

# SIMILITUDES Y DIFERENCIAS EN LOS PATRONES DE USO DE REDES SOCIALES EN UNIVERSITARIOS: COMPARATIVA ESPAÑA-AZERBAIYÁN

## AUTORES

**Luis Matosas-López, Alberto Romero-Ania y Juan Romero-Luis**  
 Universidad Rey Juan Carlos (España)  
[luis.matosas@urjc.es](mailto:luis.matosas@urjc.es), [alberto.romero@urjc.es](mailto:alberto.romero@urjc.es) y [juan.romero@urjc.es](mailto:juan.romero@urjc.es)

*Investigación realizada dentro de la línea “Medios y productos multimedia para la comunicación científica” del proyecto Comciencia (CSO2017-82875-C2-1-R) financiado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.*

La repercusión que las redes sociales han adquirido en los últimos años es evidente. El poder de estas plataformas para acaparar la atención de millones de usuarios en todo el mundo ha supuesto, sin lugar a dudas, una revolución social sin precedentes. El objetivo de la presente investigación es revelar las similitudes y diferencias existentes en los patrones de uso de las redes sociales Twitter, Facebook, Instagram y LinkedIn, en dos grupos de universitarios, españoles, por un lado, y azeríes, por otro.

El presente estudio, de carácter cuantitativo, cuenta con una muestra de 276 participantes. Por una parte, 140 estudiantes de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC) en España y, por otra, 136 alumnos de la Azerbaijan Tourism and Management University (ATMU) en Azerbaiyán. La recogida de datos se realiza empleando un cuestionario diseñado *ad hoc*, que muestra, además, una elevada validez y fiabilidad. La validez verificada mediante análisis factorial exploratorio (AFE) muestra que el instrumento es capaz de explicar el 70.44% de la varianza del fenómeno observado. La fiabilidad, por su parte, constatada a través del estadístico Alfa de Cronbach presenta un coeficiente de .793. Los datos obtenidos son sometidos a un examen descriptivo, y un análisis de pruebas paramétricas empleando una prueba t-Student.

Los resultados ponen de manifiesto la existencia tanto de similitudes como de diferencias en los hábitos de uso de redes sociales en las muestras de universitarios examinadas en ambos países. En lo que atañe a las similitudes, los hallazgos muestran cómo los participantes de las dos instituciones coinciden en otorgar valoraciones modestas a la plataforma Facebook y considerablemente elevadas a la red social Instagram. De igual manera, los estudiantes de ambas universidades convienen en dar una importancia notable a la utilidad de las plataformas observadas como forma de acceso a contenidos de entretenimiento. En lo que a las diferencias respecta, los estudiantes españoles de la URJC dan a las redes sociales Twitter y LinkedIn mayor relevancia que los alumnos azeríes de la ATMU. Asimismo, los participantes españoles otorgan menor importancia que los azeríes a la visualización y publicación de fotos, la difusión de videos y al uso de las plataformas de referencia para la búsqueda de información.

A la vista de lo anterior, los investigadores concluyen que los resultados proporcionan evidencias de la existencia tanto de similitudes como de diferencias en los patrones de uso de redes sociales en las muestras analizadas para ambos países. Además, en opinión de los autores, el presente estudio contribuye a renovar y extender el conocimiento sobre la utilización de redes sociales en jóvenes universitarios.

**Palabras clave:** Universidad – Facebook – Twitter – Instagram – LinkedIn