

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

Escuela Profesional de Comunicación



**Estudio comparativo de usos y apropiaciones de las redes sociales en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de una universidad pública y otra privada**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**Autores:**

Jhonatan Ariel Moron Michue  
Juan Victor Zuñiga Caceres

**Asesora:**

Mg. Aurora Maritza Bravo Heredia

Lima, marzo de 2026

## DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo Aurora baritza Bravo Heredia docente de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación , de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“Estudio comparativo de usos y apropiaciones de las redes sociales en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de una universidad pública y otra privada”**

de los autores: Jhonatan Ariel Moron Michue y Juan Víctor Zuñiga Caceres, tiene un índice de similitud de 4% verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima a los 21 días del mes de abril del año 2026



Aurora Maritza Bravo Heredia

## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS FORMATO ARTÍCULO

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los **03** días del mes de **marzo** del año **2026** siendo las **08:30** horas, se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del presidente del jurado: **Mtro. José Calsin Molleapaza**; el secretario: **Mg. Romeen Fortunato Aguirre Zambrano**; como vocal: el **Mg. Saul Alejandro Castro Ortega** y la asesora: **Mg. Bravo Heredia Aurora Maritza**, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de tesis formato artículo titulado: **Estudio comparativo de usos y apropiaciones de las redes sociales en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de una universidad pública y otra privada**, de los bachilleres: **Juan Victor Zuñiga Caceres y Jhonatan Ariel Moron Michue**, conducente a la obtención del Título Profesional de Licenciado en **Ciencias de la Comunicación**.

El presidente inició el acto académico de sustentación invitando al candidato a hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por el candidato. Luego se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidatos-(as): **Bach. Juan Victor Zuñiga Caceres y Jhonatan Ariel Moron Michue**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			MÉRITO
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	19	A	Excelente	Excelencia

(\*) Ver parte posterior

Finalmente, el presidente del jurado informa la evaluación final que recibe el candidato y se concluye con el acto académico de sustentación, procediéndose a registrar las firmas respectivas.

### “SUSTENTACIÓN REALIZADA BAJO LA MODADIDAD VIRTUAL SINCRÓNICA”



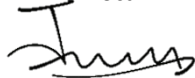
**Mtro. Jose Calsin Molleapaza**  
Presidente



Secretario

**Mg. Saul Alejandro Castro Ortega**

Vocal



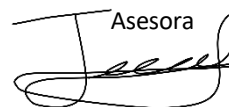
**Juan Victor Zuñiga Caceres**

Candidato (a)



**Mg. Bravo Heredia Aurora Maritza**

Asesora



**Jhonatan Ariel Moron Michue**

Candidato (a)

## **AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIA**

### **Jhonatan Ariel Moron Michue**

Principalmente a Dios por darme su providencia diaria y bendiciones que sin merecer regala constantemente. A mis padres por siempre proveer lo necesario para mi vida, su cuidado desde que vine al mundo y quienes siempre han velado por mi desarrollo profesional. A mis amigos de la infancia, quienes siempre han estado apoyándome: Samuel Cabello, Rodrigo Castillo, Adriana Villanueva y Daniel Espinoza. Y quien siempre cree en mí y me demuestra su cuidado y apoyo, es mi luz y motivación para lograr mis objetivos, mi enamorada Adriana Calderón.

### **Juan Victor Zuñiga Caceres**

Agradezco a Dios por la oportunidad de atravesar con satisfacción los años de vida universitaria, adquiriendo aprendizajes y logrando conocer a personas maravillosas. A mis padres, quienes son mi soporte y fortaleza, quienes me dieron la posibilidad de estudiar la carrera que escogí. Y a mis hermanas por ser una fuente de motivación para hacer las cosas bien.

Estos cinco años, son para mis padres, quienes me trajeron a este mundo y por quienes solo quiero triunfar.

# ÍNDICE

<b>1. Artículo</b> .....	7
1.1 Resumen .....	7
1.2 Introducción .....	8
1.3 Método .....	10
1.4 Resultados .....	12
1.5 Discusión de resultados .....	14
1.6 Conclusiones .....	15
1.7 Recomendaciones .....	16
1.8 Referencias .....	17
1.9 Tablas .....	20
<b>2. Evidencia de sumisión</b> .....	24
<b>3. Resolución de inscripción del perfil de proyecto de tesis</b> .....	25
<b>4. Instrumento de recolección de datos</b> .....	26

# **Estudio comparativo de usos y apropiaciones de las redes sociales en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de una universidad pública y otra privada**

## **A Comparative Study of Social Media Use and Engagement Among Communication Studies Students at a Public and a Private University**

### **Resumen**

El objetivo de la presente investigación es analizar los usos y apropiaciones de las redes sociales entre los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de dos universidades de Lima Metropolitana: la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) y la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). De acuerdo a un enfoque cuantitativo y descriptivo-explicativo, se aplicó una encuesta estructurada para recolectar datos de 205 estudiantes. Los resultados muestran que los estudiantes de la UNMSM emplean las redes principalmente con fines informativos y críticos, participando en debates sociales y políticos; mientras que los universitarios de la PUCP utilizan éstas para la autoexpresión y la construcción de identidad digital. Se concluye que las prácticas digitales están condicionadas por el contexto institucional y sociocultural de cada universidad, lo que refleja diferencias en el uso y las apropiaciones de las redes sociales.

### **Abstract**

The objective of this research is to analyze the uses and appropriations of social media among Communication Sciences students from two universities in Lima: the Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) and the Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). Using a quantitative and descriptive-explanatory approach, a structured survey was applied to collect data from 205 students. The results show that UNMSM students mainly use social media for informational and critical purposes, engaging in social and political debates, while PUCP students use it for self-expression and identity-building. The study concludes that digital practices are conditioned by the institutional and sociocultural context of each university, reflecting differences in the use and appropriation of social media.

**Palabras clave:** Usos, apropiaciones, redes sociales.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las redes sociales constituyen uno de los principales espacios de interacción, información y construcción simbólica para los jóvenes universitarios. Su crecimiento acelerado ha transformado radicalmente las dinámicas de comunicación contemporánea y ha generado nuevas formas de expresión identitaria, participación social y consumo mediático. Dentro de este contexto, los estudiantes de Ciencias de la Comunicación representan un grupo especialmente relevante para el análisis, debido a que no solo utilizan estas plataformas en su vida cotidiana, sino que también en su formación profesional y en la comprensión crítica de los fenómenos comunicativos.

Por esta razón, resulta pertinente analizar comparativamente los usos y apropiaciones que realizan los estudiantes de esta carrera en dos instituciones universitarias con características socioculturales distintas: la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y la Pontificia Universidad Católica del Perú, a fin de comprender cómo los factores institucionales, educativos y socioculturales influyen en sus prácticas digitales.

La perspectiva teórica a través de la cual se enfoca el estudio de esta investigación se fundamenta en los aportes de los Estudios Culturales Latinoamericanos. En ese sentido, se retoman los estudios teóricos de Jesús Martín-Barbero y Néstor García Canclini, que han explicado que las prácticas mediáticas no pueden entenderse únicamente como la recepción pasiva de contenidos, sino como procesos de interpretación, resignificación y apropiación que responden a contextos culturales específicos.

Martín-Barbero (1992) plantea que las audiencias interpretan activamente los mensajes de acuerdo a su vida cotidiana, sus experiencias y su posición social. Así mismo, que las redes sociales, por su inmediatez y horizontalidad, amplifican este proceso dinámico al permitir múltiples formas de interacción y producción simbólica. García Canclini (1992) complementa esta visión al señalar que las culturas contemporáneas se encuentran atravesadas por estrategias culturales híbridas que mezclan elementos locales y globales, lo que explica la diversidad de significados atribuidos a las prácticas digitales. Desde esta perspectiva, los usos y apropiaciones de redes sociales por parte de los estudiantes universitarios se convierten en procesos culturales que revelan identidades, intereses y modos de participación social.

Los antecedentes internacionales refuerzan la importancia de estudiar estos procesos. Investigaciones como la de Montero Corrales (2022) muestran que plataformas como Instagram se han convertido en espacios privilegiados para la expresión personal y la construcción de identidad visual, donde los jóvenes proyectan sus gustos, valores y estilos de vida.

Por otro lado, Bulut y Dogan (2017) identifican motivaciones fundamentales para el uso de redes sociales como la comunicación, la búsqueda de estatus, la

información, la socialización, el entretenimiento, los objetivos profesionales y la expresión personal, que permiten comprender las diferencias en los patrones de uso según grupos socioculturales.

Asimismo, estudios recientes evidencian cómo las redes sociales no solo funcionan como espacios de interacción, sino también como escenarios de participación ciudadana y formación de opinión. En esta línea, (Berlanga et al., 2023) demuestran que la interacción con figuras públicas en redes influye en la construcción de confianza, credibilidad y actitudes políticas. Del mismo modo, Chaves, Relinque y Fernández (2020) señalan que la participación digital tiende a reforzar prácticas de participación social offline, consolidando las redes como entornos interconectados con la vida pública y colectiva.

En el ámbito latinoamericano, investigaciones como la de Zapata, García y Pascolini (2020) evidencian cómo las redes sociales se transformaron durante el confinamiento en espacios de narración personal, conexión afectiva y reflexión colectiva, lo que revela su papel central en contextos de crisis social.

Zunino, Kessler y Vommaro (2022), por su parte, muestran que durante la pandemia las redes se consolidaron como fuentes prioritarias de información y opinión pública, lo que también ha incrementado la necesidad de analizar críticamente los flujos informativos y las prácticas de consumo digital en los jóvenes. Estas investigaciones ponen en evidencia que el uso de redes sociales en América Latina está profundamente relacionado con procesos de identidad, participación política y acceso a la información, lo cual resulta especialmente relevante para el caso peruano.

En el país, diversos estudios han abordado el creciente papel de las redes en la vida de los jóvenes universitarios. Higa (2017) analizó sus efectos en las habilidades sociales y concluyó que el uso de estas plataformas puede favorecer el desarrollo comunicativo, pero también generar riesgos asociados a la dependencia y la sobreexposición.

Fernández (2019) subraya que las redes sociales constituyen el principal espacio de interacción e información para los estudiantes universitarios, quienes pasan una parte significativa de su tiempo conectados, influyendo este uso en su identidad, en sus hábitos informativos y en su participación social. Además, estadísticas del INEI muestran que plataformas como Facebook, Instagram, TikTok y X se encuentran entre los espacios digitales de mayor presencia en el país, lo que evidencia su centralidad en la experiencia comunicativa de los jóvenes peruanos. En este contexto, investigar a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación resulta especialmente pertinente, pues son usuarios intensivos de estas plataformas y futuros profesionales responsables de gestionar información, analizar fenómenos mediáticos y producir contenido para audiencias diversas.

A pesar de la cantidad de estudios sobre redes sociales, sigue existiendo un vacío respecto a investigaciones que comparen los usos y apropiaciones digitales entre estudiantes de universidades públicas y privadas, considerando

el rol formativo y profesional que desempeñan estas instituciones. Este vacío es particularmente significativo en el ámbito comunicacional, ya que analizar las diferencias en las prácticas digitales según el contexto institucional permite comprender cómo la formación académica, el acceso a recursos y los perfiles socioculturales influyen en la manera en que los estudiantes se relacionan con las plataformas sociales.

Por ello, la presente investigación se propone examinar este fenómeno desde un enfoque comparativo, articulando teoría, evidencia empírica y análisis sociocultural para ofrecer una mirada integral sobre las prácticas digitales de los futuros comunicadores peruanos.

En este marco, surge la pregunta central que guía el estudio: ¿Existe una diferencia significativa entre los usos y apropiaciones de las redes sociales en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y de la Pontificia Universidad Católica del Perú? Abordar esta interrogante permitirá identificar patrones diferenciados de uso, contrastes socioculturales y motivaciones subyacentes en ambos grupos de estudiantes.

Finalmente, los objetivos de la investigación consisten en identificar y explicar los usos y apropiaciones de las redes sociales entre los estudiantes de ambas instituciones, y comparar estos resultados para determinar las diferencias más relevantes, tomando como sustento teórico las categorías planteadas por Martín-Barbero y García Canclini, con el propósito de aportar evidencia que contribuya a una comprensión más profunda del comportamiento digital universitario en el Perú.

## **MÉTODO**

El diseño de la investigación es cuantitativo y descriptivo-explicativo porque se propuso determinar los usos y apropiaciones de dos poblaciones de usuarios distintos poniendo énfasis en la comparación y explicación del fenómeno del consumo. Las variables estudiadas, por lo tanto, son los usos y apropiaciones de las redes sociales que hacen los estudiantes de Ciencias de la Comunicación en dos universidades de Lima Metropolitana: la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) y la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).

La naturaleza cuantitativa de la investigación permite el análisis sistemático de una muestra representativa de 200 estudiantes, 100 de cada universidad. La edad promedio de los participantes fue de 25.5 años (DE = 2.04). En cuanto al género, la distribución fue equilibrada, con 50.7% de hombres y 49.3% de mujeres. Respecto a la procedencia universitaria, 50.7% de los participantes pertenecía a la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) y 49.3% a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM).

En relación con los ciclos académicos, el 65.9% de los estudiantes se encontraba cursando el décimo ciclo, el 33.7% en el noveno ciclo, y solo el 0.5% en el octavo

ciclo. En consecuencia, la mayoría de los participantes estaba en la etapa final de su formación universitaria.

La investigación se enfoca en obtener datos a través de una encuesta estructurada, que permitió capturar información relevante sobre los hábitos de los estudiantes en relación con las redes sociales. Este método permitió determinar los patrones y las variaciones en los usos y apropiaciones entre los estudiantes de las dos universidades.

En primer lugar, se llevó a cabo una fase de observación no participante en la que se registraron los comportamientos y patrones de uso de las redes sociales por parte de los estudiantes. Esta observación permitió identificar diversas formas de uso y apropiación, lo que ayudó a reforzar el instrumento de recolección de datos y a estructurar las categorías de análisis que posteriormente se incorporaron en el cuestionario.

Además, se realizaron entrevistas no estructuradas espontáneas a algunos estudiantes para recoger información cualitativa sobre sus percepciones y actitudes hacia las redes sociales. Los datos obtenidos de esta fase exploratoria sirvieron como una información de línea de base para la operacionalización de las variables, dimensiones e indicadores que sirvieron para diseñar las preguntas de la encuesta, de modo que reflejaran de manera precisa los diferentes aspectos de los usos y apropiaciones que se querían estudiar.

En segundo lugar, se aplicó el método de la encuesta. La cual fue administrada de manera virtual a los estudiantes de los dos últimos ciclos de la carrera de Ciencias de la Comunicación y Periodismo. A través de este procedimiento se logró una muestra aleatoria simple de 205 estudiantes, 104 de la PUCP y 101 de la UNMSM. Se eligió este tipo de muestra para asegurar que todos los estudiantes tuviesen la misma probabilidad de ser seleccionados, lo que garantiza la representatividad de la muestra.

El instrumento principal de recolección de datos fue un cuestionario estructurado con 18 preguntas, las cuales se dividieron en dos bloques: el primero sobre los usos de las redes sociales (como comunicación interpersonal, desarrollo profesional, obtención de información, etc.) y el segundo sobre las apropiaciones (como adaptación del perfil, influencia de otras personas, cambios ideológicos, etc.). Se analizó además el factor sociodemográfico y la frecuencia de uso de las redes sociales. El cuestionario fue diseñado a partir de los resultados obtenidos en la fase de observación y entrevistas, lo que permitió un diseño más alineado con las experiencias reales de los estudiantes.

El análisis de los datos obtenidos de la encuesta se realizó utilizando el software SPSS. Se emplearon estadísticas descriptivas para resumir y presentar los datos de manera objetiva, permitiendo identificar las tendencias y patrones de uso y apropiación de las redes sociales en los estudiantes de ambas universidades.

El análisis también permitió comparar las diferencias significativas entre los estudiantes de la universidad pública y la privada, lo que proporcionó una visión más completa de las dinámicas de uso y apropiación en función del tipo de institución.

## **RESULTADOS**

La presente investigación tuvo como objetivo principal identificar y explicar los usos y apropiaciones de las redes sociales entre los estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) y la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). Los hallazgos se presentan en formatos estadísticos y narrativos, proporcionando una visión detallada sobre los comportamientos digitales de los estudiantes, sus motivaciones y la forma en que se apropian de estas plataformas en función de sus contextos institucionales y socioculturales.

### **Resultado general**

La hipótesis planteada para este estudio indicaba que los estudiantes de la UNMSM utilizarían las redes sociales con fines informativos y críticos, mientras que los de la PUCP tendrían un uso más expresivo, estético y centrado en la construcción de su identidad digital.

Se determinó que los estudiantes de la UNMSM emplean las redes sociales principalmente para obtener información (%), debates públicos (%) y reflexión crítica (poner diferencia); mientras que los estudiantes de la PUCP las utilizan más para expresión personal (%), mostrar su estilo de vida e interacciones más superficiales, coincidiendo con las tendencias observadas en estudios previos sobre el uso de redes sociales en entornos académicos.

### **Resultados específicos**

#### **Frecuencia de uso**

En cuanto a la frecuencia de publicaciones en redes sociales, los estudiantes de la PUCP mostraron una mayor tendencia a publicar 5 veces al mes en todas las plataformas analizadas: Facebook (91.35%), Instagram (65.38%), TikTok (75.96%) y Twitter (60.58%). Esto determina un uso más moderado y esporádico de las redes sociales.

Los estudiantes de la UNMSM presentaron una mayor frecuencia de publicaciones, especialmente en los rangos intermedios. En Facebook, el 50.5% publica entre 5 y 10 veces al mes. El 30.69% publica entre 10 y 15 veces. En Instagram, el 45.54% publica entre 5 y 10 veces al mes, y el 44.55% publica entre 10 y 15 veces. En TikTok, la frecuencia más común también fue entre 5 y 10 publicaciones (43.56%).

#### **Usos y apropiaciones**

Respecto a los usos y apropiaciones de las redes sociales, ambos grupos utilizan las plataformas principalmente para comunicación interpersonal, aunque los estudiantes de la PUCP se comunican más con familiares (74.04%), mientras

que los de la UNMSM interactúan más con opiniones diversas y nuevas personas (57.43%).

## Usos

En relación a mostrar **estilo de vida o estatus**, los estudiantes de la PUCP utilizan las redes para compartir moda (50.96%), viajes (35.58%) y ocio (20.19%), mientras que, en la UNMSM, el 60.4% no las usa con ese fin.

En términos de **desarrollo profesional**, ambos grupos comparten logros personales, pero los estudiantes de la UNMSM son más propensos a compartir experiencias laborales (49.5%), mientras que, en la PUCP, solo un (33.65%) lo usa con ese propósito.

En cuanto a los **temas sociales y políticos**, los estudiantes de la PUCP presentan un mayor activismo digital (25.96%) al compartir información; mientras que los de la UNMSM prefieren participar en debates planteando sus propias opiniones (59.41%) generando polémica social y política en la red X.

En la **obtención de información**, los estudiantes de la UNMSM se destacan por utilizar las redes para noticias de actualidad (92.08%) y noticias políticas (83.17%), frente a un patrón más diversificado en la PUCP, como obtener información sobre noticias de actualidad y sociedad (56,73%), noticias políticas (48.08%) y noticias deportivas (43.27%).

Finalmente, en la **creación de contenido**, los estudiantes de la PUCP son más activos en compartir opiniones o rutinas (51.92%) en Instagram; mientras que la mayoría (61.39%) de los estudiantes de la UNMSM no usa las redes con este fin.

## Apropiaciones

Respecto a la apropiación de las redes sociales, los estudiantes de la PUCP mostraron mayor preferencia por estilos estéticos como aesthetic (47.12%), vintage (36.54%) y minimalista (29.81%), mientras que, en la UNMSM, el estilo urbano predominó (35.64%), vintage (25.74%) y minimalista (18.81%).

En cuanto a **frases o tendencias**, ambos grupos registran el mismo porcentaje ( $\approx 47\%$ ) en cuanto a compartir mensajes de personajes públicos. En cuanto a memes los alumnos de la UNMSM registran un 49.5%; mientras que los de la PUCP destacaron por las tendencias musicales (24.04%).

En cuanto a influencia de **cambio de postura**, los estudiantes de la UNMSM reportaron un cambio mayor en temas políticos e ideológicos ( $\approx 56\%$ ); mientras que los de la PUCP cambiaron su punto de vista sobre temas sociales y deportivos ( $\approx 47\%$ ).

En cuanto a adopción de **prácticas de la vida cotidiana**, los estudiantes de la UNMSM reportaron mayor cambio en sus hábitos cotidianos (60.4%); mientras

que los de la PUCP mostraron mayor cambio en la vestimenta y el lenguaje (34.62%).

## **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Los resultados obtenidos confirman que los estudiantes de universidades públicas y privadas en Lima tienen formas distintas de interactuar con las redes sociales. Los estudiantes de la UNMSM usan las plataformas principalmente con fines informativos, sociales y recreativos. Participan activamente en debates sociales y políticos, lo que refleja un enfoque más crítico y reflexivo. Por otro lado, los estudiantes de la PUCP se centran más en la autoexpresión, la moda y la creación de contenido visual, destacándose por su uso estético y personalizado de las redes sociales.

Estos hallazgos coinciden con estudios previos, como los de Martín-Barbero y García Canclini, que sugieren que los jóvenes adaptan el uso de las redes sociales según su contexto sociocultural. Sin embargo, esta investigación también presenta diferencias con estudios anteriores, ya que mientras otros autores señalan un uso comúnmente reflexivo de las redes por parte de los universitarios, los estudiantes de la PUCP se orientan hacia el uso personal y visual, lo cual podría estar relacionado con el enfoque educativo de la universidad privada.

Se comprueba la hipótesis planteada que señala que los estudiantes de la UNMSM utilizarán las redes de manera más crítica y los de la PUCP de manera más superficial, se valida con los resultados obtenidos. Los datos muestran que los estudiantes de la UNMSM se enfocan más en compartir información y participar en debates, mientras que los de la PUCP prefieren compartir contenido relacionado con estilo de vida y ocio.

Respecto a las preguntas de investigación, los resultados muestran que los estudiantes de ambas universidades tienen distintas motivaciones y formas de uso de las redes sociales, influenciados por su contexto social y educativo. Estos hallazgos contribuyen a la comprensión de cómo las universidades públicas y privadas modelan las prácticas digitales de los estudiantes, y cómo estas prácticas reflejan los valores y objetivos educativos de cada institución.

La generalización de estos resultados se limita a las universidades de Lima, por lo que sería necesario ampliar la muestra para incluir más universidades y regiones. A pesar de esto, los resultados son transferibles a contextos similares, y pueden servir como base para estudios futuros que aborden otras variables, como el nivel socioeconómico o el género de los estudiantes. Las universidades pueden utilizar estos hallazgos para promover un uso más responsable y crítico de las redes sociales entre sus estudiantes, adaptado a su contexto educativo y social.

## **CONCLUSIONES**

La presente investigación ha permitido identificar y comparar los usos y apropiaciones de las redes sociales por parte de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de dos universidades en Lima Metropolitana: la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) y la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). Logrando los objetivos de analizar cómo estos estudiantes interactúan con las plataformas digitales y qué diferencias existen entre las universidades públicas y privadas.

Los resultados obtenidos evidencian que los estudiantes de la UNMSM emplean las redes sociales con fines informativos y críticos, participando activamente en debates sociales y políticos. En cambio, los estudiantes de la PUCP las utilizan principalmente para la autoexpresión, la creación de contenido visual y la construcción de identidad personal. Como se puede apreciar hay una diferencia en el uso de las redes sociales entre las dos universidades en función de su contexto social y educativo.

Un aspecto relevante de esta investigación es que es la primera vez que se realiza un análisis comparativo de los usos y apropiaciones de las redes sociales entre estudiantes de universidades públicas y privadas en Lima, lo cual amplía el campo de estudio sobre cómo las instituciones educativas influyen en las prácticas digitales. Los resultados obtenidos se alinean con antecedentes internacionales, como el de Montero Corrales (2022), que muestra el uso de plataformas como Instagram para la expresión personal, pero aportan una nueva perspectiva contextualizada en el Perú.

Aunque la muestra se limita a estudiantes de dos universidades de Lima, los resultados son transferibles a otros contextos similares, lo que abre la puerta a futuras investigaciones que puedan incluir otras universidades, regiones y factores socioeconómicos. Estos hallazgos también ofrecen una base sólida para que las universidades promuevan el uso responsable y crítico de las redes sociales, adaptado a sus particularidades educativas y sociales.

En resumen, esta investigación contribuye significativamente a la comprensión de las diferencias en los usos y apropiaciones digitales de los estudiantes universitarios en el contexto peruano, destacando la influencia de los factores institucionales y socioculturales en sus prácticas digitales.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda interpretar los resultados de esta investigación considerando su carácter comparativo entre dos instituciones con perfiles socioculturales distintos. Esto permite comprender que las diferencias encontradas no son absolutas, sino expresiones contextualizadas de los usos y apropiaciones digitales dentro del escenario universitario peruano

Se recomienda ampliar la investigación hacia otras universidades del país. Como el estudio se centró en Lima Metropolitana, incluir instituciones de diferentes regiones permitiría comprender mejor las variaciones socioculturales en los usos y apropiaciones de las redes.

Se sugiere utilizar los hallazgos como una referencia sólida para entender cómo los factores institucionales y formativos influyen en las prácticas digitales de los estudiantes de Comunicación. El estudio aporta una base empírica valiosa para el debate académico sobre la relación entre educación superior y cultura digital.

Se considera pertinente que las universidades generen campañas internas sobre participación digital responsable. La presencia de debates políticos y sociales en redes muestra la necesidad de promover prácticas respetuosas, informadas y éticas dentro del entorno universitario.

Y también se sugiere que se debería complementar los estudios cuantitativos con entrevistas o grupos focales. Una aproximación cualitativa permitiría profundizar en las motivaciones, percepciones y significados que los estudiantes otorgan a su uso cotidiano de las redes sociales.

## REFERENCIAS

- Amaya, L. (2023). *El discurso del periodismo deportivo televisivo en el Perú*. Repositorio Académico UPC.
- Arguiñano, J. L. (2020). Social networks as sources of information to expand the agenda-setting online press: The case of 20 Minutos. *Miguel Hernández Communication Journal*, 11(2), 297-314. <https://doi.org/10.21134/mhcj.v11i0.336>
- Berlanga Ramírez, J. H., Salazar Mata, H., Verástegui Malo, E., & Villarreal Paredes, V. (2023). La participación de los jóvenes en redes sociales y su efecto en la desafección política. *Justicia*, 28(43), 205–216.
- Bulut, Z. A., & Dogan, O. (2017). The ABCD typology: Profile and motivations of Turkish social network sites users. *Computers in Human Behavior*, 67, 73–83. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.021>
- Calderón-Garrido, D., León-Gómez, A., & Gil-Fernández, R. (2019). El uso de las redes sociales entre los estudiantes de grado de maestro en un entorno exclusivamente online. *Vivat Academia. Revista De Comunicación*, (147), 23–40. <https://doi.org/10.15178/va.2019.147.23-40>
- Castro Martínez, A., & Días Morilla, P. (2021). La comunicación política de la derecha radical en redes sociales: De Instagram a TikTok y Gab, la estrategia digital de Vox. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 7, 67–89. <https://doi.org/10.7203/rd.v1i7.210>
- Chaves-Montero, A., Relinque-Medina, F., & Fernández-Borrero, M. Á. (2020). Twitter, servicios sociales y participación social: Análisis del discurso político e interacciones ciudadanas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(4), 1371–1386. <https://doi.org/10.5209/esmp.675851>
- De-la-Garza-Montemayor, D.-J., Peña-Ramos, J.-A., & Recuero-López, F. (2019). La participación política online de los jóvenes en México, España y Chile. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 27(61), 83–92. <https://doi.org/10.3916/C61-2019-08>
- Del Carpio, S. (2012). *Análisis semiótico de la sistematización de la comunicación subyacente en las noticias del diario Correo sobre el incendio de la gobernación de Tacna en octubre del 2008*. Repositorio Institucional Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. <http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/2770>
- Del Prete, A., & Redón Pantoja, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1), 86–96. <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834>
- García Canclini, N. (1997). Culturas híbridas y estrategias comunicacionales. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 3(5), 109–128.

- García Canclini, N. (2017). Del consumo al acceso: Viejos y jóvenes en la comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 29, 39–54.
- González-Santos, B. J., Puerta-Cortés, D. X., & Ramírez Calderón, N. (2021). Relación entre el uso problemático de Facebook y la evitación experiencial en jóvenes colombianos. *Psicología desde el Caribe*, 38(3), 393–407.
- Higa, J. I. (2017). *Uso de las redes sociales virtuales y habilidades sociales en adolescentes y jóvenes adultos de Lima Metropolitana* [Tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola].
- Lupano Perugini, M. L., & Castro Solano, A. (2021). *Rasgos de personalidad, bienestar y malestar psicológico en usuarios de redes sociales que presentan conductas disruptivas online*. Universidad de Palermo; Universidad de Buenos Aires; Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).
- Martín-Barbero, J. (1992). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Ediciones G. Gili.
- Martín-Barbero, J. (1999). La educación en el ecosistema comunicativo. *Comunicar*, 13, 13–21. <https://doi.org/10.3916/C13-1999-03>
- Martínez Ribó, O. (2021). *Análisis de la estrategia de Facebook y conclusiones sobre su sostenibilidad* [Trabajo Fin de Grado, Universidad Pontificia Comillas]. Repositorio Comillas. <http://hdl.handle.net/11531/51570>
- Medina, Y. (2020, 12 de mayo). *Análisis semiótico de la cultura de las masas según Umberto Eco en los cuentos del autor Haruki Murakami: Sueño, El elefante desaparece y Nuevo asalto a la panadería*. Repositorio digital Universidad Central de Ecuador. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/21273>
- Mora, J. (2019). *Análisis de calidad en el periodismo deportivo: Estudio desde cuatro de los momentos más importantes del fútbol colombiano* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional Pontificia Universidad Javeriana.
- Morales, L. (2017, 31 de octubre). *Banalización en el periodismo deportivo en el Perú: Responsabilidad e influencia de los centros de formación para periodistas*. Repositorio de la Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/9603>
- Olaya, L. (2019, 1 de diciembre). *Uso de los recursos de investigación en el periodismo deportivo peruano en el caso del Diario Líbero*. Repositorio de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <http://hdl.handle.net/10757/635434>

- Osorio Andrade, C. F., Arango Espinal, E., & Rodríguez Orejuela, H. A. (2020). Publicidad política y su incidencia en la participación de usuarios en redes sociales: Elecciones presidenciales de Colombia, 2018. *Opinião Pública*, 26(3), 475–493. <https://doi.org/10.1590/1807-01912020263475>
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. McGrawHill.
- Santiago, V. (2018). *Los elementos de la espectacularización de la noticia en el programa deportivo Fútbol en América durante el mes de abril, del 2018*. Repositorio de la Universidad de Alas Peruanas. <https://hdl.handle.net/20.500.12990/3349>
- Sierra Sánchez, J., & Barrientos Báez, A. (Eds.). (2021). *Cosmovisión de la comunicación en redes sociales en la era postdigital*. McGraw-Hill.
- Zapata, E., García, A., & Pascolini, M. (2020). *Me narro en las redes: Usos y apropiaciones de las redes sociales en contexto de encierro* [Informe de investigación, Universidad Pública de La Plata].
- Zunino, E., Kessler, G., & Vommaro, G. (2022). Consumo de información en redes sociales en tiempos de pandemia: Evidencias del caso argentino. *InMediaciones De La Comunicación*, 17(1), 129–161. <https://doi.org/10.18861/ic.2022.17.1.3231>

## TABLAS

**Tabla 1**

*Características sociodemográficas de los participantes*

	<b>M</b>	<b>DE</b>
<b>Edad</b>	25.5	2.04
	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Género</b>		
Masculino	104	50.7
Femenino	101	49.3
<b>Universidad</b>		
Pontificia Universidad Católica del Perú	104	50.7
Universidad Nacional Mayor de San Marcos	101	49.3
<b>Ciclo</b>		
VIII	1	0.5
IX	69	33.7
X	135	65.9

Nota: M=Media; DE= Desviación Estándar, n= participantes; %=porcentaje

**Tabla 2**

*Comparación en cuanto a la frecuencia de publicaciones*

Universidad	Frecuencia de publicaciones	Facebook		Instagram		TikTok		Twitter	
		n	%	n	%	n	%	n	%
Pontificia Universidad Católica del Perú	0–5	95	91.35	68	65.38	79	75.96	63	60.58
	5–10	8	7.69	20	19.23	18	17.31	20	19.23
	10–15	1	0.96	13	12.51	5	4.81	12	11.54
	15–20	0	0	3	2.88	2	1.92	9	8.65
Universidad Nacional Mayor de San Marcos	0–5	15	14.85	6	5.94	42	41.58	61	60.4
	5–10	51	50.5	46	45.54	44	43.56	30	29.7
	10–15	31	30.69	45	44.55	13	12.87	9	8.91
	15–20	4	3.96	4	3.96	2	1.98	1	0.99

Nota: n= participantes; %=porcentaje

**Tabla 3***Formas de uso de las redes sociales según tipo de universidad*

Categoría	Alternativa	Universidad Pública		Universidad Privada	
		n	%	N	%
Comunicación interpersonal	Conocer gente nueva	36	35.64	31	29.81
	Conocer opiniones de otras personas	58	57.43	14	13.46
	Conversar con familiares	52	51.49	77	74.04
	Conversar con mi pareja	58	57.43	54	51.92
	Conversar con mis amigos	94	93.07	85	81.73
Mostrar estilo de vida o estatus	Espiritualidades	15	14.85	23	22.12
	Moda	7	6.93	53	50.96
	No las uso en ese aspecto	61	60.4	11	10.58
	Ocio	12	11.88	21	20.19
	Viajes	5	4.95	37	35.58
	Vida saludable (mental y/o físico)	0	0	0	0
Desarrollo profesional	Compartir información o recursos de otras cuentas	52	51.49	50	48.08
	Compartir logros profesionales propios	46	45.54	44	42.31
	Compartir procesos y/o experiencias del trabajo	50	49.5	33	31.73
	Crear vínculos laborales	25	24.75	15	14.42
	No las uso en ese aspecto	13	12.87	35	33.65
Temas sociales y políticos	Activismo o participación en colectivos	17	16.83	27	25.96
	Compartir información	45	44.55	53	50.96
	Debatir	46	45.54	35	33.65
	No las uso en ese aspecto	22	21.78	28	26.92
Obtener información	Opinar	60	59.41	45	43.27
	No las uso en ese aspecto	0	0	15	14.42
	Ver noticias de actualidad y sociedad	93	92.08	59	56.73

	Ver noticias deportivas	47	46.53	45	43.27
	Ver noticias políticas	84	83.17	50	48.08
	Ver noticias sobre artistas musicales	33	32.67	24	23.08
	Ver noticias sobre tecnología	48	47.52	9	8.65
Creación de contenido propio	Compartir experiencias	16	15.84	28	26.92
	Compartir opiniones o análisis	33	32.67	54	51.92
	Compartir rutinas o prácticas cotidianas	19	18.81	50	48.08
Entretenimiento	No las uso en ese aspecto	62	61.39	25	24.04
	No las uso en ese aspecto	2	1.98	16	15.38
	Para ver memes	91	90.1	55	52.88
	Temas de farándula	46	45.54	41	39.42
	Temas deportivos	63	62.38	41	39.42
	Ver películas o series	51	50.5	18	17.31

Nota: n= participantes; %=porcentaje; los porcentajes se calcularon dentro de cada tipo de universidad y se permitió respuesta múltiple.

**Tabla 4**

*Apropiación de las redes sociales según tipo de universidad*

Categoría	Alternativa	Univ. Pública		Univ. Privada	
		N	%	N	%
Perfil o estilo	Aesthetic	17	15.84	47	47.12
	Minimalista	20	18.81	30	29.81
	Urbano	37	35.64	41	41.35
	Vintage	27	25.74	37	36.54
	Nunca	5	4.95	14	14.42
	Otro	0	0	4	3.85
Frases o tendencias	De personajes públicos	51	48.51	47	47.12
	Memes	52	49.5	30	29.81
	Musicales	10	9.9	25	24.04
	Trends	34	61.39	50	48.08
	Nunca	5	4.95	19	19.23
	Otro	2	1.98	1	0.96

Cambio de postura	Temas ideológicos	58	55.45	45	45.19
	Temas políticos	59	56.44	40	40.38
	Temas sociales	46	43.56	47	47.12
	Temas deportivos	9	8.91	27	26.92
	Nunca	10	9.9	17	17.31
Nuevas prácticas	Otro	1	0.99	4	3.85
	Hábitos	50	49.5	51	49.04
	Carácter	37	44.55	41	37.5
	Costumbres	27	24.75	37	33.65
	Creencias	30	26.73	14	13.46
	Nunca	16	15.84	20	19.23
Influencia de otras personas	Otro	1	0.99	2	1.92
	Hábitos	31	60.4	35	33.65
	Lenguaje	10	45.54	38	36.54
	Vestimenta	26	25.74	36	34.62
	Comportamiento o actitudes	21	20.79	26	18.27
	Nunca	15	14.85	21	20.19

---

*Nota: Porcentaje calculado sobre el total de participantes de cada universidad (UNMSM N=101; PUCP N=104). Respuesta múltiple permitida*

# EVIDENCIA DE SUMISIÓN

11/2/26, 12:28 p.m.

[Comunicar] Submission acknowledgement - jvzccc@gmail.com - Gmail



Redactar

Recibidos 4.419  
Destacados  
Pospuestos  
Enviados  
Borradores 11  
Compras 99  
Más

Etiquetas

📌 Cambiar a plan su...

Buscar correo

[Comunicar] Submission acknowledgement ([Comunicar] Acuse de recibo d



**Editor** <editor@comunicarjournal.com>  
para mí



**Traducido: inglés → español**

Traductor puede cometer errores, así que verifica las traducciones

[Mostrar original](#)



Estimado Juan Víctor Zúñiga Cáceres,

Gracias por enviar el manuscrito "El Estudio comparativo de usos y apropiaciones de las redes sociales en los estudiantes de Cier **Comunicar**. Nos gustaría anunciar que los lineamientos para autores de la revista han sido actualizados a partir del **1 de marzo** i manuscritos recibidos después de esta fecha cumplirán con los requisitos indicados en sus condiciones.

A través del sistema de gestión de publicaciones en línea OJS usted puede seguir el progreso editorial de su trabajo ingresando a

**URL de envío** : <https://www.revistacomunicar.com/ojs/index.php/comunicar/authorDashboard/submission/116833>

**Nombre de usuario** : victor-2026

Gracias por considerar a Comunicar como sede para su trabajo.

Editor

Responder

Reenviar



# RESOLUCIÓN DE INSCRIPCIÓN DEL PERFIL DE PROYECTO DE TESIS



*Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia*

**RESOLUCIÓN N° 098-2026/UPeU/FACIHED-CF**

Lima, Ñaña, 16 de febrero de 2026

## **VISTO:**

El expediente de los bachilleres **ZUÑIGA CACERES JUAN VICTOR**, identificado con código universitario N° 201910132 y **MORON MICHUE JHONATAN ARIEL**, identificado con código universitario N° 201911143, de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación y Ciencias Humanas de la Universidad Peruana Unión;

## **CONSIDERANDO:**

Que la Universidad Peruana Unión tiene autonomía académica, administrativa y normativa, dentro del ámbito establecido por la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad;

Que la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión, mediante sus reglamentos académicos y administrativos, ha establecido las formas y procedimientos para la declaratoria de expedito para la sustentación del Trabajo de Suficiencia Profesional;

Que el Comité Dictaminador ha emitido su dictamen aprobando la tesis en formato artículo, titulada: ***Estudio comparativo de usos y apropiaciones de las redes sociales en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de una universidad pública y otra privada.*** presentado por los bachilleres **ZUÑIGA CACERES JUAN VICTOR** y **MORON MICHUE JHONATAN ARIEL**, reuniendo de esta manera las condiciones previas para la sustentación;

Estando a lo acordado en la sesión del Consejo de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión, celebrada el 16 de febrero del 2026, y en aplicación del Estatuto y el Reglamento General de Investigación de la Universidad;

## **SE RESUELVE:**

1. Declarar expedito a los bachilleres, **ZUÑIGA CACERES JUAN VICTOR** y **MORON MICHUE JHONATAN ARIEL**, para que sustente la tesis titulada: ***Estudio comparativo de usos y apropiaciones de las redes sociales en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de una universidad pública y otra privada.***, conducente al Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación el 03 de marzo del 2026, a las 8:30 horas en la modalidad Virtual Sala Zoom.
2. Designar el Jurado de Sustentación, encargado de gestionar la sustentación respectiva, el mismo que queda constituido por los siguientes miembros:

Presidente:	Mtro. Jose Calsín Molleapaza
Secretario:	Mg. Aguirre Zambrano Romeen Fortunato.
Vocal	Mg. Saul Alejandro Castro Ortega
Asesor:	Mg. Bravo Heredia Aurora Maritza

Regístrese, comuníquese y archívese.



Dr. Jorge Platón Maquera Sosa  
DECANO



Mg. Néstor Roger Apaza Apaza  
SECRETARIO ACADÉMICO

## INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Pregunta	Alternativas
Edad	
Sexo	Masculino
	Femenino
Universidad	Universidad Nacional Mayor de San Marcos
	Pontificia Universidad Católica del Perú
Ciclo	IX
	X
<b>Usos de las redes sociales</b>	
¿Cuántas publicaciones haces (en las diversas modalidades semanalmente) en Facebook en las modalidades de: stories, textos, publicaciones, comentarios, compartidos, reels?	0-5
	5-10
	10-15
	15-20
¿Cuántas publicaciones haces (en las diversas modalidades semanalmente) en Instagram (stories, textos, publicaciones, comentarios, compartidos, reels, etc)?	0-5
	5-10
	10-15
	15-20
¿Cuántas publicaciones haces en las diversas modalidades semanalmente en TikTok (stories, textos, publicaciones, comentarios, compartidos, reels, etc)?	0-5
	5-10
	10-15

	15-20
¿Cuántas publicaciones haces en las diversas modalidades semanalmente en Twitter (X) (stories, textos, publicaciones, comentarios, compartidos, reels, etc)?	0-5
	5-10
	10-15
	15-20
¿De qué forma usas las redes sociales para tu comunicación interpersonal? Selecciona una o más opciones:	Conversar con mis amigos
	Conversar con familiares
	Conversar con mi pareja
	Conocer gente nueva
	Conocer opiniones de otras personas
	No las uso en ese aspecto
¿De qué forma usas las redes sociales para mostrar tu estilo de vida o estatus? Selecciona una o más opciones:	Vida saludable (mental y/o físico)
	Moda
	Viajes
	Espiritualidades
	Ocio
	No las uso en ese aspecto
¿De qué forma usas las redes sociales para tu desarrollo profesional? Selecciona una o más opciones:	Compartir información o recursos de otras cuentas
	Compartir logros profesionales propios
	Compartir procesos y/o experiencias del trabajo
	Crear vínculos laborales

	No las uso en ese aspecto
¿De qué forma usas las redes sociales para temas sociales y políticos? Selecciona una o más opciones	Opinar
	Compartir información
	Debatir

	Activismo o participación en colectivos
	No las uso en ese aspecto
¿De qué forma usas las redes sociales para obtener información? Selecciona una o más opciones	Ver noticias de actualidad y sociedad
	Ver noticias deportivas
	Ver noticias políticas
	Ver noticias sobre artistas musicales
	Ver noticias sobre tecnología
	No las uso en ese aspecto
¿De qué forma usas las redes sociales para creación de contenido propio? Selecciona una o más opciones	Compartir opiniones o análisis
	Compartir rutinas o prácticas cotidianas
	Compartir experiencias
	No las uso en ese aspecto
¿De qué forma usas las redes sociales para entretenimiento? Selecciona una o más opciones	Para ver memes
	Temas deportivos
	Temas de farándula
	Ver películas o series
	No las uso en ese aspecto

<b>Apropiaciones de las redes sociales</b>	
¿Has adaptado tu perfil de redes sociales a determinado estilo? Selecciona una o más opciones	Aesthetic
	Urbano
	Vintage
	Minimal
	Nunca
	Otros
¿Qué tipo de frases en tendencia de las redes sociales has usado en tu vida diaria? Selecciona una o más opciones	Memes
	Trends
	De personajes públicos
	Musicales
	Nunca
	Otros
¿Has cambiado/asumido una postura sobre un tema específico por causa de las redes sociales? Selecciona una o más opciones	Temas sociales
	Temas políticos
	Temas ideológicos
	Temas deportivos
	Nunca
	Otros
¿Has adaptado nuevas prácticas en tu vida diaria gracias las redes sociales? Selecciona una o más opciones	Costumbres
	Carácter
	Hábitos
	Creencias

	Nunca
	Otros
¿Has sido influenciado por las personas a las que sigues o admiras? Selecciona una o más opciones	Comportamiento o actitudes
	Lenguaje
	Hábitos
	Vestimenta
	Nunca
	Otros