

# JÓVENES Y REDES SOCIALES: ENTRE LA DEMOCRATIZACIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LA INEQUIDAD DIGITAL

Dra. Lucy Andrade-Vargas, Margoth Iriarte-Solano, Dra. Diana Rivera-Rogel y Dra. Deisi Yunga-Goody

<https://doi.org/10.3916/C69-2021-07>

## INTRODUCCIÓN

**Redes sociales,** sociales se han introducido masivamente en la vida de millones de personas pertenecientes a varios contextos y niveles socioeconómicos de la sociedad en la última década

**YouTube,** crea un incalculable número de comunidades en función de ilimitados tipos de intereses en las que se desarrollan infinitas formas de relaciones sociales

**Participación,** las redes sociales posibilitan un ecosistema nuevo en el que los usuarios no solo consumen información, sino que también la generan, convirtiéndose en «prosumidores»

## METODOLOGÍA Y RESULTADOS

Enfoque metodológico cuantitativo, exploratorio, descriptivo y explicativo.

YouTube  
2.115 estudiantes de instituciones educativas de alto rendimiento de Ecuador

Instrumento proyecto «Youtubers e Instagramers: Hacia un modelo de gestión del aprendizaje» desarrollado por la Universidad Técnica Particular de Loja

El objetivo principal del estudio es determinar si el estatus socio-económico de los jóvenes afecta de alguna manera su participación en las redes sociales, especialmente en la plataforma YouTube.

**You  
Tube**

## CONCLUSIONES

El perfil socioeconómico no afecta la presencia de los jóvenes en el mundo virtual, sin embargo, este y el perfil geográfico influyen en las razones por las que se usan las redes sociales y el tiempo que se emplea en las mismas

Los resultados muestran que los jóvenes con un estatus socioeconómico no privilegiado y pertenecientes a zonas rurales usan YouTube en menor medida y por espacios más cortos de tiempo que sus contrapartes más privilegiadas y que viven en el área urbana

Existe una tendencia a la democratización de la creación de contenido, ya que se observaron algunas tendencias, que reproducen inequidades sociales. Jóvenes pertenecientes a todos los grupos socioeconómicos crean contenido en mayor o en menor medida en todas las categorías

# Comunicar

[www.revistacomunicar.com](http://www.revistacomunicar.com)