1,10$ vs $\bar{x}= 3,94, \sigma = 1,14$) y ocio ($\bar{x}= 3,77, \sigma = 1,14$ vs $\bar{x}= 3,58, \sigma = 1,24$). Aunque la prueba de la U de Mann-Whitney arrojó que solo para el caso de los fines académicos, existen diferencias estadísticamente significativas entre los dos grupos ($p = 0,010$).

Por otra parte, la comparación de los fines de uso a las redes sociales en función de las edades mostró que los jóvenes de catorce a diecisiete años acceden más que los otros grupos, para fines sociales ($\bar{x}= 4,10, \sigma = 1,05$) y ocio ($\bar{x}= 3,97, \sigma =$

1,06); los jóvenes de dieciocho a veintidós años acceden más que los demás grupos, para fines académicos ($\bar{x} = 3,90, \sigma = 1,13$); mientras que los de edades de veintitrés a veintiocho años acceden más que los otros jóvenes, para fines políticos ($\bar{x} = 2,85, \sigma = 1,33$) y económicos ($\bar{x} = 2,82, \sigma = 1,33$).

También se hizo la comparación de la finalidad del uso de las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea según el nivel de formación. Se encontró que quienes más las usan para fines académicos son los jóvenes con formación posgradual ($\bar{x} = 4,27, \sigma = 0,65$), seguidos de los que reportaron formación técnica ($\bar{x} = 4,04, \sigma = 1,11$), tecnológica ($\bar{x} = 4,04, \sigma = 1,17$) y profesional ($\bar{x} = 4,03, \sigma = 1,03$), respectivamente. Para fines políticos, los jóvenes que más las usan son los que tienen formación posgradual ($\bar{x} = 3,36, \sigma = 1,36$), profesional ($\bar{x} = 2,95, \sigma = 1,29$), tecnológica ($\bar{x} = 2,73, \sigma = 1,27$) y bachillerato ($\bar{x} = 2,72, \sigma = 1,34$), respectivamente. Para fines económicos, se destacan los que tienen formación primaria ($\bar{x} = 3,17, \sigma = 1,17$), profesional ($\bar{x} = 2,82, \sigma = 1,31$) y tecnológica ($\bar{x} = 2,78, \sigma = 1,35$). Para fines sociales, quienes más emplean las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea son los que reportaron formación primaria ($\bar{x} = 4,50, \sigma = 0,55$), técnica ($\bar{x} = 4,19, \sigma = 1,00$), bachillerato ($\bar{x} = 4,09, \sigma = 1,08$) y quienes indicaron no tener estudios ($\bar{x} = 3,86, \sigma = 1,09$). Quienes reportaron que más acceden para fines de ocio son los que tienen estudios primarios ($\bar{x} = 4,67, \sigma = 0,51$), técnicos ($\bar{x} = 3,98, \sigma = 1,18$), bachillerato ($\bar{x} = 3,89, \sigma = 1,07$), posgrado ($\bar{x} = 3,91, \sigma = 1,14$) y los que no realizaron estudios ($\bar{x} = 3,82, \sigma = 1,24$). Y con la finalidad de estar informados, los jóvenes que más acceden a las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea son los que reportaron estudios de posgrado ($\bar{x} = 4,18, \sigma = 1,08$), profesional ($\bar{x} = 3,67, \sigma = 1,18$) y primaria ($\bar{x} = 3,53, \sigma = 1,51$).

Análisis correlacional

Al correlacionar las variables nivel de formación y frecuencia de consulta de las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea, mediante el estadístico Rho de Spearman, se encontró una relación lineal estadísticamente significativa al nivel 0,01, débil y directamente proporcional, entre las dos variables ($r_s = 0,139, p = 0,002$) (tabla 11).

Tabla 11. Correlación entre nivel de formación y frecuencia de consulta

Rho de Spearman		1	2
Nivel de formación	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)		
Frecuencia de consulta	Coeficiente de correlación	.139**	-
	Sig. (bilateral)	.002	-

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, se encontró una relación estadísticamente significativa entre la variable nivel formación y el uso de las redes sociales con fines académicos ($r_s = 0,236$, $p = 0,000$), políticos ($r_s = 0,115$, $p = 0,009$), económicos ($r_s = 0,142$, $p = 0,001$) y para estar informado ($r_s = 0,174$, $p = 0,000$); mientras que mostró relación significativa negativa con los fines de ocio/diversión ($r_s = -0,186$, $p = 0,000$) (tabla 12).

Tabla 12. Correlación entre nivel de formación y los fines de consulta

Rho de Spearman		1	2	3	4	5	6	7
Nivel de formación	Coefficiente de correlación							
	Sig. (bilateral)							
Fines educativos	Coefficiente de correlación	,236**						
	Sig. (bilateral)	,000						
Fines políticos	Coefficiente de correlación	,115**	,155**					
	Sig. (bilateral)	,009	,000					
Fines económicos	Coefficiente de correlación	,142**	,152**	,446**				
	Sig. (bilateral)	,001	,001	,000				
Fines sociales	Coefficiente de correlación	-,054	,053	,077	,077			
	Sig. (bilateral)	,219	,234	,079	,079			
Fines de ocio	Coefficiente de correlación	-,186**	-,052	,097*	,012	,437**		
	Sig. (bilateral)	,000	,234	,027	,778	,000		
Estar informado	Coefficiente de correlación	,174**	,203**	,309**	,412**	,100*	,195**	-
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,023	,000	-

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: elaboración propia.

Asimismo, la variable edad mostró una relación estadísticamente significativa positiva con el uso de las redes sociales para fines económicos ($r_s = 0,205$, $p = 0,000$) y estar informado ($r_s = 0,211$, $p = 0,000$); en tanto que se encontró relación estadísticamente significativa e inversamente proporcional con los fines de ocio-diversión ($r_s = -0,100$, $p = 0,023$) (tabla 13).

Tabla 13. Correlación entre edad y los fines de consulta

Rho de Spearman		1	2	3	4	5	6	7
Edad	Coefficiente de correlación							
	Sig. (bilateral)							
Fines educativos	Coefficiente de correlación	-,009						
	Sig. (bilateral)	,836						

<i>Rho de Spearman</i>		1	2	3	4	5	6	7
Fines políticos	Coeficiente de correlación	-,004	,155**					
	Sig. (bilateral)	,925	,000					
Fines económicos	Coeficiente de correlación	,205**	,152**	,446**				
	Sig. (bilateral)	,000	,001	,000				
Fines sociales	Coeficiente de correlación	-,025	,053	,077	,077			
	Sig. (bilateral)	,564	,234	,079	,079			
Fines de ocio	Coeficiente de correlación	-,100*	-,052	,097*	,012	,437**		
	Sig. (bilateral)	,023	,234	,027	,778	,000		
Estar informado	Coeficiente de correlación	,211**	,203**	,309**	,412**	,100*	,195**	
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,023	,000	

* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: elaboración propia.

Mientras que la variable estrato socioeconómico solo mostró relación estadísticamente significativa positiva con el uso de las redes sociales para fines sociales ($r_s = 0,103, p = 0,019$) (tabla 14).

Tabla 14. Correlación entre estrato socioeconómico y los fines de consulta

<i>Rho de Spearman</i>		1	2	3	4	5	6	7
Estrato	Coeficiente de correlación							
	Sig. (bilateral)							
Fines educativos	Coeficiente de correlación	-,042						
	Sig. (bilateral)	,345						
Fines políticos	Coeficiente de correlación	,068	,155**					
	Sig. (bilateral)	,120	,000					
Fines económicos	Coeficiente de correlación	-,060	,152**	,446**				
	Sig. (bilateral)	,171	,001	,000				
Fines sociales	Coeficiente de correlación	,103*	,053	,077	,077			
	Sig. (bilateral)	,019	,234	,079	,079			
Fines de ocio	Coeficiente de correlación	,064	-,052	,097*	,012	,437**		
	Sig. (bilateral)	,147	,234	,027	,778	,000		
Estar informado	Coeficiente de correlación	,007	,203**	,309**	,412**	,100*	,195**	
	Sig. (bilateral)	,871	,000	,000	,000	,023	,000	

* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: elaboración propia.

Discusión y conclusiones

El uso cada vez mayor de los dispositivos móviles obedece a factores asociados con la practicidad y facilidad para el acceso a las redes sociales desde cualquier lugar, y por las posibilidades que ofrecen los teléfonos inteligentes o *smartphone* y dispositivos portátiles, considerados por los jóvenes como elementos de uso personal (Pastor Ruiz et al., 2019; Díaz-Vicario et al., 2019).

Los datos reportados por los jóvenes de la Amazonía y Orinoquía Colombiana indican que la mayoría de ellos utilizan diariamente las aplicaciones de mensajería instantánea y las redes sociales. Este uso significativo coincide con lo reportado por Villanti et al. (2017), quienes identificaron un acceso frecuente a las redes sociales por parte de los jóvenes de dieciocho a veinticuatro años.

Si bien la mayoría de los jóvenes que participaron en el estudio manifestaron que acceden diariamente a las redes sociales, no se pueden desconocer las dificultades que tienen las comunidades de la Amazonía y Orinoquía Colombiana para acceder a estas tecnologías. En esta parte del país es amplia la brecha digital en cuanto a la cobertura en la conectividad a internet (Buelvas et al., 2020). Esto es ratificado por MinTic (2020b) en un informe que ubica a la mayoría de los departamentos tomados en cuenta para este estudio entre los más rezagados del país.

Sin embargo, hay que reconocer que si bien estos jóvenes se ubican en estratos uno y dos, muchos tienen la posibilidad de acceso a las redes sociales gracias al proyecto gubernamental Kioscos Vive Digital³, aunque esta iniciativa no logra satisfacer plenamente la demanda de conectividad a internet en las zonas rurales. Por tanto, los hogares hacen esfuerzos para proveerse de recursos y servicios tecnológicos para el acceso a la información, al conocimiento y a lo que algunos autores denominan ocio digital, es decir, las actividades de ocio mediadas por tecnologías digitales (Unás, 2019), entre las que se destaca navegar e interactuar por las distintas redes sociales.

La relación entre nivel de formación y frecuencia de consulta de las redes sociales indican que los jóvenes universitarios y con estudios de postgrado frecuentan en mayor medida estos medios, lo cual puede deberse a las posibilidades de acceso a un teléfono inteligente que facilita la búsqueda e intercambio de información académica (Villanti et al., 2017).

Se podría decir que la preferencia de uso de una determinada red social puede estar relacionada con el interés o motivo de consulta. Al respecto, García-Jiménez et al. (2020) deducen que el uso de determinada red social o aplicación de mensajería instantánea se relaciona con el tipo de usuario y la finalidad de acceso a estas aplicaciones.

3 Son puntos de conexión redes WiFi ubicados en instituciones educativas, parques y otros sitios públicos.

Facebook puntuó como una de las más populares entre esta población, lo que puede deberse al hecho de que esta red social permite relacionarse con pares, conformar grupos, interactuar con familiares y amigos en un ambiente informal, donde comentan y comparten información audiovisual de vivencias cotidianas (Villanti et al., 2017). Además, por su facilidad de navegación (Ezumah, 2013).

Con respecto a YouTube, resultó ser la segunda red social más usada por los jóvenes, pese a que su acceso se hace desde otras redes y sitios, mediante un enlace que lleva a la fuente original. Una de las razones del uso frecuente de YouTube se relaciona con aspectos educativos y laborales (Andrade-Vargas et al., 2021).

En cuanto a las aplicaciones de mensajería instantánea más usadas por los jóvenes se encuentra WhatsApp, incluso con mayor frecuencia que las redes sociales. Este hallazgo coincide con lo reportado por García-Jiménez et al. (2020), quienes, además, identificaron un alto grado de interacción con esta aplicación y, así mismo, el grado de interconexión social que continuamente evidencian los jóvenes. Esta preferencia por WhatsApp de los jóvenes, especialmente los de veintitrés a veintiocho años, con fines económicos y estar informado, esto puede deberse a que esta aplicación facilita la comunicación oral y escrita, además del intercambio de archivos multimedia de forma instantánea. A diferencia de los más jóvenes, quienes tienden ser más proclives al uso de Facebook con fines de ocio y diversión; en el caso de la finalidad económica, puede estar relacionada con la búsqueda de empleo o la venta de productos.

Las redes sociales se han incorporado cada vez más en la vida de los jóvenes, convirtiéndose en el espacio idóneo para el intercambio de información y conocimiento. Los datos obtenidos muestran un uso significativo para fines educativos, por encima de los fines sociales y de diversión. Esto contradice lo encontrado por Gómez-Aguilar et al. (2012), quienes observaron en población similar el limitado uso de las redes sociales para estos fines. Los hallazgos aquí obtenidos pueden deberse a que los *smartphones* son el único medio de consulta que tienen los jóvenes de la Amazonía y Orinoquía para realizar sus actividades académicas. Estos dispositivos son aprovechados por los jóvenes para el intercambio de información académica, tal como lo ratifican Buevas et al. (2020), en investigación realizada en la Amazonía Colombiana.

La correlación entre edad y uso de las redes sociales sugiere que a mayor edad el interés por las redes sociales se relaciona con temas económicos y el estar informado, mientras que los más jóvenes con interés de interactuar con amigos, familiares y entretenimiento, tal como lo indica Pastor Ruiz et al. (2019). La edad parece ser uno de los factores que influye en la finalidad de uso de las redes sociales (Vizcaíno-Laorga et al., 2019).

Dar cuenta del uso y finalidad de las redes sociales en jóvenes según el sexo contribuye a avanzar en el análisis de la brecha digital según género. Al respecto, en el presente estudio se encontró que las mujeres acceden a las redes sociales, especialmente con fines académicos e informativo, mientras que los hombres por fines políticos, económicos, sociales y ocio. En tal sentido, Valencia-Ortíz et al. (2020) subrayan la importancia de que las mujeres cada vez ganen más espacios en las redes sociales, lo que aporta a la disminución de la brecha digital en cuanto a género.

En un informe de ONU Mujeres, DANE y la CPEM (2020), En un informe de ONU Mujeres, DANE y la CPEM (2020), se indica que la ubicación del mayor número de mujeres jóvenes entre veintidós y veintiséis años, residen en los departamentos de Vaupés, Guainía y Amazonas, lo que podría significar un escenario para estudios sobre brecha digital de género, desigualdades en procesos formativos, de participación y toma decisiones.

En cuanto a la finalidad del uso de las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea según el nivel de formación académica, los resultados indican que los jóvenes que más consultan por fines académicos se encuentran en formación posgradual, en formación técnica, tecnológica y profesional, respectivamente. Lo que puede significar que, a mayor nivel de formación, los jóvenes dan un uso más académico o educativo a las redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea y menos con fines de ocio y diversión.

Lo anterior coincide con los hallazgos de González-Andrío et al. (2020), quienes dan cuenta de la perspectiva que tienen los jóvenes profesionales respecto a la finalidad que pueden dar a las redes sociales, esto es, en temas relacionados con el conocimiento, la academia y la política. Mientras que la perspectiva de los jóvenes que cursan bachillerato, formación técnica y aquellos que no realizaron estudios, se relaciona con lo social y el ocio.

Los resultados invitan a seguir avanzando en el conocimiento sobre aspectos relacionados con la accesibilidad a los medios digitales de información, sobre la brecha digital y las concepciones que se tienen de estos medios sociales por parte de los jóvenes, especialmente. Aportan insumos a futuros estudios interdisciplinarios sobre los impactos y potencialidades que pueden tener las redes sociales para la formación de jóvenes, desde un escenario de pedagogía digital.

Por último, se sugiere a otros investigadores replicar este estudio en otras regiones del país para comparar y contribuir a la toma de decisiones de los responsables de garantizar la conectividad, toda vez que con la pandemia quedó en evidencia su importancia para los procesos educativos, laborales, sociales y de ocio, especialmente. Así mismo, se sugiere repetir el estudio en los departamentos de la Amazonía y

Orinoquia Colombiana para analizar las implicaciones e impacto de las redes sociales en periodo pos-pandemia.

Agradecimientos: a los estudiantes del Semillero de Investigación Sikuaní, de la sede Acacías, al ingeniero Ricardo Andrés Mejía, líder del Sistema de Servicio Social Unadista (SISSU) de la UNAD Zona Amazonia Orinoquia y estudiantes del SISSU residentes en los siete departamentos incluidos en el estudio.

Referencias

- Andrade-Vargas, L., Iriarte-Solano, M., Rivera-Rogel, D. y Yunga-Godoy, D. (2021). Jóvenes y redes sociales: entre la democratización del conocimiento y la inequidad digital. (Spanish). *Comunicar*, 29(69), 85-95. <https://doi.org/10.3916/C69-2021-07>
- Ararat, E. (2017). Análisis del uso de las redes sociales en los estudiantes universitarios de San José de Cúcuta-Colombia. *Mundo Fesc*, 7(13), 106-114. <https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/mundofesc/article/view/109>
- Barbosa Trigos, J. F. y Ríos Pacheco, E. F. (2021). Facebook as a Communication Media in Farmers' Organizations in Catatumbo. *Anagramas Rumbos y sentidos de la comunicación*, 20(39), 181-196. <https://doi.org/10.22395/anr.v20n39a8>
- Ballesta, F., Lozano, J., Cerezo, M. y Castillo, I. (2021). Participation in Social Networks by Secondary School Students. *Educación XXI*, 24(1), 1-20. <https://doi.org/10.5944/educxx1.26844>
- Buelvas, J., Díaz-Granados, M., Henao, D., López, J., Osorio, J., Pardo, L. y Peña, C. (2020). Teclados de cartón: Tecnologías, identidad y comunicación entre jóvenes estudiantes de la ENOSIMAR en Mitú (Vaupés), Amazonía colombiana. *Austral Comunicación*, 9(2), 635-675. <https://ojs.austral.edu.ar/index.php/australcomunicacion/article/view/391>
- Castells, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Alianza Editorial.
- Congreso de la República de Colombia. (2018, 1 de marzo). Ley 1885 de 2018. Por la cual se modifica la ley estatutaria 1622 de 2013 y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial n. ° 50.522. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=85540>
- Consejo Privado de Competitividad. (2020). *Informe nacional de competitividad 2020-202*. https://compite.com.co/wp-content/uploads/2020/11/web-CPC_INC_2020_2021_LIBRO_DIGITAL_PAGINAS.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2021). *Indicadores básicos de tenencia y uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC en hogares y personas de 5 y más años de edad*. DANE [Boletín técnico]. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/tic/bol_tic_hogares_2019.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2020). *Panorama sociodemográfico de la juventud en Colombia: ¿Quiénes son, qué hacen y cómo se sienten en el contexto actual?* <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/genero/informes/informe-panorama-sociodemografico-juventud-en-colombia.pdf>

- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer (CPEM), ONU Mujeres. (2020). *Mujeres y hombres: brechas de género en Colombia*. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/genero/publicaciones/mujeres-y-hombre-brechas-de-genero-colombia-informe.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación (DNP). (2019). *Plan Nacional de Desarrollo 2018 – 2022: Pacto por Colombia, pacto por la equidad*. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/PND-Pacto-por-Colombia-pacto-por-la-equidad-2018-2022.pdf>
- Díaz-Vicario, A., Mercader, C. y Gairín, J. (2019). Uso problemático de las TIC en adolescentes. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 21, 1-11. <https://doi.org/10.24320/redie.2019.21.e07.1882>
- Ezumah, B. (2013). College Students' Use of Social Media: Site Preferences, Uses and Gratifications Theory Revisited. *International journal of business and social science*, 4(5).
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef). (2017). *Estado mundial de la infancia 2017 - Niños en Mundo Digital*. <https://www.unicef.org/media/48611/file>
- García-Jiménez, A., López-de-Ayala López, M. C. y Montes-Vozmediano, M. (2020). Características y percepciones sobre el uso de las plataformas de redes sociales y dispositivos tecnológicos por parte de los adolescentes. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 25(48), 269-286.
- Gómez, D., Alvarado, R., Martínez, M. y Díaz de León, C. (2018). La brecha digital: una revisión conceptual y aportaciones metodológicas para su estudio en México. *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 6(16), 49-64. <http://dx.doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2018.16.62611>
- Gómez-Aguilar, M., Roses-Campos, S. y Farias-Batlle, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Comunicar*, 38(XIX), 131-138. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-03-04>
- González-Andrío, R., Bernal, C. y Palomero, I. (2020). Uso de las redes sociales entre los jóvenes y ciudadanía digital: análisis tras la COVID-19. *Revista de Investigación en Didáctica de las Ciencias Sociales*, (7), 64-81. <https://doi.org/10.17398/2531-0968.07.64>
- Marín, B. y Cruz, L. (2021). La apropiación social de tecnologías móviles, una oportunidad para la formación ciudadana. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 20(39), 157-180. <https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/3794>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTic). (2020a). *Brecha Digital Regional*. <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/5467:Brecha-Digital>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (MinTic). (2020b). *Índice de brecha digital regional 2020. MicTIC*. <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-article-162387.html>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTic). (2021). *Boletín Trimestral Cifras Primer Trimestre de 2021*. https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-178487_archivo_pdf.pdf
- Ministerio de Salud. (1993, 4 de octubre). Resolución 8430 de 1993. *Por la cual se establecen las normas científicas, técnicas y administrativas para la investigación en salud*. Ministerio de Salud de Colombia.

- <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/RESOLUCION-8430-DE-1993.PDF>
- Morales, G. y Ortiz, A. (2016). Las interacciones sociales en el mundo virtual. Paradoja de la realidad contemporánea. *Question/Cuestión*, 1(52), 57-73. <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/3469>
- Molina, J. (2018). Las implicaciones de la Brecha Digital para los países en desarrollo: Caso Venezuela. *Sapienza Organizacional*, 5(9), 105-128.
- Nández, G. y Borrego, Á. (2013). Use of Social Networks for Academic Purposes: A Case Study. *The Electronic Library*, 31(6), 781-791. <https://doi.org/10.1108/EL-03-2012-0031>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2012). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://sdgs.un.org/es/goals/goal11>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). (2001). *Understanding the digital divide*. <https://www.oecd.org/sti/1888451.pdf>
- Pastor Ruiz, Y., Martín Nieto, R. y Montes Vozmediano, M. (2019). Patrones de uso, control parental y acceso a la información de los adolescentes en la red. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 995-1012. <https://doi.org/10.5209/esmp.64821>
- Peña, K., Pérez, M. y Rondón, E. (2010). Redes sociales en Internet reflexiones sobre sus posibilidades para el aprendizaje cooperativo y colaborativo. *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*, (16), 173-205.
- Pérez, M., Ortiz, M. y Flores, M. (2015). Redes sociales en Educación y propuestas metodológicas para su estudio. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, 26(50), 188-206.
- Portela, J. y Villeta, M. (2007). *Técnicas de muestreo con SAS. Manual*. Facultad de Estudios Estadísticos; Universidad Complutense de Madrid.
- Ramírez-Ochoa, M., Cázares-Durán, A. y Torres-Ortiz, J. (2018). Sistemas de redes sociales docentes: estudio documental mediante la cartografía conceptual. *Academia Y Virtualidad*, 11(2), 19-37. <https://doi.org/10.18359/ravi.3368>
- Rodríguez, G. (2006). *La Brecha digital y sus determinantes*. Universidad Nacional Autónoma de México. https://ru.iibi.unam.mx/jspsui/bitstream/IIBI_UNAM/L100/1/brecha_digital_y_determinantes.pdf
- Serrano, A. y Martínez, E. (2003). *La brecha digital, Mitos y Realidades*. Editor UABC. http://www.labrechadigital.org/labrecha/LaBrechaDigital_MitosyRealidades.pdf
- Sistema Nacional de Información en Juventud y Adolescencia de Colombia. (2021). *Proyecciones de población jóvenes 14-28 años*. http://obs.colombiajoven.gov.co/Observatorio/Observatorio.aspx?rpt=Buyel7PqAptVw9lwUXO_Fw%3D%3D
- Unás, V. (2019). Ocio digital y agenciamiento del bien-estar: incertidumbre en hogares de clase media. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 18(35), 215-235. <https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/2678>
- Valencia-Ortíz, R., Cabero, J. y Garay, U. (2020). Influencia del género en el uso de redes sociales por el alumnado y profesorado. *Campus Virtuales*, 9(1), 29-39. <http://www.uaajournals.com/campusvirtuales/es/revistaes/numerosanteriores.html?id=248>

- Van Dijk, J. (2006). Digital Divide Research, Achievements and Shortcomings. *Poetics*, 34(4-5), 221-235. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2006.05.004>
- Villanti, A., Johnson, A., Ilakkuvan, V., Jacobs, M., Graham, A. y Rath, J. (2017). Social Media Use and Access to Digital Technology in US Young Adults in 2016. *Journal of medical Internet research*, 19(6). <https://www.jmir.org/2017/6/e196/>
- Vizcaíno-Laorga, R., Catalina-García, B. y López de Ayala-López, M.C. (2019). Participación y compromiso de los jóvenes en el entorno digital. Usos de las redes sociales y percepción de sus consecuencias. *Revista Latina De Comunicación Social*, (74), 554-572. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1345>
- We Are Social-Hootsuite. (2019). *Digital 2019: Colombia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2019-colombia>
- Zuluaga Esquivel, M. (2019). Eafit y TigoUne promueven el uso responsable de las TIC en Colombia. *Revista Universidad EAFIT*, 54(173), 52-59. <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/revista-universidad-eafit/article/view/5735>