



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO
A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**RED SOCIAL FACEBOOK EN EL DESARROLLO COMUNICACIONAL DE LOS
JOVENES DEL CANTÓN ALFREDO BAQUERIZO MORENO.**

AUTORA:

NATALIA YAMILETH BRAVO CARPIO

TUTOR:

MSC. MANUEL ELÍAS PIEDRAHITA AGUIRRE

BABAHOYO - ECUADOR

2022

DEDICATORIA

Este presente trabajo está dedicado en primera instancia a Dios, porque siempre ha estado a mi lado dándome las fortalezas física y emocional para seguir adelante, sabiendo que con su ayuda todo es posible.

De manera especial a mis padres porque han sido mi apoyo incondicional en todos los ámbitos de mi vida, por ser mis guías para lograr lo que tanto anhelaba. A mi hija por ser mi propósito de superación y poder llegar hacer un ejemplo para ella.

AGRADECIMIENTO

Al hablar de agradecimientos debo hacer gratitud al MSc. Manuel Piedrahita Aguirre por haber tenido la labor de dirigirme en el proyecto de investigación.

De forma general a todos y cada uno de los profesores de la Escuela de Comunicación Social porque con su eminente capacidad me han proveído de sus conocimientos para que consiga un nuevo anhelo durante mi vida estudiantil y profesional.

Muchas gracias a todos.

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo fundamental examinar los aspectos positivos y negativos de la red social Facebook en el desarrollo comunicacional en los jóvenes del Cantón Alfredo Baquerizo Moreno. Las redes sociales nos permiten compartir información, crear e interactuar con comunidades sobre intereses similares. Esto se refleja en actividades como lectura, juegos, amistad, relaciones amorosas que involucran directamente a toda una sociedad en especial al grupo poblacional en estudio.

El acceso ilimitado que tienen los jóvenes al internet y a que cada día se crean y publican nuevas redes sociales, han provocado en sus adeptos que se aíslen de su entorno, haciendo que pierdan la habilidad de sociabilizar con sus familiares, amigos, y entre otros provocándoles que sean víctimas inevitables del Cyberbulling y sobre todo con problemas tipos neurológicos, psicológicos y biológicos.

La metodología que se aplicará para la obtención de información será mediante la aplicación de encuesta a los jóvenes del Cantón Alfredo Baquerizo Moreno. Para procesar la información se utilizará Google Form, esta aplicación permite el ingreso, tabulación de datos estadísticos informáticos.

Con la obtención de información se procederá al análisis FODA donde determinaremos las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Con el desarrollo de este proyecto de investigación se espera obtener como resultado: los factores que influyen en el desarrollo de la comunicación de este grupo poblacional.

Palabras Claves: Comunicación – interacción – jóvenes - Facebook.

SUMMARY

The present work has as its fundamental objective to examine the positive and negative aspects of the social network Facebook in the communicational development in the young people of the Canton Alfredo Baquerizo Moreno. Social networks allow us to share information, create and interact with communities about similar interests. This is reflected in activities such as reading, games, friendship, love relationships that directly involve an entire society, especially the population group under study.

The unlimited access that young people have to the Internet, since new social networks are created and published every day, have caused their followers to isolate themselves from their environment, causing them to lose the ability to socialize with their family, friends, and among others, causing them to that they are inevitable victims of Cyberbullying and above all with neurological, psychological and biological problems.

The methodology that will be applied to obtain information will be through the application of a survey to the young people of the Alfredo Baquerizo Moreno Canton. To process the information Google Form will be used, this application allows the entry, tabulation of computer statistical data.

With the obtaining of information, the SWOT analysis will be carried out where we will determine the strengths, opportunities, weaknesses and threats.

With the development of this research project, it is expected to obtain as a result: the factors that influence the development of communication among young people.

Keywords: Communication - interaction - youth - Facebook.

ÍNDICE GENERAL

Contenido

I. INTRODUCCIÓN	; Error! Marcador no definido.
II. DESARROLLO	; Error! Marcador no definido.
2.1 JUSTIFICACIÓN.....	; Error! Marcador no definido.
2.2 OBJETIVO	; Error! Marcador no definido.
2.3SUSTENTOS TEÓRICOS	; Error! Marcador no definido.
2.4 TÉCNICAS APLICADAS	; Error! Marcador no definido.6
2.5 RESULTADOS OBTENIDOS	; Error! Marcador no definido.7
III. CONCLUSIONES	30
IV. RECOMENDACIONES	31
V. BIBLIOGRAFÍA	32
VI. ANEXOS	34

I. INTRODUCCIÓN

Desde su aparición, la red social Facebook ha atraído a millones de usuarios (Foon-Hew, 2011). Muchos de ellos han integrado estos sitios web en sus prácticas diarias (Boyd, 2007; Piscitelli, 2010). Schwarz (2011) sugiere que los jóvenes se están alejando de la primacía del teléfono o de la interacción cara a cara a la comunicación basada en texto, especialmente mensajería, como método preferido de comunicación instantánea. Las redes sociales permiten una nueva forma de comunicarse, de relacionarse y de crear comunidades (Varas Rojas, 2009). Haythornthwaite (2005) señala que lo que diferencia a las redes sociales no es que permiten a los individuos conocer a desconocidos, sino que permiten a los usuarios articular y hacer visibles sus redes sociales. Esto puede dar lugar a las conexiones entre los individuos (Timmis, 2012), que de otra manera no podrían conocerse.

Además, la (Universidad Técnica de Babahoyo, 2019) socializa que “líneas de investigación que se adhiere a las problemáticas que pueden presentarse en los diferentes aspectos sociales” y las que se articulan y potencian al presente estudio de caso son “Comunicación, Buen Vivir y Educomunicación” y su sub-línea sería “Educación con enfoques de derecho, género, intergeneracional. Intercultural, étnico e inclusión”.

Al mismo tiempo, la sub-línea de investigación antes mencionada, establece relación con la red social debido a que se han convertido en ámbitos de interacción social entre los jóvenes, que crean un perfil para relacionarse con los demás. La exposición pública en el caso de este grupo poblacional puede generar problemas sobre aspectos sociales, emotivos y afectivos. Esta investigación analiza cómo se usa Facebook por parte de los jóvenes y qué experiencia obtienen de ello. Aunque dicen conocer los riesgos, admiten que aceptan a desconocidos como amigos y ofrecen datos reales sobre su vida. Ante esta situación, se hace más evidente la necesidad de la alfabetización mediática y digital, aunque no deberían estar en Facebook hasta los 13 años, cuentan con un perfil de manera mayoritaria.

Para concluir, el presente trabajo permitirá analizar la información y reflexionar sobre el buen uso de las redes sociales para ello se ha utilizado una metodología basada en el análisis de contenido. Se trata de un estudio analítico y reflexivo mediante la realización de una encuesta y el análisis de perfiles. La muestra ha sido al grupo poblacional de los jóvenes, del Cantón Alfredo Baquerizo Moreno.

II. DESARROLLO

JUSTIFICACIÓN

Esta investigación es importante porque nos permite analizar los aspectos positivos y negativos del uso de las nuevas tecnologías que influyen en la vida diaria de un colectivo, por eso es fundamental analizar el manejo adecuado de las mismas, teniendo como punto de partida la relación que tiene la red social "Facebook" y su influencia en el desarrollo comunicacional de los jóvenes del Cantón Alfredo Baquerizo Moreno.

En este sentido, el análisis comunicacional de Facebook beneficia "al aspecto social, emotivo y afectivo del ser humano"; y en particular de los jóvenes porque se integran con mucha facilidad a las redes sociales, por eso en muchas ocasiones se han visto sumergidos en diversos problemas por su inocencia y falta de experiencia.

Por otra parte, el presente trabajo se torna trascendental para influir en el comportamiento de los jóvenes debido a que se suprime el tiempo real de interactuar físicamente con la familia y sociedad en general, incluso de no relacionarse con persona de su edad, pasan la mayor cantidad de su tiempo conectados sin mantener una interrelación con los demás.

Este estudio es factible porque la mayor parte de la investigación sobre redes sociales se ha centrado en: a) La representación de sí mismo y desarrollo de la amistad en red (Los individuos son conscientemente capaces de construir una representación de sí mismos, las redes sociales constituyen un contexto de investigación importante para los estudios de los procesos de gestión de la auto-presentación y el desarrollo de la amistad); b) La estructura (Los miembros de las redes sociales no son pasivos, sino que participan en la evolución social de esta última. Asimismo, se han desarrollado estudios sobre las motivaciones de las personas para unirse a determinadas comunidades); c) La privacidad (Ocurre cuando los adolescentes no son conscientes de la naturaleza pública de Internet)

El impacto del proyecto se encuentra en establecer los factores, causa y consecuencia que inciden en el desarrollo comunicacional de los jóvenes en el uso de esta plataforma, además analizar dichos resultados que permitan recomendar parámetros que ayuden hacer un buen uso de esta red.

2.2 OBJETIVO

2.2.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar la influencia de la red social Facebook y su impacto en el desarrollo comunicacional de los jóvenes del cantón Alfredo Baquerizo Moreno.

2.3. SUSTENTOS TEÓRICOS

2.3.1 LA COMUNICACIÓN

Desde el inicio de la historia, el humano se ha visto en la necesidad de relacionarse con su especie por medio de expresiones escritas, orales o corporales, englobadas como un solo proceso llamado comunicación. Este medio ha sido punto clave en el desarrollo y diario vivir de la persona. El ser una acción que se realiza día a día, ha causado que se la encasille como un trabajo que no conlleva gran esfuerzo, no obstante, conocer las fases comunicativas y ser aprendidas requieren tiempo, paciencia y práctica. Por ende, la comunicación es el proceso por excelencia que toda especie requiere para transmitir y entender sus ideas en el mundo.

En el libro acerca de *El Proceso Grupal de Psicoanálisis a la Psicología Social*.

Egas (1985) afirma:

“Todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano, puede ser verbal O no verbal. Interindividual o intergrupala. (Pag.89)

Podemos determinar que el autor presenta alguno de los elementos significativos para que exista la comunicación y la importancia que tiene conocer una lengua, por qué es necesario que el mensaje que se requiera transmitir se ha comprendido.

El estudio *Teoría de la comunicación grupal en la toma de decisiones, contexto y caracterización*.

Macias (2013) afirma:

“La teoría de la comunicación humana consiste en una serie de afirmaciones acerca de la comunicación humana, más allá de un suceso comunicativo específico que sirve para:

- 1.- Explicar (y por lo tanto posibilitar la organización y facilita nuestra habilidad para);*
- 2.-Predecir (por lo tanto, en combinación con la explicación facilita nuestra habilidad para);*
- 3.-Entender (y en ocasiones); 4.- Controlar”. (Pag.142)*

Este estudio nos muestra las funciones que debe tener una buena comunicación y se lo puede sintetizar en que proceso de enviar un mensaje y de que éste sea comprendido por el receptor, pero para esto se debe comprender lo que se quiere transmitir. Es evidente que la comunicación esta compenetrada con demás funciones para su entendimiento. No sólo consiste en el acto de ser entendido o llevar un mensaje a su destinatario; después de aquellos pasos se logra entender el porqué de la importancia de esta disciplina.

2.3.2 INTERNET

En la tesis *Influencias de las redes sociales en el aprendizaje de la Universidad de Guayaquil Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.*

Karlsen Cardoso (2009) afirma:

“El surgimiento de Internet permitió la migración de los medios masivos tradicionales analógicos a los digitales, construyendo puentes entre ambos tipos de medios. Posteriormente, Internet y, hasta cierto punto, los dispositivos móviles y la tecnología permitieron la constitución de cada vez más interconexiones entre todos los medios”.
(Pag.28)

De forma general sabemos que el internet, sin duda alguna, ha sido una de los inventos más exitosos del último siglo, acaparó masa rápidamente y obligó a los medios tradicionales a estar en la vanguardia digital como lo conocemos hoy en día. Hoy, desde un celular, podemos estar informados de todo lo que acontece a nuestro alrededor.

2.3.3 LA WEB

El libro *desarrollo de la Web.*

Hattson (2017) afirma:

Web2.0: las personas se conectan entre sí dando origen a lo que se conoce como red social permite entrar a la red a través de la subida de archivos y la salida de ellos a través de la descarga facilita la comunicación entre personas y fomenta la formación de grupos de individuos con intereses comunes si la web 2.0 fuera una biblioteca Cualquiera podría incorporar un texto. (Pag.17)

Sin duda alguna las plataformas digitales se han posicionado en el ámbito virtual en la red internet a través de la web 2.0 que definió nuevas alternativas sobre el uso de la plataforma para trabajo colaborativo; es importante tener en cuenta que, mediante las plataformas digitales, independientemente el enfoque de cada una de ellas, es posible gestionar contenidos y realizar un sin número de actividades que juegan un papel preponderante para mejorar los procesos de comunicación.



Imagen 1 “Web 2.0”

Fuente: https://luisasoto2.files.wordpress.com/2015/05/1360801585_web-20.jpg

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

Los usuarios en la actualidad recurren a los medios más fáciles que nos ofrece la tecnología, basta tener un teléfono celular para acceder a las redes social lo que es suficiente para informarse o transmitir comunicación entre diferentes colectivos. Más avanza el tiempo la web 2.0 eleva sus volúmenes es decir nos hace dependiente de los cyber espacio exigiendo su eficacia e inmediatez olvidando el largo recorrido que se ha tenido que hacer para hoy en día tener la tecnología al alcance de nuestra mano.

2.3.4 REDES SOCIALES

En el libro acerca de la *Interactividad y Redes Sociales de manera global*.

Fernández (2014) define lo siguiente:

“Las redes sociales en su relativamente corta existencia, han conseguido modificar la realidad social. Creando un nuevo entorno de

comunicación y de relación donde confluyen diferentes desarrollos tecnológicos que avanzan todos en una misma dirección. De hecho, un teléfono móvil ha dejado de ser únicamente instrumento de comunicación oral”. (Pag.265)

La evolución vertiginosa de la tecnología, ha obligado al individuo a desarrollar nuevas habilidades, a fin de ponerse al día con las demandas que la sociedad actual necesita y exige. Direccionándose hacia una misma línea, sin apartarse de la comunicación y tecnología, que son los elementos fundamentales para el progreso de la humanidad, facilitando la conexión de quienes forman parte de este mundo tecnológico.

En el artículo sobre *El aporte del análisis de las redes sociales a la historia intelectual* explica que:

“Por otro lado, el análisis de redes sociales utiliza instrumentos de medición que van más allá de la condición social de cada persona. Se trata, en otras palabras, de distinguir las posiciones individuales en una red y dejar de lado los atributos específicos de cada uno de los miembros de esta última”. (Iglesias, 2017, pág. 25)

Las redes sociales son una ventana de comunicación, ya que permite interactuar en un círculo social, es decir personas que residen en otros países, habitantes de la misma ciudad, compañeros de la escuela o trabajo, en fin, se podría decir que para ellas no hay barreras de distancia, puesto a que ofrecen un sin número de herramientas para que la comunicación sea más eficaz. Esta es la era de las redes sociales ya que surgen nuevas oportunidades y no sólo de herramientas para comunicarse y compartir tu día a día, sino que ahora nace una nueva coyuntura al nivel de comercio para los pymes y microempresas posicionando su Marca a través estas plataformas, además instituciones a través de las mismas pueden dar a conocer a sus públicos metas, sus servicios y actividades.

REDES SOCIALES CON MÁS IMPACTO A NIVEL GLOBAL

Basado en el número mensual de usuarios activos, cuentas activas, audiencias publicitarias y usuarios mensuales únicos.

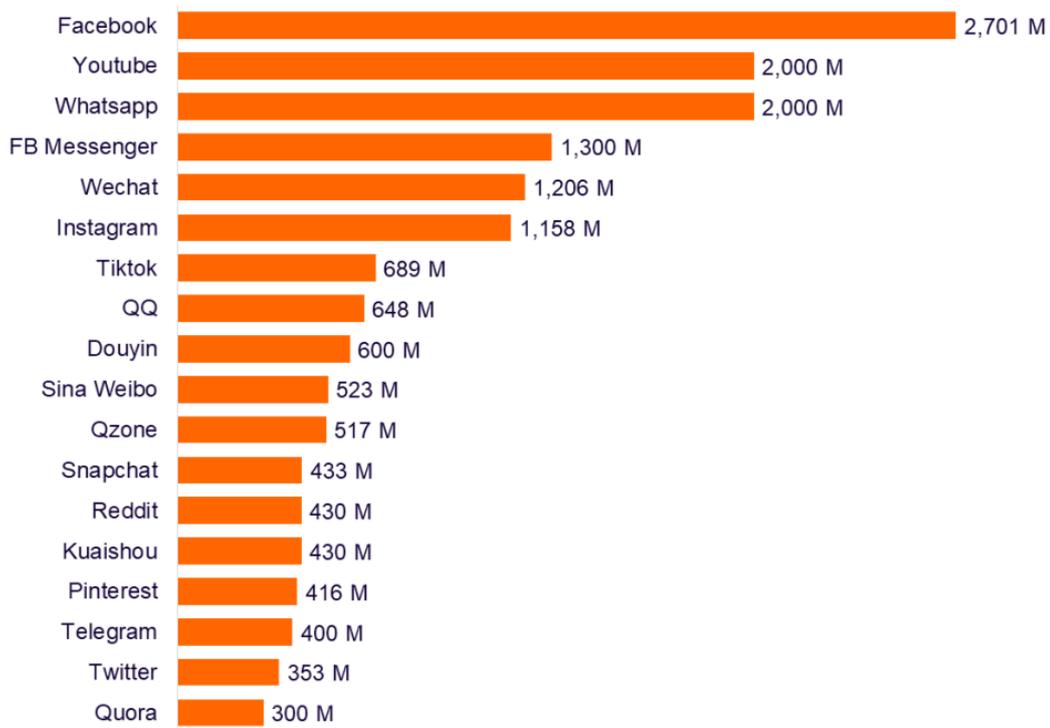


Imagen 2 “Porcentaje de redes sociales mas utilizadas”

Fuente: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Ffilifebelt.com>

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

2.3.5 RED SOCIAL FACEBOOK

“En 2014, Facebook cumplió una década en funcionamiento y, a medida que ha pasado el tiempo, la comunidad ha crecido, la forma de compartir contenidos ha ido evolucionando y el volumen de estos no ha parado de crecer”. (Clavijo, 2015, pág. 19)

La palabra Facebook está formada por dos palabras inglesas que son:

“Face” que proviene del latín “facies” que significa “cara”, además de la expresión

“book” que quiere decir “libro” y deriva del germánico “boka” que es “letra”. El Facebook es un sitio web o red social que fue creado por tres personas: Mark Zuckerberg que es un programador y

empresario estadounidense, junto con Eduardo Saverin y Chris Hughes, que fueron compañeros de Harvard, juntos idearon e impulsaron la creación de esta popular red social; pero fue en el 2010 que se realizó su inauguración. Con el tiempo se ha convertido en una de las más importantes redes sociales.

Entre las principales características de la red social Facebook podemos indicar:

- Registro de amigos, en ella el usuario puede agregar cuando crea conveniente a cualquier persona que conozca y está registrada previamente en la misma App, siempre y cuando esta última acepte su invitación.
- Páginas de fans page, es una de las opciones más usadas en esta plataforma, ya que permite reunir a personas con intereses comunes.
- El muro es un espacio que permite que tanto los usuarios como sus amigos escriban mensajes para que todos los lean.
- Permite añadir imágenes y videos, tener una comunicación directa en su
- Facebook Messenger, video llamada o transmisión en vivo.



Imagen 3 “Facebook”

Fuente: <https://dianacamposcandanedo.com/wpcontent/uploads/2015/05/Facebook-algoritmo-estrategia.jpg>

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

2.3.6 FACEBOOK Y SU IMPACTO SOCIAL

En el libro *Lo virtual señala*

“Lo virtual “es una forma de ser que favorece los procesos de creación, abre horizontes, cava pozos llenos de sentido bajo la

superficialidad de la presencia física inmediata". (Piscitelli, 2014, pág. 68)

Facebook ha logrado unificar el mundo pasado y el presente; por medio de esta plataforma se conectan los usuarios con la tecnología; por esto se ha convertido en una red social virtual que no necesita de la presencia física para poder interactuar entre 1 o más personas; su funcionamiento es con un colectivo y promueve lazos de amistad que permite la reproducción de la red y la creación de nuevos vínculos, además de la retroalimentación entre sus usuarios

Así, la evolución de las redes sociales trae consigo nuevas formas de conectividad, que trabajan en un escenario llamado ciberespacio en el cual se desempeña un nuevo papel en las relaciones y transformaciones sociales, producir cambio en la sensibilidad, encuentros e inteligencia.

2.3.7 INFLUENCIA DE FACEBOOK EN ECUADOR

En el artículo la nueva era de comunicarse.

Álvarez (2013) afirma:

"Las redes sociales desde su apareamiento en Ecuador, alrededor del año 2003, se han convertido en un nuevo sistema de entretenimiento y también de información, y ha posibilitado un nuevo espacio de interacción. (Pag.23)

Desde que la red social Facebook se tradujo al español en el año 2007, su uso se extendió por toda Latinoamérica. En un principio la llegada a Ecuador no tuvo la acogida esperada, ya que la red social Hi5 mantenía su puesto siendo el número uno entre los ecuatorianos; pero poco a poco Facebook ha tomado fuerza y ha destronado las anteriores redes sociales como Sónico, Hi5 y My space que tuvieron acogida en el país.

El mundo atraviesa por un híper conectividad y Ecuador no es la excepción, a través de Facebook se ha dado paso a una lógica de consumo, por el constante bombardeo de publicidad que ayuda a las transnacionales a vender productos y servicios. Así, varias transnacionales de telecomunicaciones en Ecuador, como

Movistar, Claro, y CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones) han aumentado la venta de “teléfonos inteligentes”, y proporcionan paquetes de internet que permiten una conexión en cualquier parte y momento del día, el consumo de contenidos en estos dispositivos también aumenta, entre los que se destaca la visualización de vídeos y el uso de Facebook. Esta red social genera un nuevo espacio para la sustentabilidad de los lazos en el tiempo y la permanencia de amigos, con los cuales se puede mantener contacto a lo largo de los años. También ha permitido romper algunas de las barreras sociales, debido a que en la red un anónimo gana popularidad, así como un discriminado tiene igualdad.

2.3.8 COMUNICACIÓN

El libro *los procesos de comunicación* dice:

” La comunicación es el proceso de transmisión de mensajes a receptores por medio del intercambio de símbolos o códigos a través de canales que llevan las señales, (Beltrán, 1980). (Jaen, Lourde, Garcia&Susana, 2006).

Al saber que la palabra comunicación tiene su origen en el latín

“Comunicare, que significa compartir algo, o poner en común, ellos describen la comunicación como el proceso más importante en las relaciones interpersonales. Teniendo claro que toda conducta es parte de la comunicación.”

En el repositorio académico digital de la Universidad Autónoma de Nueva León, se menciona la teoría de Laswell, la misma que indica:

La importancia de las fuentes en el proceso comunicativo fue destacada ya por Laswell (1948), en su conocida frase “Quién dice que, por qué canal, a quién y con qué efectos.” (Ballesteros, 2015)

Laswell analizó todas las variables que el individuo posee, al momento de transmitir una información, algo esencial para cualquier comunicación, debido a que, el emisor se puede dar cuenta que, si el canal que está utilizando es el apropiado para que su información, llegue de una manera entendible al receptor.

2.3.9 PROCESOS DE LA COMUNICACIÓN

El libro procesos de la comunicación.

Robbins (2014) afirma:

Para que la comunicación tenga lugar, debe existir un propósito expresado en un mensaje este empieza en el emisor agrupando un sin número de códigos, después lo traslada a través de un canal al receptor, el cual lo recibe y decodifica. Entonces vemos que la transferencia es el resultado de significado de una persona a otra.

(Pag.123).

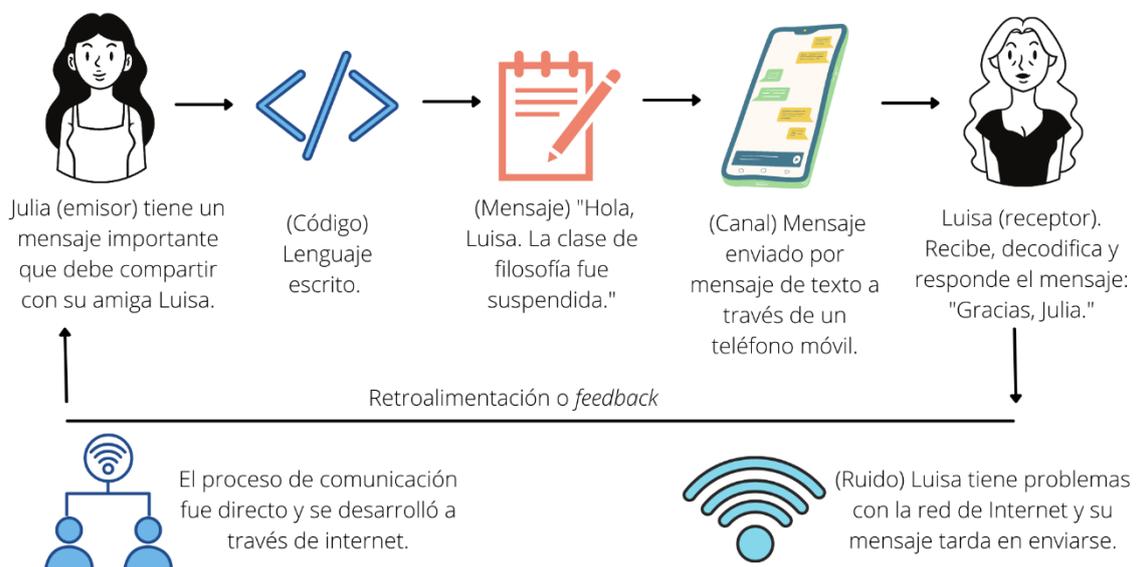


Imagen 4 “Esquema del proceso de la comunicación”

Fuente: <https://s1.significados.com/foto/proceso-de-comunicacion.png>

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

Es importante saber que el proceso básico de comunicación es cuando una misma persona es decir el emisor se pone en contacto con otra que sería el receptor a través de un mensaje el cual es enviado por un canal:

Emisor: El emisor es quién emite el mensaje hacia uno o varios destinatarios.

Codificación: básicamente es el proceso a través del cual el emisor prepara el mensaje para que pueda ser comprendido por el receptor en esta forma es como el

emisor elabora un mensaje que va a depender del contenido de lo que se quiera comunicar del Canal que elija para divulgar lo del momento y del lugar donde se va a transmitir la información el lenguaje que se va a utilizar y la cultura que posee Quién lo va a recibir en ese momento

Mensaje: es sin duda alguna el contenido de la comunicación que el emisor transmite con una intención para asegurar la interpretación adecuada del mensaje que se está emitiendo es necesario que el emisor conozca a quién se está dirigiendo sus conocimientos sus costumbres y su cultura para que pueda ser transmitido de una manera clara un mensaje debe ser claro para que el receptor comprenda el contenido del mensaje y así brinda el emisor una seguridad para que el mismo sea captado de la manera correcta

Canal: Es el medio a través del cual el mensaje llega a su destinatario Cómo pueden ser cartas, teléfonos, radios, diarios, correos electrónicos, revistas, conferencias, etc.

Decodificación: Definición es el proceso en el cual el receptor de la comunicación trata de entender el mensaje recibido Por lo cual debe interpretar lo que el emisor quiso emitir

Receptor: Es hacia el cual va dirigido el mensaje ya sea individuos o grupos de individuos en el momento

Retroalimentación: El receptor se convierte en un emisor al dar una respuesta del mensaje una vez ya decodificado de esa manera se retroalimenta la comunicación puede ser positiva o negativa, cuando la comunicación tiene un lugar entre dos personas la retroalimentación es más rápida y directa en el caso de una organización que las comunicaciones son más masivas se utilizan encuestas o entrevistas para medir los efectos de lo comunicado.

2.3.10. RECEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN

En el libro la recepción es un lenguaje.

Goicochea (2017) afirma:

“La comunicación humana es un proceso dinámico porque está en continuo movimiento; es inevitable porque se requiere para la

transmisión de significados; irreversible: porque una vez realizada, no puede regresar, borrarse o ignorarse; bidireccional porque existe una respuesta en ambas direcciones y verbal y no verbal porque implica la utilización de ambos lenguajes”. (Pag.23)

Últimamente se están realizando diversas investigaciones acerca de la importancia que tienen los mensajes que envía, recibe, o decodifica el usuario, que a través del tiempo van transformándose cuando se realiza un estudio comunicacional, desde distintas perspectivas, ya sean estas cultural, políticas, económicas, demográficas, etc. Utilizando así diversos medios o canales de comunicación, llegando con mayor o menor impacto en la sociedad. Por lo tanto, es necesario la comunicación bidireccional porque este se desplaza en dos direcciones orientados a un solo objetivo: mensaje.

2.3.11 DESARROLLO COMUNICACIONAL EN LOS JÓVENES.

La relación entre colectivos específicos y el papel de los medios de comunicación ha sido ampliamente abordada como objeto de estudio desde múltiples perspectivas: representación mediática, tratamiento informativo, construcción de representaciones, creación de estereotipos, etc. El caso de la relación entre jóvenes y medios no ha sido ajeno a dicha tendencia como lo corroboran los abundantes trabajos realizados en nuestro país desde instituciones como el Instituto de la Juventud (INJUVE), el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), la Fundación de Ayuda a la Drogadicción (FAD) o la Fundación Santa María.

Como señalan Rodríguez y Megías (2016), los medios de comunicación aparecen como influyentes agentes sociales a la hora de “legitimar” la realidad, “no se puede negar la importancia capital de los medios de masas a la hora de dar carta de naturaleza a opiniones, tendencias, creencias, expectativas, etc.” Por tanto, los profesionales de la comunicación (periodistas y comunicadores) forman parte activa en los procesos de en culturización juvenil, aunque, sin embargo, ellos mismos (los profesionales), raramente reflexionen críticamente sobre su función.

La producción comunicativa por parte de los medios considerados tradicionales (prensa, radio y televisión) ha estado regida por modelos institucionales. Teorías como la agenda setting o el gatekeeper para la selección informativa, o la de

la pirámide invertida como fórmula narrativa, que siguen plenamente vigentes en la actualidad, remiten a unas formas de producción determinadas por los intereses de las industrias culturales. La labor mediadora de los comunicadores en este sentido obedece a intereses comunicativos que determinan la selección y tratamiento de los temas, acontecimientos y realidades juveniles (informativas y de entretenimiento principalmente), proponiendo modelos de explicación e interpretación de los mismos. Los medios por tanto determinan en buena parte la agenda juvenil reforzando ideológicamente sus visiones de la realidad.

Los modelos sociales de la juventud reflejados en los medios tienden a reforzar una imagen mediática distorsionada donde los elementos conflictivos y negativos se erigen como principales referentes argumentativos, lo que refuerza la necesidad social institucional de controlar dichos comportamientos desviados de la norma: de riesgo, asociales, inmaduros y exentos de responsabilidad. Este discurso mediático resignifica entre la opinión pública “la idea de que hay que actuar rápida y contundentemente sobre estos jóvenes que ponen en peligro el orden” (Guemureman y Otros, 2017:21).

A este respecto es importante señalar la función legitimadora de los discursos que se les confiere a las fuentes informativas en los relatos comunicativos. Tradicionalmente son las fuentes institucionales y/o sus representantes quienes legitiman los discursos comunicativos sobre la juventud, reforzando la respuesta institucional como garante de la normalización social, “la respuesta institucional, predominante en los relatos de las noticias sobre juventud, tiende a mostrar la estabilidad del mundo adulto frente a la irresponsabilidad e inestabilidad del mundo juvenil. En muchos casos, los temas seleccionados, así como su tratamiento inciden en una visión inculpatoria del colectivo juvenil: donde los miembros de dicho colectivo aparecen como los principales responsables de las situaciones adversas que les ocurren (adicciones, irresponsabilidad y falta de madurez, ausencia de iniciativas...etc.)” (Alcoceba y Mathieu, 2018:128).

Los discursos mediáticos tienden por tanto a normalizar y legitimar el mundo juvenil desde la perspectiva de las instituciones (públicas y organizacionales) del mundo adulto. Desde los medios, los comunicadores refuerzan sus argumentaciones con opiniones, comentarios, soluciones, etc., provenientes de personajes pertenecientes a dichas instituciones (políticos, agentes de autoridad, responsables

empresariales...) y raramente lo hacen tomando en cuenta las opiniones de los protagonistas, que suelen aparecer como personajes del relato sin derecho a aportar opiniones sobre dichas realidades. Desde los propios medios se señala la necesidad de mejorar el tratamiento informativo sobre la juventud (Pueyo, 2017):

- Situar al joven como destinatario activo de los mensajes que le afectan.
- Rehuír los prejuicios que circulan sobre la irresponsabilidad y la falta de madurez de los jóvenes (la infantilización produce rechazo y no promueve la identificación).
- Diversificar las fuentes de información fiables.
- Recordar que los esquemas de valores propios de los jóvenes no lo son tanto por la edad como por su experiencia social.

Este tratamiento “enfatisa las relaciones de poder, desiguales, entre jóvenes y adultos” (Revilla, 2017:114), que se observa en la mayoría de los temas en los que aparecen reflejadas las personas jóvenes. Así, las informaciones sobre la situación de la gente joven en la mayor parte de los casos se centran “en señalar el conflicto teniendo por objeto en última instancia la adaptación a las normas establecidas...ofreciendo una visión negativa de las prácticas juveniles” (Alcoceba y Mathieu, 2008:128).

2.3.12 MARCO CONCEPTUAL

El autor, considera importante que las categorías conceptuales que maneja esta investigación son:

Comunicación: La comunicación es un proceso que necesita un receptor, emisor y un mensaje para transmitir una información, y es vital para las personas en la sociedad. Sin comunicación no podríamos realizar nuestras actividades. **Internet:** sin duda alguna el mejor avance de la tecnología de los últimos años es una red de computadoras que se encuentran interconectadas a nivel mundial para compartir información. Se trata de una red de equipos de cálculo que se relacionan entre sí a través de la utilización de un lenguaje universal.

Web: La web es el diminutivo de world wide web o www cuyas tecnologías para su funcionamiento (HTML, URL, HTTP) fueron desarrolladas en el año 1990 por Tim Berners Lee.

Para usar la web es necesario tener acceso a internet y un navegador web, por la cual se solicita una página dinámica llamada también página web el navegador web como, por ejemplo, Google Chrome, se comunica con el servidor web mediante el protocolo web o HTTP (hypertext transfer protocol) para entregar la petición deseada.

Redes sociales: Son herramientas que agrupan personas que buscan conectar con otros individuos para compartir ideas, pensamientos y contenidos en el mismo sitio online.
Comunity manager: Persona encargada de manejar, crear contenido y administrar redes sociales, llevando una línea de comunicación previamente diseñada.

Facebook: Es una red social, una de las más utilizadas se pensada para conectar personas, es decir, compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con amigos y familiares. Se trata de la plataforma social más grande y popular de todas las existentes en la actualidad.

Procesos de la comunicación: El proceso básico de comunicación es cuando en el mismo una persona “emisor” se pone en contacto con otra “receptor” a través de un mensaje (el cual es enviado por medio de un canal) y espera que esta última dé una respuesta ante lo que se le ha transmitido.

Influencia de Facebook: En la actualidad Facebook es usado por más de 2.701 millones de personas y ha sido traducido en 40 idiomas diferentes. Desde el 2006 que apareció, revoluciono a la sociedad, facilitando la interacción entre los usuarios.

Impacto comunicacional: Siempre la comunicación política fue indispensable para el funcionamiento del sistema político, pero en tiempos recientes, el desarrollo vertiginoso de los medios de comunicación social y la evolución tecnológica que lo ha acompañado ha producido una modificación cualitativa de su influencia, a la que se denomina impacto comunicacional. Cada vez tiende a ser más cierta la expresión "Política igual a comunicación"

2.3.12 Marco legal

La Constitución de la República del Ecuador en los siguientes

Artículos: Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior. 2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Ley Orgánica de Comunicación

Art 4: Contenidos personales en internet. - Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet. Medios de comunicación social Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de

frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet. Art 5.- Medios de comunicación social Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet. Art. 60.- Difusión de contenidos en medios audiovisuales. - La producción y difusión por suscripción, dirigidos a las audiencias de todo público y con vigilancia de un adulto, en horario de 6:00 a 22:00 horas, deben realizarse respetando los derechos 25 constitucionales y la dignidad de las audiencias y de las personas participantes o referidas en tales programas. Los programas, películas, documentales, series o novelas que puedan contener ideas, imágenes, diálogos, reales o ficticios, contrarios al respeto y ejercicio de los derechos solo podrán difundirse por los medios audiovisuales, de señal abierta y por suscripción, para audiencias de adultos en la franja horaria que va desde las 22:00 hasta 6:00 horas.

2.4. TÉCNICAS APLICADAS

El presente trabajo de investigación se considera que es un diseño no experimental guión- transaccional ya que no se alteran las variables, en este contexto del uso de la red social Facebook y su influencia en el desarrollo comunicacional en los jóvenes del cantón Alfredo Baquerizo Moreno.

Además, esta investigación es de tipo descriptivo porque descubre una realidad dentro de esta sociedad, por lo tanto, sigue una línea fenomenológica porque se fundamenta en la búsqueda cualitativa de información y orienta la relación que existe entre el sujeto- objeto para acercarse y a la vez analizar el objeto de esta manera consciente, en pocas palabras ayudar a descubrir las causas de lo que se requiere investigar mediante la experiencia e interpretación de la misma.

El análisis de la influencia que ejerce el uso de la red social Facebook en los jóvenes esta referenciado en la recolección de datos cualitativos, es decir, se realizará una

encuesta digital con preguntas estructuradas a los jóvenes del Cantón Jujan para valorar desde una perspectiva más técnica el proceso de estudio, mediante la técnica FODA, para analizar y obtener una visión más clara de los aspectos positivos y negativos que conllevan el uso del Facebook como medio de comunicación entre los jóvenes.

2.5. RESULTADOS OBTENIDOS

2.5.1. ENCUESTA

La técnica utilizada en el presente estudio de caso es la encuesta y según (Lopez Roldán & Fachelli, 2016, pág. 8) *“es una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida. La recogida de los datos se realiza a través de un cuestionario, instrumento de recogida de los datos (de medición)”*. Por lo tanto, esta técnica ofrecerá la opción de una respuesta aclaratoria y otras delimitadas bajo un número de opciones múltiples donde el encuestado escogerá de acuerdo a su criterio de intencionalidad. Este direccionamiento dará un mayor control al encuestador sobre los resultados. La encuesta del presente estudio de caso está dirigida hacia los jóvenes del Cantón Alfredo Baquerizo Moreno, los cuales conforman una población total de 102 encuestados y su estructura se delimita por once reactivos para el objeto de estudio.

2.5.2. CUESTIONARIO

La utilización del instrumento cuestionario en las encuestas puede resultar indiferente, así como la aplicación de la observación en la investigación de campo; por tal motivo de acuerdo con (Pozzo, Borgobello, & Pierella, 2018) es pertinente identificar plenamente sus direccionamientos o utilidad, indicando que consiste en *“una serie de preguntas abiertas o cerradas respecto a las variables a medir y que probablemente sea el instrumento de mayor utilidad investigativa por la facilidad que brinda al manejar los datos”* (p. 2).

Por lo tanto, si brinda una mayor facilidad para manejar los datos a obtener también infiere sobre la persona encuestada al mantener un anonimato más definido que al entablar una encuesta cara a cara o entrevista. Bajo esta modalidad de anonimato, el índice de intimidación baja y la actitud de confianza aumentan para contestar preguntas de una forma más precisa.

2.5.3 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

ENCUESTA APLICADA A LOS JÓVENES DEL CANTÓN ALFREDO BAQUERIZO MORENO EN EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: LA RED SOCIAL FACEBOOK EN EL DESARROLLO COMUNICACIONAL DE ESTE GRUPO POBLACIONAL.

1.- ¿Tiene usted una cuenta de red social Facebook?

Tabla #1: Tiene cuenta en Facebook

Tiene cuenta en Facebook	Frecuencia
SI	87,3%
NO	12,7%
Total	100%

Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

Gráfico N° 1: Tiene cuenta en Facebook



Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

Análisis

De acuerdo a los resultados se determina que el 87,3% de los jóvenes encuestados registran que, si poseen una cuenta en la red social facebook, mientras que el 12,7% manifiesta que no; se deduce que la mayoría de los jóvenes disponen de una cuenta en esta red social.

2.- ¿Qué le animó a unirse a esta red social?

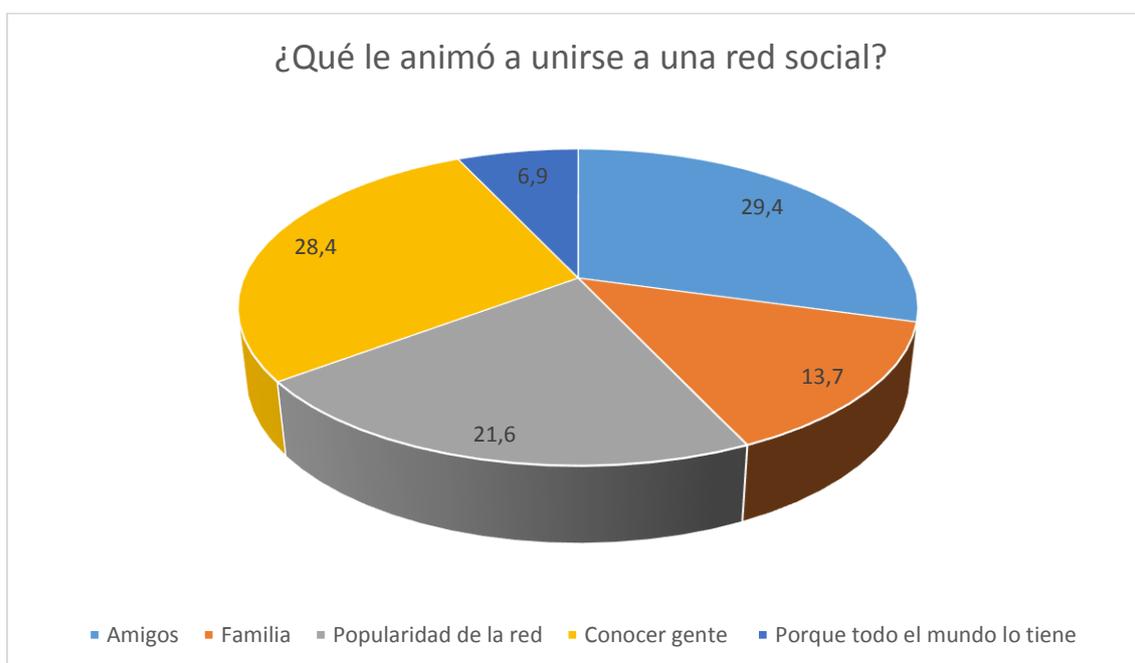
Tabla #2: ¿Qué le animó a unirse a una red social?

¿Qué le animó a unirse a una red social?	Frecuencia
Amigos	29,4%
Familia	13,7%
Popularidad de la red	21,6%
Conocer gente	28,4%
Porque todo el mundo lo tiene	6,9%
Total	100%

Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

Gráfico N° 2: ¿Qué le animó a unirse a una red social?



Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

Análisis

De acuerdo a los resultados se determina que el 29,4% de los jóvenes encuestados registran que se animaron a unirse a Facebook por los amigos, un 28,4% se unieron para conocer nuevas personas, el 21,6% establece que lo hizo por la popularidad que tiene esta red, mientras el 13,7% indica que se unieron a Facebook por la familia, finalmente el 6,9% añade porque todo el mundo lo tiene; se deduce que la mayor parte de los jóvenes se animaron a unirse a Facebook por los amigos.

III. CONCLUSIONES

De acuerdo a este estudio de investigación se puede concluir que los jóvenes entre 16 a 24 años de edad encuestados declaran que un 83,7% poseen una cuenta de Facebook de este porcentaje se procedió a realizar un análisis por medio de la herramienta F.O.D.A. para evidenciar las ventajas y desventajas del uso de esta red social.

Fortaleza:

- Aumenta el uso de las tecnologías por parte de los adolescentes.
- Es una herramienta de libre expresión, donde cada persona da a conocer su opinión.
- Facilita las relaciones entre las personas evitando todo tipo de barreras culturales como físicas.

Oportunidades:

- La interacción con personas de diferentes ciudades o países.
- Plataforma de uso gratuito (redes gratuitas cualquier persona puede acceder a ellas)
- Aparecen nuevos equipos tecnológicos que permiten acceder a las redes sociales.

Debilidades:

- Los jóvenes no tienen control de acceso y límites a Facebook.
- Su uso cada vez inicia a temprana edad.
- Cambios de estados de ánimos y comportamiento.

Amenaza:

- Se puede llegar a conocer o contactar con abusadores, extorsionadores y delincuentes que no se conocen como tal ya que mienten en su perfil.
- Acoso psicológico (Cyberbullying) por parte de sus compañeros o desconocidos a través de esta red social.
- Vulneración de la vida personal por exposición de imágenes o videos subidos a esta red.

IV. RECOMENDACIONES

Concienciar en los jóvenes a través de charlas sobre un mejor uso, posibles riesgos y vulnerabilidades que se exponen al interactuar en la red social Facebook y de esta manera mejorar los niveles de percepción de riesgos que pueden tener en las mismas.

Facebook puede ser utilizado como un vínculo importante de interacción dentro del desarrollo estudiantil de los jóvenes, facilitando el desarrollo de actividades escolares entre los profesores y los estudiantes debido a que pueden utilizar los grupos cerrados para compartir información y desarrollo de asignaciones e investigación, pero debe existir la debida orientación de seguridad para evitar cualquier tipo de problemática derivada de la fuga de información o institucional.

El efecto comunicacional que tiene esta red social en los jóvenes en simetría con las relaciones interpersonales es un tema complejo que necesitaría mayor atención en la discusión pública e incluso políticas precisas para su abordaje. Con el propositivo de aportar a la comprensión del uso de las nuevas tecnologías digitales y sus efectos en los procesos de comunicación en el espacio social.

Una vez evidenciado los resultados de la encuesta sobre que los jóvenes pasan más de 5 horas diarias conectados a esta red social se sugiere que para estrechar los vínculos afectivos y relacionales de este grupo poblacional hay que probar la comunicación valorando las culturas diversas desde una mirada crítica. Desde esta perspectiva, es necesario, mostrar a los jóvenes opciones innovadoras e interesantes para que se desenchufen de la tecnología, es decir, establecer lineamientos de convivencias en las relaciones sociales tanto familiar, amigos, compañeros y entre otros, especialmente en cuanto al uso de la tecnología. Esta práctica podría disminuir la brecha comunicacional causada por las destrezas tecnológicas de unos y las impericias de otros, provocar cambios positivos en la dinámica familiar y fortalecer la confianza y dialogo entre sus miembros en donde la coherencia, el respeto y el amor sean los pilares fundamentales.

Por último, se recomienda priorizar un tiempo de calidad para compartir en familia y otros grupos sociales tanto en calidad como en cantidad de tiempo de dedicación e involucrar en estos espacios a las personas de mayor edad.

V. BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez. (2013). Arias-Gómez, Jesús, Villasís-Keever, Miguel Ángel, Miranda Novales, María Guadalupe. (2016). *El protocolo de investigación III: La población de estudio*. *Revista Alergia de México*, 63 (2), 201-206. Recuperado el 9 de julio de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Cacciutto, M., Roldán, N. G., Castellucci, D. I., Corbo, Y. A., & Cruz, G. y. (2016). *Medios de Comunicación y gobernanza turística en Mar del Plata*. Mar del Plata: Universidad Nacional de la Patagonia Austral. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/2552/1/cacciutto.etal.2016.pdf>
- Cajo. (2016). Clavijo. (2015). Clavijo. (2015). *Análisis de redes. chile*. Obtenido de [https://www.google.com/search?q=clavijo+j.+%26+alfaomega+e.+\(2011\).+dise%C3%B1o+y+simulaci%C3%B3n+de+sistemas+microcontrolados+en+lenguaje+c&oq=Clavijo&aqs=chrome.1.69i57j0l5.3450j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=clavijo+j.+%26+alfaomega+e.+(2011).+dise%C3%B1o+y+simulaci%C3%B3n+de+sistemas+microcontrolados+en+lenguaje+c&oq=Clavijo&aqs=chrome.1.69i57j0l5.3450j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8)
- Dagfal. (2004). *Declaracion Universal de los Derechos Humanos. (1948). Declaracion Universal de los Derechos Humanos*. Obtenido de https://www.un.org/es/documents/udhr/UDHR_booklet_SP_web.pdf.
- Differences, 50 (2), 180-185. (DOI: 10.1016/j.paid. 2010.09.022). PISCITELLI, A. (2010). *El proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Barcelona: Ariel.
- VARAS-ROJAS, L.E. (2009). *Imaginario sociales que van naciendo en comunidades virtuales: Facebook, crisis analógica, futuro digital*. IV Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad, november 12-29. (www.cibersociedad.net/congres2009/actes/html/com_imaginario-sociales-que-van-naciendo-en-comunidades-virtuales-facebook_709.html) (30-10-2012).
- FLORES, J.M. (2009). *Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales*. *Comunicar*, 33, 73-81. (DOI <http://dx.doi.org/10.3916/c33-2009-02-007>).
- Gonzalez, C. (2015). *Turismo, desarrollo sostenible y percepción de los Stakeholders*. *Revista de Economía del Caribe*, 153-182. Recuperado el 6 de julio de 2019, de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/85748/DialnetTurismoDesarrolloSostenibleYPercepcionDeLosStakeho6143221.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gutiérrez, M.; Martí, J. M.; Ferrer, I.; Monclús, B.; Ribes, X. (enero -diciembre de 2014). *Los programas radiofónicos españoles de prime time en Facebook y twitter: Sinergias entre la radio convencional y las redes sociales*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 418 - 434. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81931771015.pdf>
- Herrera, J. (2017). *La Investigación Cualitativa*. Universidad de Guadalajara, Guadalajara. Obtenido de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/1167>
- Jaen, Lourde, Garcia&Susana. (2006). Jennifer Arreaga. (2017). *Estudios de las tradiciones montubias y su incidencia en la identidad cultural en los adolescentes de la comunidad Briceño del cantón Salitre de la provincia Guayas*. Universidad de Guayaquil Facultad de

Comunicación Social, Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil Facultad de Comunicación Social, Guayaquil.

Karlsen; Jenkins y Livingstone cit por cardoso. (2009). *Ley Orgánica de Comunicación. (2013). Ley Orgánica de Comunicación. Asamblea Nacional, Guayaquil. Obtenido de http://www.arcotel.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf Ley Orgánica de Comunicación. (2013). Ley Orgánica de Comunicación - Clasificación de audiencias y franjas horarias. Obtenido de http://www.arcotel.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf*

López Virales, N., & Leire Gómez, R. (23 de noviembre de 2015). *El megazine radiofónico: La evolución de un formato híbrido de éxito en las cadenas generalistas. Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 1-5. Obtenido de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/66623/Art5.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

López-Roldán, P.; Fachelli, S. (2015). *La Encuesta. En Metodología de la Investigación Social Cuantitativa (pág. Parte II Sección 3). Barcelona, España.* Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf

Macias, cit a Dance. (2013). Martín Alfredo Becerra. (2017). *El campo de la comunicación y la cultura como reflejo y agencia en Iberoamérica.* Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación.

SOEP, E. (2012). *Generación y recreación de contenidos digitales por los jóvenes: implicaciones para la alfabetización mediática.* Comunicar, 38, 93-100. (DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C38-20-12-02-10>).

VI. ANEXOS

ENCUESTA APLICADA A LOS JÓVENES DEL CANTÓN ALFREDO BAQUERIZO MORENO EN EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: LA RED SOCIAL FACEBOOK EN EL DESARROLLO COMUNICACIONAL DE ESTE GRUPO POBLACIONAL.

1.- ¿Tiene usted una cuenta de red social Facebook?

Tabla #1: Tiene cuenta en Facebook

Tiene cuenta en Facebook	Frecuencia
SI	87,3%
NO	12,7%
Total	100%

Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

Gráfico N° 1: Tiene cuenta en Facebook



Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

Análisis

De acuerdo a los resultados se determina que el 87,3% de los jóvenes encuestados registran que, si poseen una cuenta en la red social Facebook, mientras que el 12,7% manifiesta que no; se deduce que la mayoría de los jóvenes disponen de una cuenta en esta red social.

2.- ¿Qué le animó a unirse a esta red social?

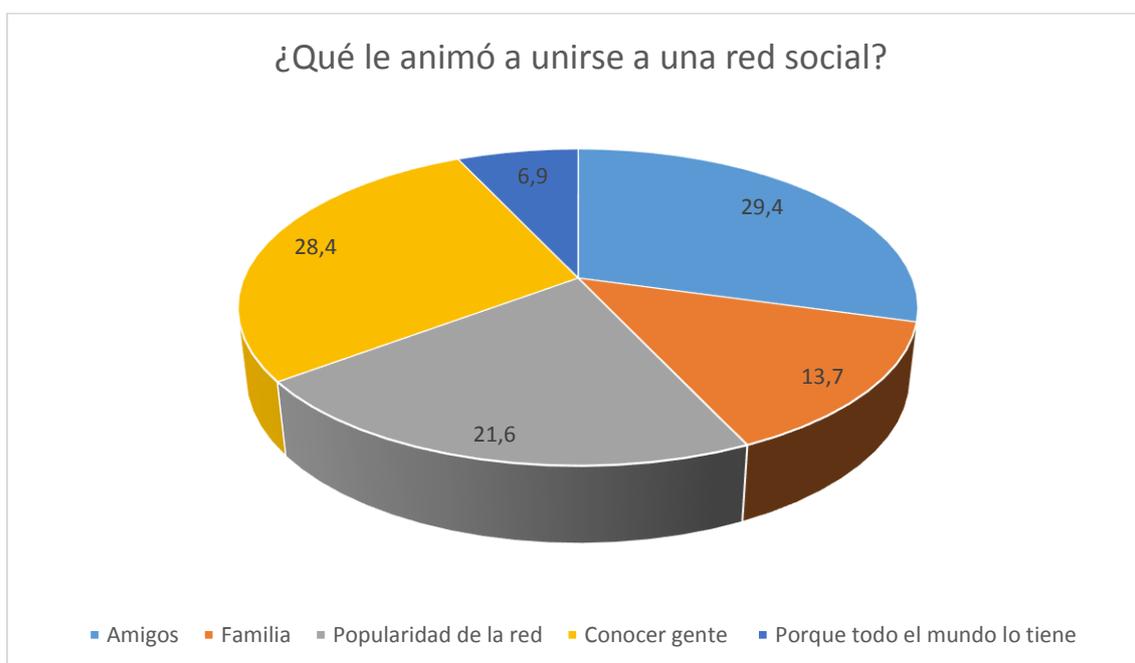
Tabla #2: ¿Qué le animó a unirse a una red social?

¿Qué le animó a unirse a una red social?	Frecuencia
Amigos	29,4%
Familia	13,7%
Popularidad de la red	21,6%
Conocer gente	28,4%
Porque todo el mundo lo tiene	6,9%
Total	100%

Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

Gráfico N° 2: ¿Qué le animó a unirse a una red social?



Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

Análisis

De acuerdo a los resultados se determina que el 29,4% de los jóvenes encuestados registran que se animaron a unirse a Facebook por los amigos, un 28,4% se unieron para conocer nuevas personas, el 21,6% establece que lo hizo por la popularidad que tiene esta red, mientras el 13,7% indica que se unieron a Facebook por la familia, finalmente el 6,9% añade porque todo el mundo lo tiene; se deduce que la mayor parte de los jóvenes se animaron a unirse a Facebook por los amigos.

3.- ¿Cuántas horas promedio está conectado a Facebook?

Tabla #3: ¿Cuántas horas promedio está conectado a Facebook?

¿Cuántas horas promedio está conectado a Facebook?	Frecuencia
45 minutos	18,6%
1hora-3horas	18,6%
4horas-5horas	25,5%
Más de 5 horas	34,3%
Fines de semana	2,9%
Total	100%

Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio

Gráfico N° 3: ¿Cuántas horas promedio está conectado a Facebook?



Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio

Análisis

De acuerdo a los resultados se determina que el 34,3% de los encuestados expresan que están conectados a Facebook más de 5 horas, el 25,5% manifiesta que se conectan de 4 a 5 horas, el 18,6% agregó que 45 minutos, el 18,6 dice de 1 a 3 horas, mientras el 2,9% indicó que solo los fines de semanas; se deduce que la mayoría de los jóvenes pasan conectados a Facebook más de 5 horas.

4.- ¿Le ayuda está red social a relacionarse mejor?

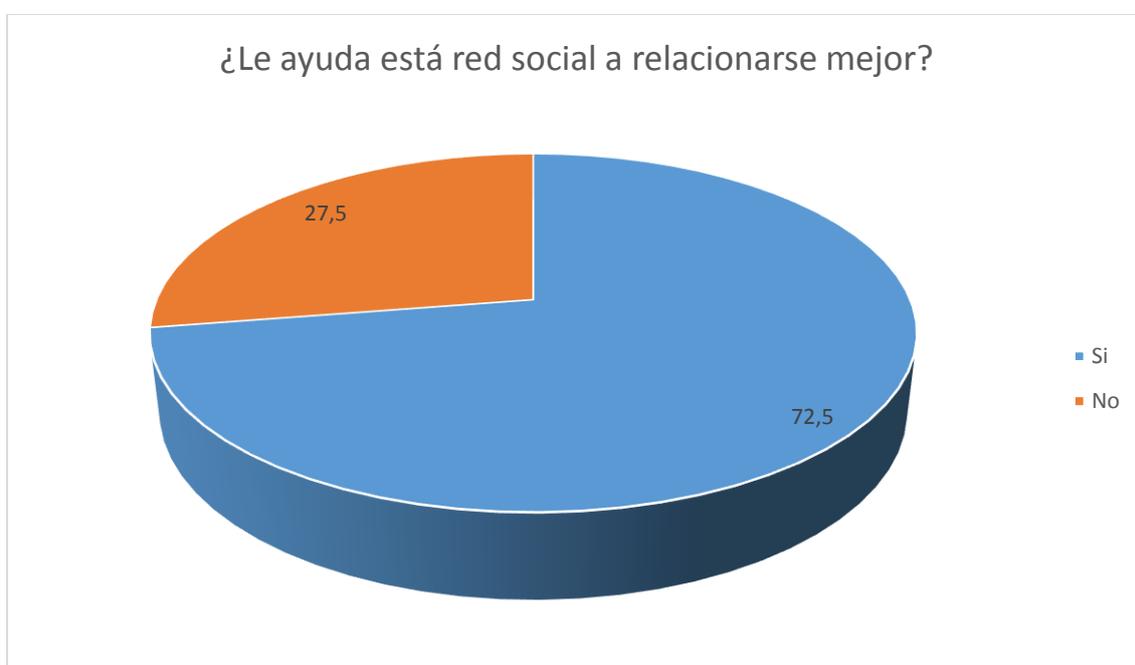
Tabla #4: ¿Le ayuda está red social a relacionarse mejor?

¿Le ayuda está red social a relacionarse mejor?	Frecuencia
SI	72,5%
NO	27,5%
Total	100%

Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

Gráfico N° 4: ¿Le ayuda está red social a relacionarse mejor?



Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio

Análisis

De acuerdo a los resultados se establece que el 72,5% de los jóvenes encuestados declaran que la red social Facebook los ayuda a relacionarse de una mejor manera, mientras que el 27,5 manifiesta que no; se deduce que la mayor parte de los jóvenes utilizan esta red para relacionarse de mejor manera.

5.- ¿Acepta todas las solicitudes de amistad que recibe?

Tabla #5: ¿Acepta todas las solicitudes de amistad que recibe?

¿Acepta todas las solicitudes de amistad que recibe?	Frecuencia
SI	46,1%
NO	53,9%
Total	100%

Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

Gráfico N° 5:



Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio

Análisis

De acuerdo a los resultados se determina que el 53,9% de los jóvenes encuestados confiesan que no aceptan todas las solicitudes de amistad que reciben, el 46,1% que sí; se deduce que los encuestados no aceptan solicitudes de personas desconocidas.

6.- ¿Se conecta usted a la red social Facebook desde?

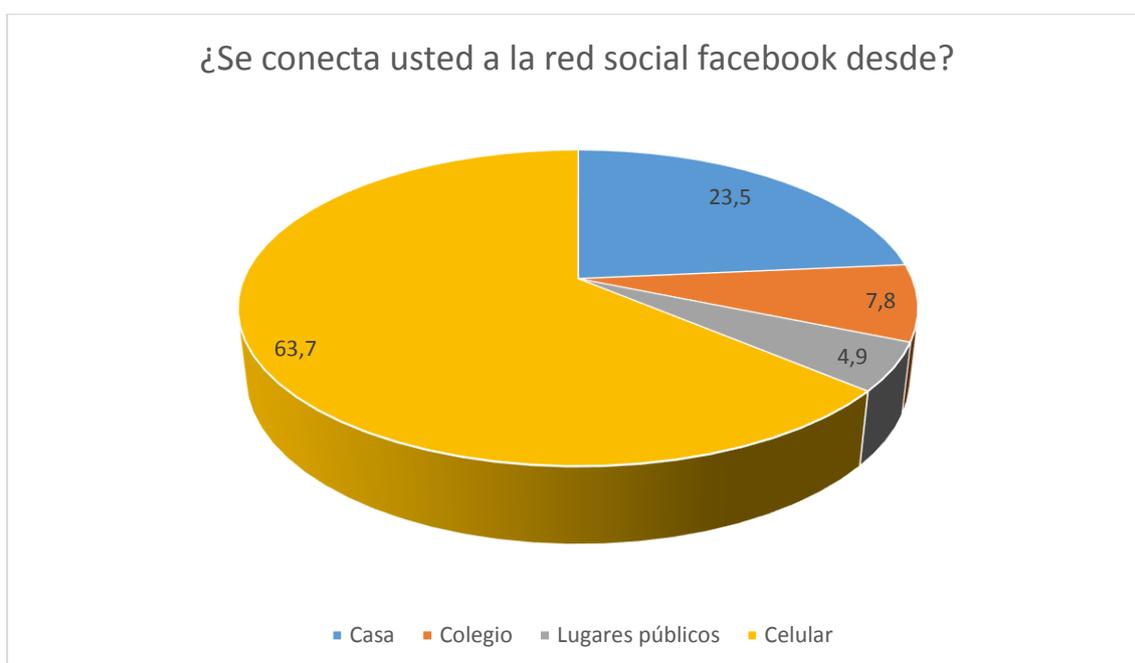
Tabla #6: ¿Se conecta usted a la red social Facebook desde?

¿Se conecta usted a la red social Facebook desde?	Frecuencia
Casa	23,5%
Colegio	7,8%
Lugares públicos	4,9%
celular	63,7%
Total	100%

Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio

Gráfico N° 6: ¿Se conecta usted a la red social Facebook desde?



Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio

Análisis

De acuerdo a los resultados se evidencia que el 63,7% de los jóvenes encuestados expresan que se conectan por medio del celular, el 23,5% desde casa, el 7,8% agregó que, desde el colegio, el 4,9% dice en lugares públicos; se deduce que la mayoría de los jóvenes se conectan a esta red desde sus celulares.

7.- ¿El nombre de su cuenta de Facebook son sus nombres verdaderos?

Tabla #7: ¿El nombre de su cuenta de Facebook son sus nombres verdaderos?

¿El nombre de su cuenta de Facebook son sus nombres verdaderos?	Frecuencia
SI	80,4%
NO	19,6%
Total	100%

Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

Gráfico N° 7: ¿El nombre de su cuenta de Facebook son sus nombres verdaderos?



Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio

Análisis

De acuerdo a los resultados se establece que el 80,4% de los jóvenes encuestados confiesan que, si usan sus nombres verdaderos, mientras que el 19,6% expresa que no; se deduce que una gran parte de los jóvenes usan sus nombres verdaderos en esta red social.

8.- ¿Es indispensable estar conectado a esta red social?

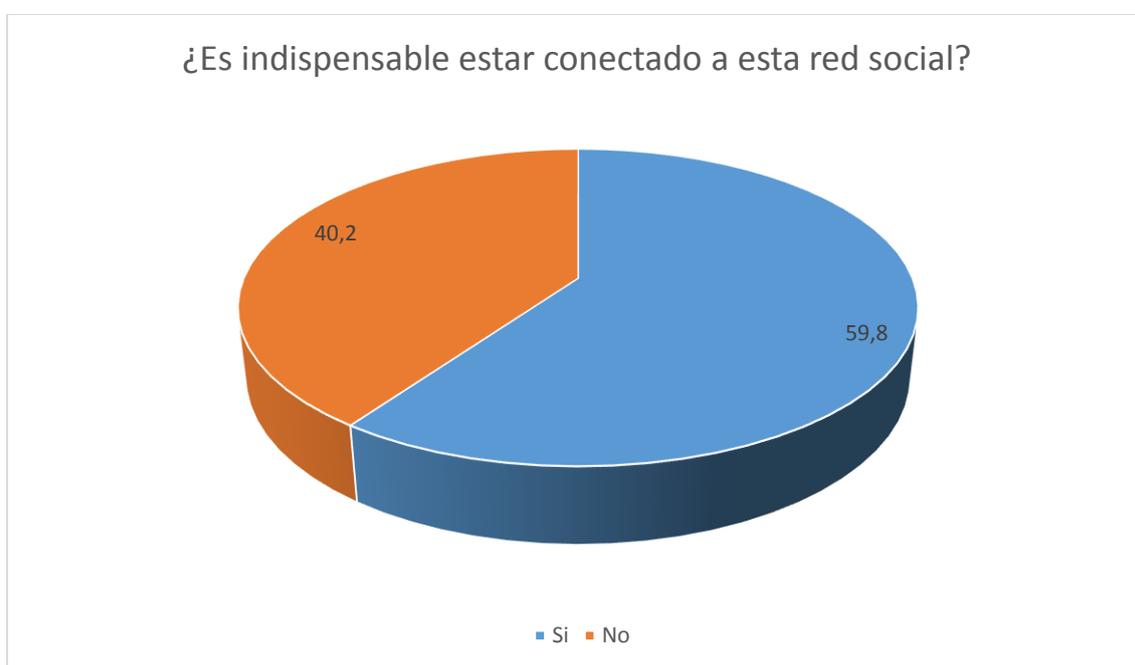
Tabla #8: ¿Es indispensable estar conectado a esta red social?

¿Es indispensable estar conectado a esta red social?	Frecuencia
SI	59,8%
NO	40,2%
Total	100%

Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

Gráfico N° 8: ¿Es indispensable estar conectado a esta red social?



Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio

Análisis

De acuerdo a los resultados se determina que el 59,8% de los jóvenes encuestados declaran que no es indispensable estar conectado a esta red social, el 40,2 dice que no; se deduce que esta red no es indispensable en la vida cotidiana de este grupo poblacional.

9.- ¿Te ayuda de alguna manera esta red social a olvidar tus problemas?

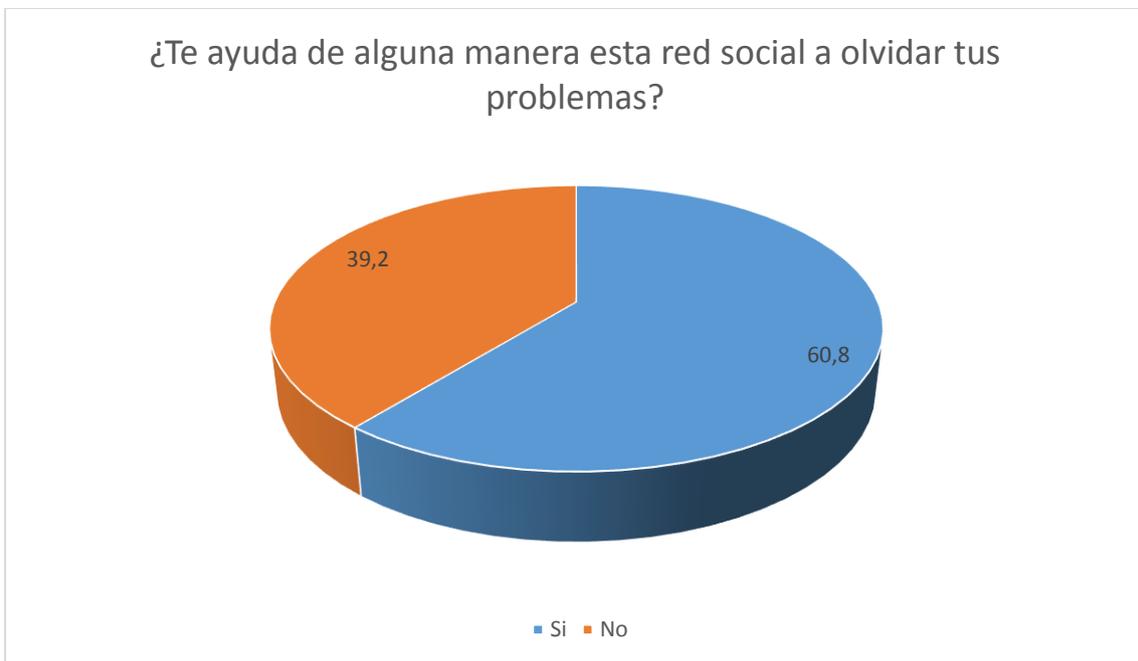
Tabla #9: ¿Te ayuda de alguna manera esta red social a olvidar tus problemas?

¿Te ayuda de alguna manera esta red social a olvidar tus problemas?	Frecuencia
SI	60,8%
NO	39,2%
Total	100%

Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

Gráfico N° 9: ¿Te ayuda de alguna manera esta red social a olvidar tus problemas?



Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio

Análisis

De acuerdo a los resultados se evidencia que el 60,8% de los encuestados registran que, de alguna u otra manera esta red les ayuda a olvidar los problemas, el 39,2% dice que no; se deduce que la mayoría de los jóvenes si utilizan esta red social para olvidar los problemas.

10.- ¿Presenta usted alguno de estos tipos de estados de ánimo cuando no puede conectarse a Facebook?

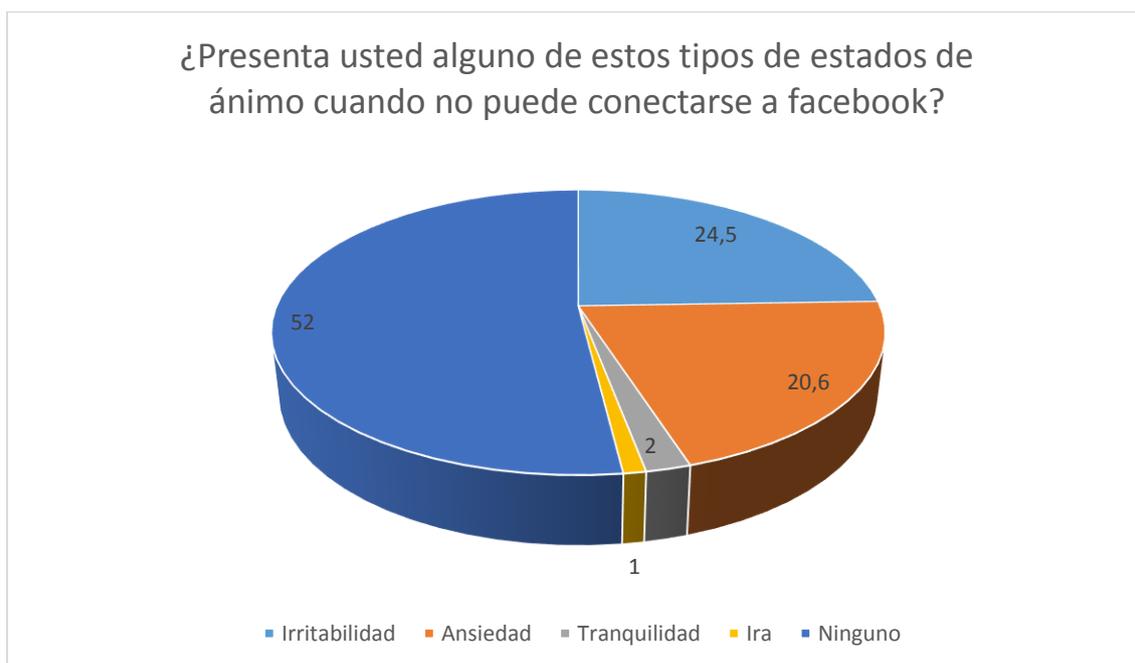
Tabla #10: ¿Presenta usted alguno de estos tipos de estados de ánimo cuando no puede conectarse a Facebook?

¿Cuántas horas promedio está conectado a Facebook?	Frecuencia
Irritabilidad	24,5%
Ansiedad	20,6%
Tranquilidad	2%
Ira	1%
Ninguno	52%
Total	100%

Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

Gráfico N° 10: ¿Presenta usted alguno de estos tipos de estados de ánimo cuando no puede conectarse a Facebook?



Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

Análisis

De acuerdo a los resultados se establece que el 52% de los jóvenes no presentan ningún tipo de estado de ánimo al no poder conectarse a Facebook, el 24,5% presentan estado de irritabilidad, el 20,6% manifiestan ansiedad. El 2% declaran que sienten tranquilidad, y el 1% demuestra ira; se deduce que la mayor parte de los encuestados no presentan ningún estado de ánimo al no poder conectarse a esta red social.

11.- ¿Te consideras adicto a esta red social?

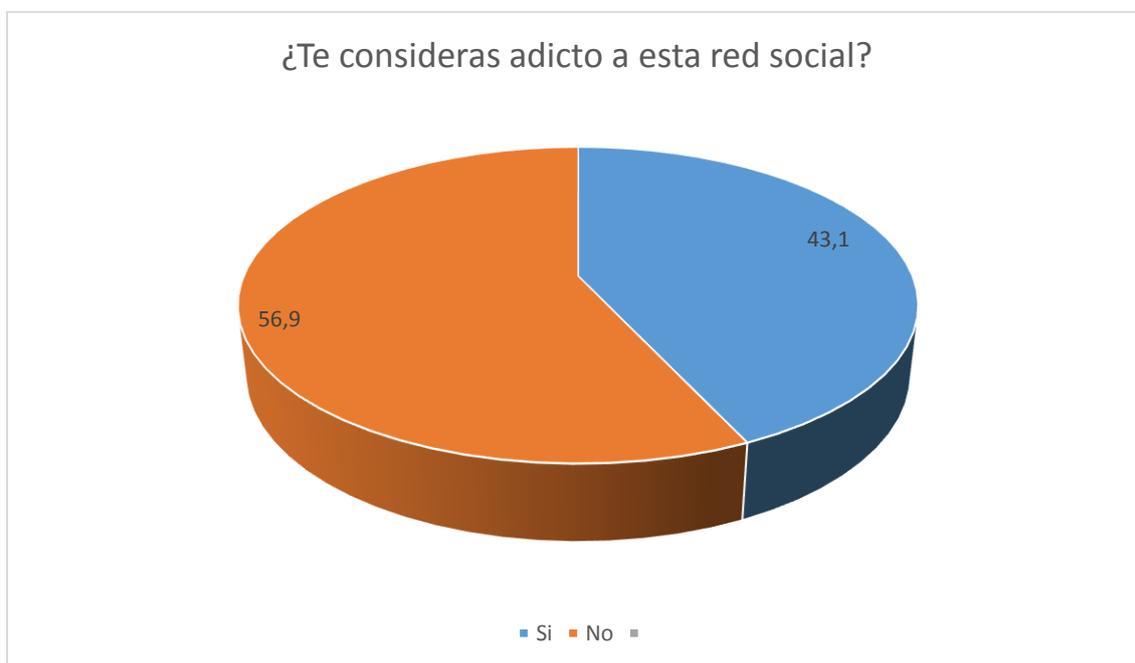
Tabla #11: ¿Te consideras adicto a esta red social?

¿Te consideras adicto a esta red social?	Frecuencia
SI	43,1%
NO	56,9%
Total	100%

Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

Gráfico N° 11: ¿Te consideras adicto a esta red social?



Fuente: Cantón Alfredo Baquerizo Moreno “Jujan”

Elaborado: Natalia Bravo Carpio.

Análisis

De acuerdo a los resultados se evidencia que el 56,9% de los encuestados registran que no se consideran adicto a esta red social, el 43,1% manifiesta que sí; se deduce que la gran parte de los jóvenes no se consideran adictos a esta red social.

ENCUESTA APLICADA A LOS JÓVENES DEL CANTÓN ALFREDO BAQUERIZO MORENO EN EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: LA RED SOCIAL FACEBOOK EN EL DESARROLLO COMUNICACIONAL DE ESTE GRUPO POBLACIONAL

Edad: _____

Género: Femenina Masculino

1.- ¿Tiene usted una cuenta de red social Facebook?

Si

No

2.- ¿Qué le animó a unirse a esta red social?

Amigos ()

Familia ()

Popularidad de la red ()

Conocer gente ()

Porque todo el mundo lo tiene ()

3.- ¿Cuántas horas promedio está conectado a Facebook?

45 minutos ()

1hora-3horas ()

4horas-5horas ()

Más de 5 horas ()

Fines de semana ()

4.- ¿Le ayuda esta red social a relacionarse mejor?

Si ()

No ()

5.- ¿Acepta todas las solicitudes de amistad que recibe?

Si ()

No ()

6.- ¿Se conecta usted a la red social (Facebook) desde?

Casa ()

Colegio ()

Lugares públicos ()

Celular ()

7.- ¿El nombre de su cuenta de Facebook son sus nombres verdaderos?

Si ()

No ()

8.- ¿Es indispensable estar conectado a esta red social?

Si ()

No ()

9.- ¿Te ayuda de alguna manera esta red social a olvidar tus problemas?

Si ()

No ()

10.- ¿Presenta usted alguno de estos tipos de estados de ánimo cuando no puede conectarse a Facebook?

Irritabilidad ()

Ansiedad ()

Tranquilidad ()

Ira ()

Ninguno ()

11.- ¿Te consideras adicto a esta red social?

Si ()

No ()



Encuesta aplicada a los jóvenes del cantón Alfredo Baquerizo Moreno en el trabajo de investigación: La red social facebook en el desarrollo comunicacional de este grupo poblacional.

Descripción del formulario

EDAD *

Texto de respuesta breve

Género *

Masculino

Femenino

1.- ¿Tiene usted una cuenta de red social (Facebook)? *

Sí

No

2.- ¿Qué le animó a unirse a una red social? *

Amigos

Familia

Popularidad de la red

Conocer gente

Porque todo el mundo lo tiene

3.- ¿Cuántas horas promedio está conectado a facebook? *

45 minutos

1hora a 3horas

4horas-5horas

Más de 5 horas

Fines de semana

4.- ¿Le ayuda esta red social a relacionarse mejor? *

- Si
- No

5.- ¿Acepta todas las solicitudes de amistad que recibe? *

- Si
- No

6.- ¿Se conecta usted a la red social (facebook) desde? *

- Casa
- Colegio
- Lugares públicos
- Celular

7.- ¿El nombre de su cuenta de facebook son sus nombres verdaderos? *

- Si
- No

8.- Es indispensable estar conectado a esta red social? *

- Si
- No

9.- ¿Te ayuda de alguna manera esta red social a olvidar tus problemas? *

- Si
- No

10.- ¿Presenta usted alguno de estos tipos de estados de ánimo cuando no puede conectarse a facebook? *

- Irritabilidad
- Ansiedad
- Tranquilidad
- Ira
- Ninguno

11.- ¿Te consideras adicto a esta red social? *

- Si
- No

