



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN



COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL

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

TEMA:

REDES SOCIALES Y SU INFLUENCIA EN LOS PROFESIONALES EGRESADOS
DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE BABAHOYO, EXTENSIÓN QUEVEDO, AÑO 2022.

AUTOR:

TRIANA DELGADO MIGUEL ANGEL

TUTOR:

MSC. TRIANA PALMA MELBA LILIAN

QUEVEDO - LOS RÍOS - ECUADOR

2023

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo se lo dedico primero a Dios, quien me supo bendecir con inteligencia y sabiduría para alcanzar con una meta más en mi vida profesional, ya que son quienes me han apoyado incondicional en todo momento, mis hermanos que siempre han estado presentes y al amor de mi vida por motivarme constantemente para culminar con esta meta.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida, salud, inteligencia, sabiduría y por la oportunidad para alcanzar con este objetivo profesional de cuarto nivel. Agradezco a mi madre y a mi padre quien me ha brindado su apoyo incondicional, a mi familia que siempre estuvo conmigo en las buenas y en las malas, a mi tutor por orientarme con sabiduría y paciencia, a las autoridades y a los maestros de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo, gracias por su apoyo absoluto.

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	9
1. CAPITULO I.- PROBLEMA.....	11
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN	11
1.2. MARCO CONTEXTUAL.....	11
1.2.1. Contexto Internacional	11
1.2.2. Contexto Nacional.....	12
1.2.3. Contexto Local	13
1.2.4. Contexto Institucional	13
1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	13
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.4.1. Problema General	15
1.4.2. Subproblemas Derivados.....	16
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
1.6. JUSTIFICACIÓN	17
1.7. OBJETIVOS	18
1.7.1. Objetivo General.....	18
1.7.2. Objetivos de investigación	18
2. CAPITULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL	19
2.1. MARCO TEÓRICO	19
2.1.1. Redes sociales.....	19
2.1.2. Importancia de las redes sociales	19
2.1.3. Influencia de las redes sociales.....	20
2.1.4. Comunicación Social.....	20
2.1.5. Profesionales Egresados	21
2.1.6. ¿Qué es un profesional egresado en comunicación social?.....	21
2.2. Marco Referencial.....	24
2.3. POSTURAS TEÓRICAS	26
2.4. PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS	27

2.4.1.	Hipótesis General	27
2.4.2.	Hipótesis Específicas	27
2.5.	VARIABLES	28
3.1.	Metodología de la investigación.	28
3.2.	Modalidad de investigación	28
3.3.	Tipo de investigación.....	29
3.4.	Métodos, técnicas e instrumentos	29
3.4.1.	Método Deductivo	29
3.4.2.	Método Bibliográfica.....	29
3.4.3.	Método Descriptivo	29
3.5.	Técnicas	30
3.5.1.	Encuesta.....	30
3.5.2.	Observación Directa	30
3.6.	Instrumentos.....	30
3.6.1.	Cuestionario.....	30
3.7.	Población y Muestra	30
CAPÍTULO V- PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN		43
6.1.	PROPUESTA.....	43
6.1.1.	Alternativa obtenida	43
6.1.2.	Alcance de la alternativa.....	44
6.1.3.	Antecedentes.....	44
6.1.4.	Justificación	44
6.1.5.	Objetivos.....	45
6.1.6.	Resultados esperados de la alternativa	46
6.2.	Estructura general de la propuesta	46
6.2.1.	Título	46
6.2.2.	Componentes	47
BIBLIOGRAFÍA		51
ANEXOS		55

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. ¿Usted utiliza redes sociales? _____ **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 2. ¿Cuál el tiempo diario dedicado por usted a las redes sociales? _____ **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 3. ¿Cuál es el uso dado por usted a las redes sociales? **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 4. ¿Cuáles son las redes sociales las cuales usted más utiliza? _____ **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 5. ¿Cuál es la influencia que han tenido las redes sociales en su campo profesional? _____ **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 6. ¿Considera que las redes sociales pueden influir de manera positiva en su carrera como comunicador social egresado? _____ **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 7. ¿Considera usted que las redes sociales son una plataforma segura para comunicar eventos noticiosos? _____ **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 8. ¿Considera que las redes sociales son una plataforma que ayudan al intercambio de datos multimedia, fotografía y opiniones? **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 9. ¿Considera que las redes sociales son sitios en tiempo real que ayudan a la ciudadanía a mantenerse a vanguardia de los eventos que ocurren en su entorno y en el mundo? _____ **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 10. ¿Considera que las redes sociales influyen para que el comunicador social pueda tener una mayor libertad de expresión? _____ **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 11. ¿Considera que la tv señal abierta le daría mucho más protagonismo que un medio digital a través de redes sociales? _____ **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 12. ¿A usted le gustaría trabajar en un programa de señal abierta o un programa digital a través de redes sociales? _____ **¡Error! Marcador no definido.**

RESUMEN

El proyecto de investigación busca conocer las influencias de las redes sociales en los egresados de comunicación social, cuyo objetivo general es *Identificar la influencia de las redes sociales en los profesionales egresados de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo, año 2022*. La metodología se fundamentó por el método deductivo, bibliográfico, la modalidad de investigación fue mixta, de campo contempló un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección de datos, las técnicas fueron la observación directa y la encuesta aplicada a una muestra de 98 personas. Los resultados evidenciaron que los egresados si utilizan con mucha incidencia las redes sociales, durante más de 4 horas al día, cuyo tiempo dedicado es por ocio en su gran mayoría, siendo la red favorita Instagram, respecto a la influencia de las redes sociales, hay puntos de vistas muy dispersos pero la mayor incidencia apunta a que influye en compartir información testimonio o datos en tiempo real, pero así mismo la cuarta parte dijo que no influye en nada. Se concluye que los profesionales egresados en comunicación social, no ven a las redes sociales como una plataforma directa para su crecimiento profesional.

Palabras claves: comunicación, plataformas digitales, redes sociales, egresados

ABSTRACT

The research project seeks to know the influences of social networks on social communication graduates, whose general objective is to identify the influence of social networks on professionals graduated from the social communication career of the Technical University of Babahoyo. , extension Quevedo, year 2022. The methodology was based on the deductive, bibliographical method, the research modality was mixed, the field contemplated a systematic, rigorous and rational process of data collection, the techniques were direct observation and the applied survey to a sample of 98 people. The results showed that the graduates do use social networks with great incidence, for more than 4 hours a day, whose time dedicated is mostly for leisure, with Instagram being the favorite network, respecting the influence of social networks , there are very scattered points of view but the highest incidence indicates that it influences the sharing of information, testimony or data in real time, but likewise a quarter said that it does not influence anything. It is concluded that professionals graduated in social communication do not see social networks as a direct platform for their professional growth.

Keywords: communication, digital platforms, social networks, graduates

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se encuentra orientada a identificar las influencias de las redes sociales en los egresados de la carrera de comunicación social, si bien el estado del arte respecto al tema no es diverso, si existen premisas generalizadas en varios estudios donde establecen que las plataformas digitales son una nueva tendencia que permite que el comunicador social puede estar al tanto de los eventos noticiosos alrededor del mundo, pero además pueda comunicar la noticia de manera responsable, empleando los códigos deontológicos, es decir un lenguaje asertivo que ayude a forjar su credibilidad periodística.

Para lograr el objetivo general de la investigación se emplea una investigación de campo descriptiva que permita conocer la percepción de la población evaluada y en base a los resultados obtenidos proponer estrategias que permitan que el profesional en comunicación social utilice las redes sociales de manera responsable y sean estas una plataforma de consulta sobre eventos noticiosos y a su vez pueda replicar la información de manera responsable y empleando una forma de comunicación asertiva.

La importancia de la investigación radica, en que es un tema de vanguardia, debido a que las tecnologías, las plataformas digitales y las redes sociales se han constituido en una parte de la vida de la sociedad, al realzar la influencia que tienen las redes sociales sobre los nuevos profesionales en comunicación social, ayudando, a que se identifiquen los beneficios que puedan encontrar los profesionales para desarrollarse en sus campo profesional, los comunicadores sociales pueden usar las redes sociales como sitio de consulta para estar al tanto de los eventos noticiosos alrededor del mundo y replicar la información verificando la noticia de manera responsable.

En el capítulo I va a conocer los diferentes resultados encontrados en el desarrollo de la investigación por medio del planteamiento el problema en donde se conocer

contexto: internacional, contexto nacional, contexto local, luego se presenta el planteamiento del problema se encuentra inmerso al problema general y los posibles problemas, delimitación de la investigación es justificando el porqué de la investigación, marcando objetivos que permitan llegar al centro del objeto de estudio. En el Capítulo II nos permite visualizar por medio del marco teórico las diferentes actividades a desarrollarse a través del marco conceptual en donde se va a encontrar los detalles de las dos variables como es las estrategias metodológicas y su influencia en la comprensión lectora. Capítulo III analizar la metodología de la investigación donde se valoran enfoque cuantitativo, enfoque cuantitativo el cual nos permitirá medir y describir el problema expuesto, modalidad de investigación consiste en la investigación y desarrollo de una propuesta en marcada, la observación y reflexión sobre la realidad, bibliográfica constituirá información sobre el tema considerando la realidad presente del proyecto.

Se espera que la investigación permita conocer como las redes sociales han influencia en los profesionales de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo y en base a los resultados obtenidos se puedan establecer estrategias que ayuden a que las redes sociales sean un aporte en al campo profesional.

CAPITULO I.- PROBLEMA

1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN

Redes sociales y su influencia en los profesionales egresados de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo, año 2022.

1.2. MARCO CONTEXTUAL

1.2.1. Contexto Internacional

En el mundo la red social que se ha mantenido como la más utilizada es Facebook, con más de 175 millones de usuarios activos. Siguiéndole a esta se encuentra la red social LinkedIn con 160 millones de usuarios activos, luego Instagram con 120 millones y finalmente Twitter con 59.4 millones. Específicamente las estadísticas muestran que la red social más utilizada es que Facebook (87%) y YouTube (68%), siendo esta última la que más seguidores jóvenes concentra (el 76% tiene entre 16 y 30 años) (Fuentes Frías & García Rodríguez, 2021). Instagram, en tercer lugar, es la que más seguidores ha ganado (de un 49% a un 54%). En cuarto y quinto lugar se mantiene Twitter con un 50% y LinkedIn con un 57% (López et al., 2018, p. 12).

Las redes sociales se han posesionado no solo en los países desarrollados sino también tienen una presencia, muy significativa en países en vías de desarrollo, su evolución ha llegado al punto en serla plataforma para dar a conocer actividades políticas, económicas y sociales de los países del mundo (Lugo-Morin, 2010, p. 23).

De acuerdo a lo indicado por Granero (2020) las redes sociales han sido la plataforma para informar en aquellos países donde la ley de comunicación y la falta de libertad de expresión es constante, ya que las redes sociales representan un entorno en el que simplemente capturamos lo que pensamos de forma más natural. Sí, estos medios

tienen más influencers que otros y más acogida que los propios canales de señal abierta, pero al final todos sus usuarios tienen posibilidades de convertirse en influencers si siguen una buena estrategia digital (Jara- Obregón et al., 2017, p. 56).

1.2.2. Contexto Nacional

En Ecuador, el uso de las redes sociales es cada vez más común en el ámbito personal, y profesional de diferentes campos de la ciencia, sin embargo, antes de la pandemia a nivel de empresarial aún era un campo poco explorado, donde no existen muchas investigaciones sobre este tema, pero luego de la nueva modalidad, se incrementó la importancia del uso de las redes sociales para informar, y dar a conocer los beneficios de los productos que poseen (Granero Cendón, 2020, p. 56)

Pero, otro campo profesional a nivel nacional, es el periodismo el cual ha tenido un notable crecimiento y presencia dentro de las diferentes redes sociales, normal ver en el país como nacen nuevas emprendimiento empresariales, donde muchas personas apuestan a las redes sociales para montar su propio programa de la televisión; sin embargo estudios Majó et al., (2017) han determinado que la competencia es muy grande, por lo que valor de publicidad dado a las marcas que desean pautar es reducido haciendo que la monetización no cubra en algunos casos los costos de producción (p.45).

Para tener una idea del uso de las redes sociales en el país, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2019) plantea datos sobre el uso de las distintas redes sociales en el país entre ellas tenemos la red social Facebook utilizada por el 55,4% de los ecuatorianos, seguida por WhatsApp, con 52% y otras redes sociales como Instagram, con 18,2%; y YouTube, con un 15,4%. Cifras que han permitido que muchos nuevos profesionales del campo social vuelquen su emprendimiento a redes sociales, sin embargo, como se mencionó se han topado con un área muy competitiva donde tendrán que hacer valer su imaginación para poder posesionarse en el competitivo mundo digital (Villa-Zura et al., 2021, p. 78).

En un estudio llevado a cabo a nivel nacional se determinó que muchos de los profesionales de comunicación social, de ciudades pequeñas del país tiene aún más difícil conseguir una plaza de empleo luego de obtener su título en periodismo, siendo el

emprender mediante redes sociales una de las alternativas que poseen, ya que pese a ser un área bastante abordada, se puede utilizar el ingenio para proponer un programa mediante redes sociales vanguardista (Lagos Reinoso et al., 2020, p. 78).

1.2.3. Contexto Local

A nivel local, se han observado cómo las redes sociales también han sido la plataforma para que muchos profesionales del área periodística busquen una alternativa de llevar su programa a lo digital, si bien la ciudad de Quevedo, cuenta con canales de señal abierta los mismos no cuentan con suficientes plazas de empleo para todos los egresados de las instituciones de educación superior de la ciudad y zonas de influencia, inclusive se ha observado como los canales de tv locales para abaratar costos utilizando imágenes de redes sociales y videos aficionados para comunicar la noticia (Jara- Obregón et al., 2017, p. 89).

Resulta entonces necesario, que profesionales de las instituciones de educación superior de la zona, formen a sus estudiantes, con enseñanzas vanguardistas, enfocando su profesional al uso de las redes sociales como plataforma de comunicar de manera responsable verificando la noticia, creando su propio canal digital donde puedan desarrollarse en su campo profesional y personal, de esta forma el profesional tendrá una fuente de ingreso una vez egresado y graduado de su carrera de comunicación social (Villa-Zura et al., 2021, p. 79).

1.2.4. Contexto Institucional

La Universidad Técnica de Babahoyo- extensión Quevedo, siempre se ha caracterizado por ser una institución de educación superior, volcada hacia la innovación educativa y al vanguardismo de las nuevas tecnológicas y el uso de plataformas digitales en beneficio de sus estudiantes, es por ello que la formación es integral dentro de sus aulas. Pero también apuestan a que sus propios estudiantes generen temas de investigación volcados a conocer la influencia de las redes sociales en sus nuevos egresados de la carrera de comunicación social, para de esta manera conocer si existen efectos positivos o negativos y a su vez plantear propuesta de solución.

1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Los sitios web y las redes sociales que permiten a los profesionales en comunicación social escribir, compartir, comentar, debatir y comunicarse entre sí se han desarrollado en Internet y se han convertido en una fuente importante de noticias interpersonales. La información que difunden se ha convertido en un contenido importante para las personas que navegan por Internet, no solo creando un tema candente tras otro en la vida social de las personas, sino que también afectando indirectamente a la audiencia.

En general, muchos nuevos profesionales tienen entre sus sueños entrar a la tv de señal abierta dejando de la lado las redes sociales mismas que muestran en la actualidad supremacía debido a la alta tecnología digital, que permiten que los comunicadores sociales tengan una fuente de información y a la vez una plataforma con muchas visualizaciones para informar, donde además se ahorran más materias y coste de publicación; no cuentan con ningún uso para el papel y se pueden difundir las informaciones en las redes sociales (Jara- Obregón et al., 2017). En comparación con los medios de comunicación tradicionales, especialmente, los periódicos y las revistas, se trata de una publicación ecológica. Además, no cuesta dinero en el transporte ni en el almacenamiento.

En otras de las situaciones que causan una influencia directa de los profesionales en comunicación social sobre las redes sociales es que cuentan con gran cantidad de informaciones. Sin duda alguna, las informaciones en las redes sociales no se preocupan del límite de número, puesto que se establece un mundo abstracto, en el cual el control oficial se va disminuyendo poco a poco. Por lo tanto, la diversidad y la cantidad de informaciones son libres en las redes sociales (Villa-Zura et al., 2021). Gracias a la convergencia multimedia, la forma de difusión no es aburrida, sino que está formada por textos, fotos, vídeos, etc. Los usuarios, en algún sentido, pueden cambiar el estilo y añadir más funciones, según su voluntad.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A nivel mundial las redes sociales han tenido un gran impacto en el periodismo y en específicos en los profesionales de este campo, es así que los medios de comunicación, han comenzado a buscar nuevas estrategias para implementar su presencia en los medios digitales, desde la vertiente comunicativa, con la difusión de contenidos, como en la publicitaria, fundamental para la vertiente comercial del medio, en busca de la preciada audiencia.

La situación también, respecto a la presencia de las redes sociales no es ajena en América Latina donde cada día la conexión al servicio de internet es mejor, permitiendo acceder permanente a redes sociales; Ecuador no se encuentra alejado de esta realidad, ya que son muchos los profesionales de comunicación social y campo afines que ven en las redes sociales la oportunidad de crecer en su profesión y tener la oportunidad de informar y enterarse de eventos noticiosos es decir es una plataforma permanente de comunicación, logrando que la población pueda tener acceso a ella en donde se encuentre, , es así entonces que la influencia de las redes sociales en el periodismo se plasma en el acceso a la información, las fuentes o los sistemas de verificación, que han transformado el uso de las redes sociales como herramienta del trabajo diario de las redacciones.

Sin embargo, pese a la importancia y posicionamiento de las redes sociales en el campo periodístico se desconoce si los profesionales de esta área se encuentran a vanguardia de las nuevas tecnologías y en especial del uso de las redes sociales no solo como medio de interacción personal, sino como una plataforma que permitirá su crecimiento en el campo de la comunicación social, teniendo en cuenta además que si bien estas plataformas no mantienen un ley de comunicación el profesional de esta campo debe cuidar su imagen profesional, ya que de ella dependerá su credibilidad periodística.

Si bien, la Universidad Técnica de Babahoyo, es una institución con valores, principios y códigos deontológicos bien fundamentados dentro de la carrera de comunicación social, es atractivo identificar los problemas respecto a la influencia de las redes sociales en sus egresados de periodismo, ya que de esta forma se puede palpar que tan familiarizados se encuentran de las redes sociales y cómo estas han influido de manera positiva y negativa en referencia a su campo profesional.

1.4.1. Problema General

¿De qué manera las redes sociales influyen en los profesionales egresados de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo, año 2022?

1.4.2. Subproblemas Derivados

¿Cómo influyen las redes sociales para que el profesional egresado en comunicación social pueda estar al tanto de los eventos noticiosos ocurridos en su entorno?

¿Cuáles son los beneficios de las redes sociales en el campo profesional de los egresados de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo?

¿Qué estrategias ayudarían a los egresados en comunicación social a beneficiarse de las redes sociales para su crecimiento profesional?

1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Delimitador espacial: El presente trabajo de investigación se desarrollará en la Universidad Técnica de Babahoyo- extensión Quevedo.

Área: Comunicación social

Campo: redes sociales

Línea de investigación de la Universidad: Educación y desarrollo social.

Línea de investigación de la facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación: Talento humano, educación y docencia.

Línea de investigación de la carrera: Comunicación social y desarrollo.

Sub líneas de investigación de la carrera: Lenguaje, comunicación y estilos periodísticos.

Delimitador temporal: Esta investigación se efectuará en el primer trimestre el año 2023

Delimitador demográfico: Los beneficiarios directos de esta investigación serán los estudiantes egresados de comunicación social periodo 2022.

1.6. JUSTIFICACIÓN

Las redes sociales en la actualidad, no sirve únicamente para interactuar entre los usuarios, sino que también, son un espacio de información y comunicación permanente de los eventos noticiosos que ocurren alrededor del mundo, dejando de lado otros medios de comunicación como la tv, y el periódico que han pasado a un segundo plano, por ende las Redes sociales se han convertido en la nueva plataforma y fuente de información de muchos profesionales del campo periodístico, es por ello que el analizar su influencia para los nuevos profesionales de este campo se constituye como un tema en vanguardia que debe ser estudiado, para definir las premisas que aporten en el crecimiento del comunicador social.

Los aportes de la investigación al profesional en comunicación social, serán sin duda encaminar su futuro profesional hacia una plataforma de invocación como son las redes sociales, mismas que se han popularizado de tal manera que llevan a los medios de comunicación tradicionales a reinventarse e incluir un departamento digital en sus redacciones, para no perder la audiencia nativa digital, por ende el reconocer cómo influyen las mismas en los profesionales egresados de este campo permite que identifique su influencia tanto positiva y negativa en el aspecto profesional y laboral.

La investigación no solo beneficia a los egresados en comunicación social, sino a la audiencia en general, ya que estos profesionales siempre se encuentran en contacto con la sociedad, ya que interactúan informando la noticia y entre más influencia positiva tengan las redes sociales en los periodistas mejor será la calidad de información y evento noticioso que se pueda informar a la audiencia.

1.7. OBJETIVOS

1.7.1. Objetivo General

Identificar la influencia de las redes sociales en los profesionales egresados de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo, año 2022.

1.7.2. Objetivos de investigación

- Determinar cómo influyen las redes sociales para que el profesional egresado en comunicación social pueda estar al tanto de los eventos noticiosos ocurridos en su entorno.
- Conocer los beneficios de las redes sociales, en el campo profesional de los egresados de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo.
- Establecer estrategias, que ayuden a los egresados en comunicación social a beneficiarse de las redes sociales para su crecimiento profesional.

CAPITULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Redes sociales

En términos generales el término “redes” son formas de interacción social definidas como intercambio dinámico entre personas, grupos y organizaciones en contextos complejos, es decir, un sistema abierto y un continuo de estructuras relacionadas, grupos identificados con necesidades y preocupaciones similares y organizados para mejorar sus recursos; mientras que “redes sociales” son espacios virtuales de interacción social, para un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones (Gómez Díaz & Chávez Cornejo, 2020).

Es un medio de comunicación social que se centra en encontrar gente para relacionar en línea, están formadas por personas que comparten alguna relación, principalmente de amistad, mantienen intereses y actividades en común, o están interesados en explorar los intereses y las actividades de otros (Cantos García & Cumba Castro, 2018).

2.1.2. Importancia de las redes sociales

Las redes sociales son muy importantes y parte de la vida humana, en nuestro tiempo la comunicación es mucho más fácil, podemos hablar y ver a una persona a cientos, miles de kilómetros de distancia. Las redes sociales también se utilizan para intercambiar ideas, encontrar personas con ideologías, pensamientos, puntos de vista similares, etc.; También se utilizan para publicitar negocios y captar clientes, para marketing digital y para promocionar marcas, productos y actualizaciones científicas(Campos-Freire et al., 2016).

Las redes sociales están evolucionando como medio de comunicación tanto a nivel personal como profesional: nos permiten conectarnos con amigos, familiares y personas con intereses comunes, pero no solo porque son una fuente de información. A

nivel profesional facilitan las interacciones diarias con usuarios y clientes como un canal más de comunicación directa, por otro lado, incluso se posicionan como canal de venta para muchos negocios online (Guiñez-Cabrera et al., 2020).

2.1.3. Influencia de las redes sociales

La influencia de las redes sociales permite el aprendizaje colaborativo y la participación en espacios de intercambio de información, lo que favorece la colaboración y además permite conocer más las nuevas tecnologías, percibiendo y procesando la información en el ámbito educativo. Esto nos permite entender la relación entre el concepto de estilos de aprendizaje que han construido diferentes autores y lo que desarrollan los aprendices utilizando herramientas como las redes sociales (Astorga-Aguilar & Schmidt-Fonseca, 2019).

Las redes sociales se han desarrollado hasta el punto en que han comenzado a influir en las actividades políticas, económicas y sociales de países de todo el mundo. Esta afirmación puede parecer exagerada, pero si nos tomamos un momento para considerar el comportamiento de las personas en estos medios, veremos el enorme impacto de las redes sociales. La gente es muy espontánea en estos canales por naturaleza y ese es uno de los mayores éxitos porque finalmente hemos encontrado un entorno en el que simplemente capturamos lo que pensamos y/o lo que sentimos, quién soy y dónde estamos todos de la forma más natural (Carbonell & Oberts, 2021).

2.1.4. Comunicación Social

La comunicación es el proceso y el resultado de comunicar: informar, dar a conocer, transmitir señales o tratar con una persona a través de la palabra escrita u oral. Social, por su parte, es aquello vinculado a la sociedad (una comunidad de individuos que comparten tradiciones y costumbres y que tienen ciertos objetivos en común)(Jaimes-Barrera et al., 2021).

La Comunicación Social es una disciplina que estudia e investiga los diversos fenómenos sociales que intervienen en la comunicación. Abarca todas las etapas de la comunicación; destacando la importancia de la información y cómo son los procesos de

gestión y las formas de comunicar según el medio en el que se transmitan (Gómez Díaz & Chávez Cornejo, 2020).

2.1.5. Profesionales Egresados

El origen del termino egresar derivó del término “egressus”, y su significado general es salir de un lugar o cumplir con un calendario, proceso o planificación. En el ámbito estudiantil hace referencia a acabar un ciclo de estudios medios o superiores, obtener el título en un campo específico y finalizar la relación con la institución académica, una vez cumplido con todas las obligaciones y deberes finiquitados al inicio del periodo de estudios (Charry González, 2015).

De acuerdo a lo aportes de Rendón (2019) el término egresados hace referencia a “Toda persona que ha aprobado todos los requisitos (créditos, prácticas sociales y profesionales) de la carrera de acuerdo con el plan de estudios correspondiente (p.45). Un segundo aporte planteado por Carrasco y Orejuela (2021) indica que los egresados “ Tienen un perfil profesional y académico relevante al contexto social. y científico actual, permitiendo tanto ingresar al mundo del trabajo como continuar la educación hacia la especialización superior” (p.456).

En base a las premisas expresadas por los autores, se considera que egresar es cumplir con prerequisites de un plan de estudio, donde al haber finalizado una serie de procesos se obtiene una designación que acredita a una persona como profesional de un área en específico, pero que para haber logrado dicha designación ha tenido que cumplir y demostrar que es digno y capaz y llevar ese título con responsabilidad y dinamismo, permitiendo aportar al crecimiento del territorio en donde aplique sus conocimientos.

2.1.6. ¿Qué es un profesional egresado en comunicación social?

Un profesional egresado en comunicación social, es una persona que ha cumplido con una maya académica de al menos 8 semestres, donde se han evaluado todos sus conocimientos y ha demostrado dominio en cada una de las temáticas abordadas, y ha superado las practicas preprofesionales y sociales con la comunidad, y por ende puede ser capaz de organizar, planificar, gestionar proyectos de medios: organismos

gubernamentales, empresas audiovisuales, agencias de publicidad, consultoras, gestores de proyectos propios. Además de Manejar eficientemente tareas en el campo del trabajo: comunicación, proyecto, organización, consultoría, proyectos privados y otros (Charry González, 2015, p. 67).

2.1.7. Importancia al seguimiento de egresados

El significado más exacto de la palabra "graduación" es "capacitación" y se usa como sinónimo de "incorporación", por lo que "graduación" significa o "capacitación". Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE), el término tiene un significado más amplio, ya que no se limita al ámbito universitario, ya que para la RAE un graduado es alguien que deja la institución después de graduarse (Roxana et al., 2016, p. 98).

Una de las formas de evaluar el currículo es acompañar a los egresados, lo cual es una tendencia importante en las universidades, tanto en el país como en el exterior. La evaluación de programas es un factor importante en la mejora de los servicios educativos proporcionados para lograr estándares de calidad nacionales e internacionales (Jácome Velasco et al., 2020, p. 23).

En concreto el seguimiento es conocer los logros y el desarrollo profesional de los egresados, permite a los centros educativos mejorar y actualizar continuamente los planes de estudios y definirlos. e incluso a nivel nacional.

2.1.8. ¿Qué son las estrategias?

Bramanti (2022) indica que son "un conjunto de acciones que se realizan para obtener un objetivo de aprendizaje" por lo que Vásquez Córdova, (2021) reconoce en este planteamiento que las estrategias de aprendizaje son procesos de toma de decisiones consientes o intencionales en los cuales los estudiantes «eligen y recuperan, de manera coordinada, los conocimientos que necesitan para cumplir una determinada demanda u objetivo», según las condiciones de la situación, sus características, sus exigencias y las circunstancias del contexto, recursos y herramientas disponibles - conocimiento

condicional- diseñan un plan, en permanente cambio en función del control y evaluación de cada una de sus etapas.

Al respecto y de manera más sencilla y resumida, Argüelles Pascual et al., (2020) define la estrategia de aprendizaje como una habilidad, destreza o modo de actuar que facilita el aprendizaje. Concepto que deja un amplio margen para ubicarnos dependiendo de la intención u objetivo que tengamos para aprender.

En el mismo sentido el concepto que refuerza las definiciones anteriormente revisadas, es el de Argüelles Pascual et al., (2020) quienes conciben a las estrategias de aprendizaje como «capacidades internamente organizadas de las que se vale una persona para gobernar sus procesos afectivos y cognitivos y lograr sus objetivos. Implican planes que se viabilizan a través de acciones, técnicas y procedimientos.

2.1.9. Características de las estrategias

- Son procedimientos flexibles que pueden incluir técnicas u operaciones específicas.
- Su uso implica que el aprendiz tome decisiones y las seleccione de forma inteligente de entre un conjunto de alternativas posibles, dependiendo de las tareas cognitivas que le planteen, de la complejidad del contenido, situación académica en que se ubica y su autoconocimiento como aprendiz.
- Su empleo debe realizarse en forma flexible y adaptativa en función de condiciones y contextos. Su aplicación es intencionada, consciente y controlada. Las estrategias requieren de la aplicación de conocimientos metacognitivos; de lo contrario, se confundirán con simples técnicas para aprender.
- El uso de estrategias está influido por factores motivacionales-afectivos de índole interna (por ejemplo, metas aprendizaje, procesos de atribución, expectativas de control y autoeficacia, entre otros) y externa

(situaciones de evaluación, experiencias de aprendizaje, entre otros) (Asuero Flores, 2023).

2.2.Marco Referencial

Se presenta un estudio internacional sobre “*la influencia de las redes sociales de internet en las prácticas, hábitos de comunicadores sociales españoles*”. Esta investigación profundiza en esa relación entre la actividad profesional y el nuevo entorno creado por las redes sociales. Para ello, se plantean varios ejes principales de observación: La formación. Se ha investigado sobre el nivel de formación de los periodistas españoles en materia de redes sociales. Se ha buscado contrastar la percepción que los profesionales tienen de su formación con el manejo real que hacen de las herramientas. También se ha evaluado el origen de esa formación: si procede de estudios reglados o de un aprendizaje autodidacta. El uso de las redes sociales para obtener información. Se plantea en este trabajo la pertinencia de considerar las redes sociales de internet como medios de comunicación, y también el uso que en este sentido hacen los profesionales de ellas. El uso de las redes sociales para mejorar el contacto con el público y la imagen del medio. Se ha tratado de averiguar en qué medida los profesionales son conscientes de que las redes sociales pueden contribuir a mejorar su relación con las audiencias y también a mejorar la imagen que proyecta su medio de comunicación en el público (Varona, 2014).

La investigación realizada por Salas (2017) titulada “*Uso del periodismo digital en las redes sociales Twitter y Facebook, por los estudiantes de Comunicación de la Universidad Técnica de Ambato*”. El problema de estudio se delimitó tomando en cuenta a 313 estudiantes legalmente matriculados, de primero a décimo semestre de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato. Se utilizó la encuesta como técnica de investigación que permitió recolectar información real que luego de procesar, tabular y graficar, facilitó el análisis e interpretación de resultados con la ayuda del programa digital SPSS. Los resultados determinaron que la red social más utilizada es Facebook con un 73 % de la población encuestada que lo asegura, seguida por Twitter con un 15%, por ser confiables, populares y fáciles de manipular y el 12% que utilizan diferentes redes sociales como YouTube, Instagram y WhatsApp. El 41% de la población se encuentra poco informado en la red social Facebook, y el 31% desconoce la utilización de Twitter, así lo confirmó la población encuestada porque considera que no

existe un buen trabajo periodístico dentro de las redes sociales, pero que la información que ahí se encuentran es muy confiable, porque pasa sin ningún filtro, como editores o intereses de por medio con un 34%, pero también con baja medida, que no puede existir credibilidad absoluta, sino un sentido crítico para los contenidos en las redes.

De acuerdo a los aportes de Martínez (2017) quien levanto una investigación titulada “*Uso de las redes sociales y su impacto en el rendimiento Académico de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato*”. La aplicación proporcionada por los estudiantes universitarios a las redes sociales puede ser un factor que afecta su eficiencia de aprendizaje, ya que han introducido estas plataformas en sus actividades diarias. Desde el desarrollo de la aceleración del fenómeno de las redes sociales, la necesidad de estudiar el comportamiento de los estudiantes que surgen para descubrir si las redes influyen en su desempeño académico. Para recopilar información directamente del campo de estudio, la investigación utilizó una encuesta, una herramienta de investigación útil que permite extraer información fáctica de los estudiantes del período de estudio de octubre de 2016 a marzo de 2017. Los resultados mostraron que las redes sociales tienen incidencia en el rendimiento académico, por lo que se propone desarrollar un programa de radio para que los estudiantes tomen conciencia de este hecho en el aula universitaria y formen un comportamiento responsable. por el bien de la ciencia.

De acuerdo al estudio de Islas Torres y Carranza Alcántar (2011) las redes tecnológicas de comunicación se han convertido en una herramienta para el aprendizaje colaborativo e incluyen espacios de intercambio de información que fomentan la colaboración. Una de las herramientas más icónicas de la Web 2.0, como son las redes sociales, no debe pasarse por alto en la investigación, ya que sus raíces y la pasión de los estudiantes representan excelentes oportunidades de enseñanza. Su uso en universidades de España y Latinoamérica, especialmente México, es cada vez más conocido. En el Centro Universitario de los Altos de la Universidad de Guadalajara se realizó un estudio con 414 estudiantes de 14 profesiones ofertadas en la universidad para investigar el uso de las redes sociales como estrategia de aprendizaje. Señaló que el 71% de los encuestados dijo que los usa para el trabajo escolar; 45 por ciento para la universidad; y el 42% juega, lo que demuestra la importancia y el poder de las redes sociales en el proceso educativo.

La investigación presentada por Osorio Cámara et al., (2014) cuyo objetivo fue “analizar el uso de los sitios de redes sociales por parte de estudiantes universitarios y examinar las consecuencias de su uso y el comportamiento socialmente inaceptable”. Donde utilizaron una encuesta para recopilar la información. Es una herramienta especial que incluye un total de 45 elementos con respuestas de opción múltiple y se utiliza como una entrevista estructurada. El artículo analiza aspectos relacionados con las consecuencias que puede acarrear el uso de las redes sociales. Además, analizaron información sobre el conocimiento de los estudiantes universitarios sobre los riesgos asociados al uso de Internet. Entre los principales hallazgos de este estudio, destacamos que el uso de las redes sociales e internet puede causar algunos problemas a los usuarios si no se lo maneja con disciplina cuidándose de entrar a sitios que pueden poner en peligro su bienestar.

2.3. POSTURAS TEÓRICAS

De acuerdo a los autores citados las redes sociales en los últimos años han tenido una transformación positiva en los profesionales de todos los campos de la educación y la ciencia, debido a que proporcionan una plataforma digital donde se pueden exponer todos los conocimientos, investigación e información de relevancia, donde además sirve de consulta para estar enterado al instante de todo tipo de noticias.

Para Monfort y Mas-Iglesias (2021) los comunicadores sociales tienen una ventaja sobre las redes sociales, y es que cuentan con la capacidad, experiencia de poder exponer información no afectando a terceros, utilizan códigos deontológicos que permiten una comunicación asertiva (p.45).

En base al autor citado se considera, que están utilizando un lenguaje asertivo y comunicativo de la noticia, es por ello que su futuro se encuentra en las plataformas digitales debido que es la nueva modalidad que mueve masas, ya que los canales de tv cada día pierden fuerza, por ende deben direccionar sus esfuerzos a contar con redes sociales, con muchos seguidores y que gocen de credibilidad para contar la noticia, donde gracias alcance que tiene las empresas y las grandes marcas están apostando por estas plataforma para pautar publicidades, siendo una alternativa de negocio rentable e independiente en la que los profesionales en trabajo social pueden enfocarse.

Trabajos de Sierra et al., (2021) han determinado que las redes sociales, son la nueva manera en que los periodistas pueden darse a conocer, pero debe ejercer un periodismo serio y asertivo donde utilicen un lenguaje adecuado (p.45)

Es por ello que se considera que el comunicador social debe abrirse camino en el mundo del periodismo mediante acciones adecuadas que permitan ganar credibilidad que ayude a crear un nombre como comunicador, siendo un trabajo que debe trazar durante años, para ser reconocido por informar sobre noticias verificadas, siendo una de las alternativas comunicar noticias que sean verificadas, y no lanzar hipótesis sin tener pruebas, porque además de recibir el rechazo de los usuarios puede ser objeto de sanciones por parte de los involucrados, se considera, además que las redes sociales son una plataformas abierta para exponer la noticia donde no existe una ley de comunicación se debe existir mucha responsabilidad por parte del comunicador social, ya que la esencia del profesional de este campo se valida una vez que aplique todos los códigos deontológicos de la ética, el respeto y la responsabilidad de comunicar de forma adecuada.

2.4. PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS

2.4.1. Hipótesis General

Identificará la influencia de las redes sociales en los profesionales egresados de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo, año 2022.

2.4.2. Hipótesis Especificas

- Determinará la influencia en las redes sociales para que el profesional egresado en comunicación social pueda estar al tanto de los eventos noticiosos ocurridos en su entorno.
- Conocerá los beneficios de las redes sociales, en el campo profesional de los egresados de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo.

- Establecerá estrategias, que ayuden a los egresados en comunicación social a beneficiarse de las redes sociales para su crecimiento profesional.

2.5. VARIABLES

Las variables con las que se trabaja en esta tesis son:

Variable Independiente:

Redes sociales

Variable Dependiente:

Profesionales Egresados de la Carrera De Comunicación Social

CAPÍTULO III - METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1. Metodología de la investigación.

La metodología de la presente investigación estuvo fundamentada por el método deductivo, que mediante los aporte e información recaba permitió establecer un razonamiento general y lógico a través de hechos concretos, se aplicó además el método bibliográfico enriqueciendo la investigación de premisas de varios autores, además del método descriptivo, que aportó en la explicación de cada uno de los resultados encontrados durante el proceso de campo. Se aplicaron además técnicas como la encuesta que permite saber la opinión de la muestra seleccionada sobre las variables planteadas.

3.2. Modalidad de investigación

La investigación tuvo un enfoque mixto, lo cuantitativa será abordado durante la tabulación de datos estadísticos de la encuesta planteada para conocer la percepción de los egresados de comunicación social sobre la influencia que han tenido las redes sociales su vida profesional y personal, y lo cualitativo al exponer estrategias que permitan que los profesionales de este campo puedan utilizar las redes sociales de forma positiva y que aporten en el mundo laboral.

3.3. Tipo de investigación

La investigación fue de campo descriptiva, misma que contempló un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección de datos, donde también se aplicó, la observación directa que permitió conocer al detalle los criterios de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, en la investigación se llevó a cabo una encuesta permitiendo obtener resultados confiables sobre el tema a desarrollarse.

3.4. Métodos, técnicas e instrumentos

3.4.1. Método Deductivo

Parte de lo complejo a lo simple, este método permite abordar el objeto de estudio desde la problemática general para de esta forma llegar a lo particular, es decir analiza el concepto para llegar a los elementos de las partes del todo. Permitted concretar y agrupar los criterios emitidos por los egresados en comunicación social para establecer conclusiones concretas sobre las influencias de las redes sociales.

3.4.2. Método Bibliográfica

De acuerdo a los aportes de Vásquez (2020) el método bibliográfico es aquel que permite plasmar un escrito nutrido de información de distintas bases de datos académicas y científicas que garanticen que la información presentada es verificada y puede ser presentada de forma confiable (p.34). El método bibliográfico en la presente investigación fue utilizado para nutrir el escrito a través de la información obtenida de distintas bases de datos académicas disponibles en la web.

3.4.3. Método Descriptivo

El Método descriptivo de acuerdo a Guevara et al., (2020)“reside en el control de las amenazas que contaminan la validez interna y externa de la investigación” (p.12). Para lo cual se procedió a describir la temática de manera específica a fin que el lector comprenda la redacción.

3.5.Técnicas

3.5.1. Encuesta

La encuesta es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante el cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica o tabla (Malhotra, 2008). Fue utilizado en la investigación para conocer la percepción de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo en relación a la influencia de las redes sociales.

3.5.2. Observación Directa

Esta técnica es un instrumento de recolección de información muy importante y consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos o conducta manifiesta (Hernandez-Sapieri et al, 2010). Se observó las premisas expresadas por los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo en relación a la influencia de las redes sociales, y en referencia a ello establecer conclusiones fiables a la realidad.

3.6.Instrumentos

3.6.1. Cuestionario

Instrumento que permite recopilar información para el desarrollo del proyecto, el mismo constará de preguntas previamente elaboradas que serán aplicadas a posterior (Sapag & Sapag, 2008). Para la aplicación de la encuesta en la presente investigación, sobre la población investigada, se elaboró un cuestionario de preguntas cerradas.

3.7.Población y Muestra

Se aplicó una “Fórmula para población finita”; en la investigación la población en estudio correspondió a 52 egresados del primer periodo y 78 del segundo periodo

correspondientes al año 2022. Que en total suman 130 encuestados y la muestra una vez aplicada la fórmula es de 98 encuestados.

$$n = \frac{(1,96) 130 (0,5)(0,5)}{(0,05)^2(130 - 1) + (1,96) (0,5)(0,5)}$$

$$n = 98 \text{ encuestados}$$

Dónde:

n: Tamaño de muestra buscado

N: Tamaño de la población o Universo

Z: Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (1.96)

e: Error de estimación máximo aceptado (0.05)

p: Probabilidad a favor (0.5)

q: (1-p) = Probabilidad en contra (0.5).

CAPÍTULO IV- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta realizada a 98 egresados de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

5.1.1. Análisis e interpretación de datos

Tabla 1. ¿Usted utiliza redes sociales?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	82%
No	10	10%
Tal vez	8	8%
Total	98	100%

Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Interpretación y Análisis

Se consultó a los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo, si utilizan redes sociales, un 82% dijo que si, un 10% dijo que no, y un 8% dijo que tal vez.

De los resultados obtenidos se considera que el profesional egresado de la carrera de comunicación social en un porcentaje muy significativo si usa las distintas redes sociales.

Tabla 2. ¿Cuál el tiempo diario dedicado por usted a las redes sociales?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1 hora diaria	3	3%
2 horas diarias	17	17%
3 horas diarias	12	12%
Más de 4 horas diarias	66	67%
Total	98	100%

Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Interpretación y Análisis

Se consultó a los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo, cual es el tiempo al día dedicado a las redes sociales, un 67% dijo que más de cuatro horas, un 17% dos horas diarias, un 12% tres horas diarias, y un 3% una hora diaria.

De los resultados obtenidos se considera que los encuestados dedican bastante tiempo a navegar por las redes sociales, y es común ya que las mismas se han vuelto parte importante en la vida de las personas, ya que permiten disfrutar de todo tipo de contenidos, estar informado de eventos noticiosos e intercambiar criterios datos multimedia etc.

Tabla 3. ¿Cuál es el uso dado por usted a las redes sociales?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Ocio	44	45%
Estudio	20	20%
Investigación	17	17%
Comunicación de eventos noticiosos	10	10%

Otros usos	7	7%
Total	98	100%

Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Interpretación y Análisis

Se consultó a los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo, cual es el uso dado a las redes sociales, un 45% dijo que, para ocio, un 20% para actividades de estudio, un 17% para investigaciones, un 10% para comunicación de eventos noticiosos, y un 7% dijo que para otros usos distintos a los indicados en las opciones de respuesta.

De los resultados obtenidos, se considera que los encuestados en un porcentaje mayor usan las redes sociales para ocio, sin embargo, se observa que a pesar que los encuestados son comunicadores sociales utilizan muy poco las redes sociales para informar eventos noticiosos, lo que conlleva a pensar que desconocen los beneficios de las redes sociales para informar, compartir información y otras actividades relacionadas a su campo profesional.

Tabla 4. ¿Cuáles son las redes sociales las cuales usted más utiliza?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	13	13%
Instagram	32	33%
WhatsApp	17	17%
Tik tok	20	20%
Twitter	5	5%
You Tube	11	11%
Total	98	100%

Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Interpretación y Análisis

Se consultó a los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo, cuáles son las redes sociales que más utilizan, un 33% utiliza Instagram, un 20% tiktok, un 17% WhatsApp, un 13% Facebook, un 5% Twitter y un 11% You Tube.

De los resultados obtenidos, se observa que la principal red social utilizada por los egresados es Instagram, siendo algo provechoso ya que es una red social muy utilizada para compartir información de eventos noticiosos en el mundo, además sirve de intercambio de información de datos multimedia como fotografías, videos.

Tabla 5. ¿Cuál es la influencia que han tenido las redes sociales en su campo profesional?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Aprendizaje e información de noticias, cultura, deporte etc.	16	16%
Intercambio de información y datos multimedia, fotográficos	15	15%
Contactos múltiples y una intensa interactividad	19	19%
Información, testimonios o datos en tiempo real	22	22%
Ninguna influencia	20	20%
Otras influencias	6	6%
Total	98	100%

Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Interpretación y Análisis

Se consultó a los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo, cual es la influencia de las redes sociales en su campo profesional, un 22% dijo que información, testimonios o datos en tiempo real, un 20% ninguna influencia, un 19% Contactos múltiples y una intensa interactividad, un 16% aprendizaje e información de noticias, cultura, deporte etc., un 15% intercambio de información y datos multimedia, fotográficos, un 6% otras influencias.

De los resultados obtenidos se considera que los encuestados tienen opiniones bastante divididas sobre las influencias que tienen las redes sociales en su campo profesional, llama la atención que casi una cuarta parte indica que las redes sociales no tienen ninguna influencia, porque se cree que los profesionales de campo no reconocen aun los beneficios que pueden adquirir al utilizar las diferentes redes sociales en pro de su crecimiento profesional.

Tabla 6. ¿Considera que las redes sociales pueden influir de manera positiva en su carrera como comunicador social egresado?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	29	30%

No	25	26%
Tal vez	44	45%
Total	98	100%

Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Interpretación y Análisis

Se consultó a los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo, si considera que las redes sociales pueden influir de manera positiva en su carrera como comunicador social egresado, un 40% dijo que tal vez, un 30% que sí y un 26% dijo que no.

De los resultados obtenidos se considera que, los egresados de comunicación social, aun no conocen los aportes que pueden brindar las redes sociales para el crecimiento del profesional de este campo, lo que impiden que puedan ver a las redes sociales como una plataforma no solo ocio sino también para verificar y publicar eventos noticiosos.

Tabla 7. ¿Considera usted que las redes sociales son una plataforma segura para comunicar eventos noticiosos?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	20%
No	28	29%
Tal vez	50	51%
Total	98	100%

Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Interpretación y Análisis

Se consultó a los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo, se consultó si consideran que las redes sociales son una plataforma segura para comunicar eventos noticiosos, un 51% dijo que tal vez, un 29% dijo que no y un 20% que sí.

De los resultados obtenidos se considera que los egresados de comunicación social, aun desconocen o no se encuentran seguros, de las redes sociales como una plataforma para informar sobre eventos noticiosos que ocurren en el medio y el mundo.

Tabla 8. ¿Considera que las redes sociales son una plataforma que ayudan al intercambio de datos multimedia, fotografía y opiniones?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	43	44%
No	25	26%
Tal vez	30	31%
Total	98	100%

Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Interpretación y Análisis

Se consultó a los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo, si considera que las redes sociales son una plataforma que ayudan al intercambio de datos multimedia, fotografía y opiniones, un 44% dijo que si, un 31% dijo que tal vez y un 26% dijo que no.

De los resultados obtenidos se considera que los egresados en comunicación social presentan opiniones divididas respecto al intercambio de datos multimedia, fotografía, sin embargo, existe aún un grupo significativo que no está seguro y respondió que tal vez y que no respectivamente.

Tabla 9. ¿Considera que las redes sociales son sitios en tiempo real que ayudan a la ciudadanía a mantenerse a vanguardia de los eventos que ocurren en su entorno y en el mundo?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	61	62%
No	15	15%
Tal vez	22	22%
Total	98	100%

Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Interpretación y Análisis

Se consultó a los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo, si consideran que las redes sociales, son sitios en tiempo real que ayudan a la ciudadanía a mantenerse a vanguardia de los eventos que ocurren en su entorno y en el mundo, un 62% dijo que si, un 15% dijo que no y un 22% tal vez.

De los resultados obtenidos los profesionales en comunicación social si consideran que las redes sociales permiten conocer la noticia en tiempo, en definitiva, las redes sociales se han convertido en plataformas muy consumadas para todas las personas, sin embargo, se debería cuidar la información que se publica, ya que las RS tienen mucho alcance y se debe ser responsable.

Tabla 10. ¿Considera que las redes sociales influyen para que el comunicador social pueda tener una mayor libertad de expresión?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	81	83%
No	10	10%
Tal vez	7	7%
Total	98	100%

Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Interpretación y Análisis

Se consultó a los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo, si consideran que redes sociales influyen para que el comunicador social pueda tener una mayor libertad de expresión un 83% dijo que si, un 10% que no y un 7% indico que tal vez.

De los resultados obtenidos se considera que, la mayor parte de los encuestados considera que si existe mayor libertad de expresión en las redes sociales, sin embargo, el compromiso del comunicador social, es expresar un lenguaje comunicativo asertivo que permita que el periodista sea aceptado por el público gracias a su credibilidad al informar los eventos noticiosos.

Tabla 11. ¿Considera que la tv señal abierta le daría mucho más protagonismo que un medio digital a través de redes sociales?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	81	83%
No	10	10%
Tal vez	7	7%
Total	98	100%

Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Interpretación y Análisis

Se consultó a los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo, si considera que la tv señal abierta le daría mucho más protagonismo que un medio digital a través de redes sociales, un 83% dijo que si, un 10% dijo que no y un 7% indico que tal vez.

De los resultados obtenidos se considera que la mayor parte de los encuestados considera que la tv de señal abierta le darían mucho protagonismo que un medio digital, de lo indicado se considera que al responder muchos de los egresados no han tenido en cuenta muchas de las estadísticas, mundiales que indican que la televisión pierde cada día más fuerza y que son los medios digitales lo que se imponen, ya que permiten informar en tiempo real.

Tabla 12. ¿A usted le gustaría trabajar en un programa de señal abierta o un programa digital a través de redes sociales?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
En la tv de señal abierta	54	55%
Redes sociales	13	13%
Ninguna de las anteriores	31	32%
Total	98	100%

Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Interpretación y Análisis

Se consultó a los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo, le gustaría trabajar en un programa de señal abierta o un programa digital a través de redes sociales un 55% dijo que, en tv, un 13% redes sociales y un 32% ninguna de las anteriores.

De las respuestas obtenidas por los egresados de comunicación social se observa, que los mismos ven las redes sociales, como una alternativa para ejercer su profesión, más de la mitad ve atractiva aun la tv de señal abierta, pero llama la atención que más de la cuarta parte de los encuestados no les gustaría trabajar en programas de tv o redes sociales, por lo que se considera que les gustaría laborar en otras áreas de su campo profesional.

5.1.2. Estrategias, que ayudarían a los egresados en comunicación social a beneficiarse de las redes sociales.

Se presentan cinco estrategias que ayudarían a los egresados en comunicación social a beneficiarse de las redes sociales, las mismas fueron diseñadas a partir de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada, mismos que se detallan a continuación:

i. Charlas por parte de los docentes de la Universidad Técnica de Babahoyo, sobre la importancia de las redes sociales en beneficio del crecimiento profesional del egresado de comunicación social.

ii. Actividades universitarias que ayuden a que los estudiantes utilicen las redes sociales no únicamente para ocio, sino que las mismas sean una fuente de información investigación y estar a vanguardia de los eventos noticiosos del medio y el mundo.

iii. Los directores de escuela de la carrera de comunicación social, podrían crear charlas permanentes donde se forme a los estudiantes de comunicación social en temas vanguardistas respecto a la posición de la tv en señal abierta frente a las redes sociales en los tiempos actuales.

iv. Promover el uso eficiente redes sociales, a través de videos informativos, donde se expliquen los beneficios que las mismas pueden brindar hacia el comunicador social.

v. Las Universidad Técnica Estatal de Babahoyo extensión Quevedo, debería realizar seminarios, dirigidos a los estudiantes de comunicación social donde se

explique los beneficios de las diferentes redes sociales como una alternativa para informar la noticia, pero además que sirva como una alternativa de emprender su propósito negocio relacionado al campo profesional del periodismo

5.2. CONCLUSIONES GENERALES Y ESPECIFICAS

5.2.1. General

Los egresados en comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo, periodo 2022, aun no tiene claras las influencias de las redes sociales en beneficio de su campo profesional, la encuesta revela que mantienen ideas muy dispersas y distintas unos con otros, donde utilizan estas plataformas mayoritariamente para ocio y no para el desarrollo de su campo profesional, otra situación observada es que prefieren la tv de señal abierta ante que los programas digitales transmitido a través de rede sociales, ya que manifiestan que en estas plataformas no tiene el mismo protagonismo que en la tv., considerándose que desconocen que los programas digitales ganan cada vez más terreno desplazando a la televisión.

Los beneficios de las redes sociales, tampoco son identificados por los egresados en comunicación social, debido a que consideran a las redes sociales, únicamente como plataformas para intercambiar información personal, socializar, más no como una forma

de comunicar, es decir no se toma en cuenta que pueden utilizar estas plataformas digitales, como medio para darse a conocer y ganar credibilidad y un distintivo en el campo periodístico.

Los resultados han evidenciado que los egresados en comunicación social, no ven a las redes sociales como una plataforma de fuente e intercambio de datos informativos y multimedia, por lo que se deberían acoger nuevas estrategias académicas dentro de las aulas de la Universidad Técnica de Babahoyo, donde se forme al estudiante desde un enfoque vanguardista y comprenda los beneficios de la tecnología y las redes sociales como un campo que junto al del comunicador social puede conseguir beneficios comunes.

5.2.2. Especificas

Las redes sociales influyen en los comunicadores sociales, son una fuente de intercambio de información, y de datos multimedia, que permite la comunicación en tiempo real, sin embargo para criterio de los egresados de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, existen aún criterios no concretos y diferentes puntos de vistas, ya que porcentajes significativos no ven a las redes sociales como una plataforma que aporte al crecimiento profesional de este campo, considerándose que se debe a que ven la redes sociales como plataformas de ocio, más no como un sitio en el que pueden desarrollar su profesión, ya que las redes sociales han servido en los últimos años para crear programas digitales que han sido el medio para que muchos profesionales en comunicación se den a conocer en el ámbito periodístico.

En base a los resultados establecidos se considera, que los profesionales egresados en comunicación social, aun no tienen definidos los beneficios que las redes sociales pueden aportar a su profesión, ya que la encuesta revelo en un 45% que el principal uso dado a redes sociales es el ocio, es decir que no utilizan estas plataformas para desarrollarse en sus campo profesional; así mismo al consultar si las redes sociales han influido de manera positiva en su vida un 45% indica que tal vez es decir que tiene dudas o desconoce el impacto generado de las mismas, pero una cosa clara que si tienen en cuenta la población encuestada es que las redes sociales son una medio en donde se puede intercambiar datos multimedia, fotografía y opiniones.

Dentro de las estrategias definidas, se contemplan acciones, que deberían ejecutarse, están dirigidas para los egresados de este periodo y estudiantes de la carrera de comunicación social, para que la Universidad Técnica de Babahoyo, se interese por capacitar a sus estudiantes para que conozcan las influencias positivas que las redes sociales, ya que las encuestas revelan que los egresados del periodo 2022, aún tienen un desconocimiento e ideas dispersas de las influencia y beneficios que las RS pueden tener en su campo profesional.

5.3. RECOMENDACIONES GENERALES Y ESPECIFICAS

5.3.1. Generales

- Fomentar el uso de redes sociales como una influencia positiva al comunicador social, influyendo en que se usen las redes sociales como una fuente de información e interacción asertiva.
- Difundir información sobre los beneficios de las redes sociales, en pro del crecimiento profesional del comunicador social, y como una acción encaminada a fortalecer su interacción en tiempo real y permanente con el público.
- Desarrollar talleres en estudiantes y egresados de la carrea de comunicación social, a fin que se instruyan sobre la nueva forma de comunicar, mediante programas digitales que se emiten a través de las diferentes redes sociales.

5.3.2. Especificas

- Capacitar a los estudiantes de comunicación social, durante el transcurso de la carrera para que conozcan la influencia de las redes sociales en su crecimiento profesional y puedan ser utilizadas estas plataformas como medio para el desarrollo interactivo e innovación comunicativa.

- Desarrollar capacitaciones a los egresados de comunicación social, para que conozcan los beneficios de las redes sociales, mismas que han tomado protagonismo y se han impuesto ante los medios señal abierta, constituyen los programas en plataformas digitales como la nueva tv vanguardista y futurista.

- Tomar en cuenta las estrategias planteadas a fin que los egresados de comunicación social, se instruyan sobre las influencias y beneficios de las redes sociales, en el crecimiento del comunicador social, ya que las mismas permiten que los profesionales de este campo, puedan informar eventos noticiosos, verificados y cumpliendo con códigos deontológicos propios del profesional de esta rama.

CAPÍTULO V- PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN

6.1. PROPUESTA

6.1.1. Alternativa obtenida

Los profesionales egresados de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, necesitan de capacitación mediante talleres y seminarios donde se aborde el tema de las redes sociales para que los impulsen a conocer nuevas formas de encontrar fuentes de información y su influencia positiva en el crecimiento profesional del comunicador social, para que de esta manera no vean a las redes sociales solo como un intercambio de información personal sino como una fuente de interés de valor común, ya que la encuesta permitió identificar en los egresados no utilizan las redes sociales con fines profesionales, si bien un gran porcentaje de los encuestados dedican más de cuatro horas al día para andar en redes sociales, pero es principalmente para actividades de ocio, más no como una forma de comunicar noticias y de investigación que aporte a su crecimiento profesional.

6.1.2. Alcance de la alternativa

La trascendencia será que el profesional en comunicación social, tendrá la capacidad de comprender la influencia que las redes sociales, pueden tener en su campo profesional y de esta manera volcarse al vanguardismo de las redes sociales para el intercambio de información noticiosa que permita informar de manera verificada, asertiva y responsable

6.1.3. Antecedentes

Al abordar estudios tanto internacionales como nacionales, se ha observado que las redes sociales han tenido un impacto en la sociedad, y han sido utilizadas en diferentes campos de la ciencia, que sirve como fuente de información y del fomento de las relaciones interpersonales, pero también han tenido una vinculación directa con la rama de comunicación social, ya que las redes sociales son la plataforma para crear problemas digitales y de apoco ir desplazando a la tv nacional, y se va principalmente porque muchos de estas redes sociales tienen acceso libre y gratuito lo que permiten tener muchos usuarios conectados en tiempo real, convirtiéndose además de una ayuda para intercambiar información la fuente de ingreso para muchos periodistas ya que crear programas de tv donde pautan con grandes marcas.

En base a las premisas expresadas en el párrafo anterior, se considera que el profesional en comunicación social debe conocer los beneficios de las redes sociales como una alternativa de crecer profesionalmente, teniendo al alcance una plataforma donde puede generar recursos y ampliar la oferta de ;la comunicación social, misma que no se encuentra en la actualidad únicamente centrada en la tv de señal abierta debido a que las plataformas redes sociales cada vez ganan más terreno convirtiéndose así en sitios muy visitaos por los usuarios, situación que debe conllevar al interés de los nuevos profesionales de comunicación social para que aprende como beneficiarse de las redes sociales para que estas influyan de manera positiva en su crecimiento personal y profesional, permitiéndoles crear su propio negocio en su rama del conocimiento.

6.1.4. Justificación

La propuesta es realizada, ya que mediante la aplicación de encuestas se pudo determinar que el profesional egresado en comunicación social no tiene clara la influencia, beneficios e importancia de las redes sociales en pro de su crecimiento profesional, utilizando estas plataformas principalmente para ocio y no para informar sobre eventos noticiosos que ocurren en su medio y en el mundo, además existe un desconocimiento general sobre la importancia que las redes sociales han tenido en los últimos imponiéndose o igualando a al alcance que tienen los medios de señal abierta.

Los aportes serán, dotar de conocimientos, al profesional egresado en comunicación social, sobre la importancia de las redes sociales en beneficio de su crecimiento profesional, así como también comprenda la responsabilidad que conlleva el informar la noticia desde plataformas digitales donde para lograr credibilidad se requiere de verificar la noticia antes de ser publica, y utilizar un lenguaje adecuado que responda a los códigos deontológicos del profesional de este campo.

Los beneficiarios directos serán los profesionales egresados en comunicación social, mientras los beneficiarios indirectos, serán los usuarios quienes se beneficiarán de la noticia compartida por los profesionales de este campo, mismas que gozarán de credibilidad y de un lenguaje asertivo que logre una buena acogida de los usuarios de redes sociales.

6.1.5. Objetivo General

Establecer estrategias, que ayuden a los egresados en comunicación social a beneficiarse de las redes sociales para su crecimiento profesional.

6.1.6. Objetivos Específicos

- Desarrollar una propuesta enfocada hacia las personas egresadas en comunicación que permita que utilicen las redes sociales de manera positiva.
- Lograr dotar de conocimientos teóricos prácticos, sobre la influencia de las redes sociales a los estudiantes y profesionales de comunicación social, de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo.
- Plasmar los beneficios obtenidos por los egresados en comunicación social, al utilizar las redes sociales en su crecimiento profesional.

6.1.7. Resultados esperados de la alternativa

Los resultados esperados son, que el profesional en comunicación social, de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo identifique cuales son las influencias que tienen las redes sociales, en beneficio de su desarrollo profesional, la idea nace, de las encuestas aplicadas, mismas que determinaron, que el profesional de este campo no tiene claro cuáles son los beneficios obtenidos de las redes sociales y como pueden mediante estas plataforma, informar la noticia en tiempo real, además de tener una fuente de consulta de eventos ocurridos en su medio o alrededor del mundo, y para el intercambio de datos multimedia, todo ello aporta al crecimiento del egresado en comunicación social, siendo su responsabilidad la utilización de un lenguaje asertivo basados en códigos deontológicos que le permita ganar credibilidad de los usuarios.

6.2. Estructura general de la propuesta

6.2.1. Título

Establecer estrategias, que ayuden a los egresados en comunicación social a beneficiarse de las redes para su crecimiento profesional.

6.2.2. Componentes

Tabla 13. Planificación

N	Actividades	Metodología	Indicadores	Responsables	Beneficiarios	Tiempo	Recursos
1.	Presentación de cada uno de los participantes, donde cada uno expondrá su conocimiento, uso y tiempo dedicado a las redes sociales.	Breves directrices dada por los responsables a fin de indicar las reglas y las normas de comportamiento que deben existir durante el tiempo que dure el taller.	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad - Comunicación - Crecimiento profesional - Información 	Profesionales de la Universidad Técnica de Babahoyo de la facultad de comunicación extensión Quevedo.	Estudiantes y profesionales egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo	30 minutos.	<ul style="list-style-type: none"> - Proyector. - Trípticos - Hojas informativas.
2.	<p>Primer taller denominado: Las redes sociales: generalidades, características e impacto</p> <p>Sub 1. Las redes sociales y su impacto el campo del periodismo y comunicador social</p> <p>Sub 2. Video corto de reflexión sobre los beneficios de la utilización de redes sociales</p>	Para su desarrollo se utilizarán técnicas participativas las cuales facilitaran la motivación amena y activa de los estudiantes, contribuyendo a que estos se apropien de los conocimientos y al mismo tiempo permitirá potenciar un mayor conocimiento sobre las redes sociales y sus beneficios para el	<ul style="list-style-type: none"> - Comprensión - Dinamismo - Respeto - Comunicación 	Profesionales de la Universidad Técnica de Babahoyo de la facultad de comunicación extensión Quevedo.	Estudiantes y profesionales egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo	2 horas.	<ul style="list-style-type: none"> - Información digital sobre las redes sociales y su manejo responsable y empresarial - Trípticos informativos - Videos informativos. - Productos didácticos.

		crecimiento profesional del comunicador social.					
3.	<p>Segundo Tema del Taller: Las redes sociales y su influencia positiva en los profesionales de comunicación social.</p> <p>Sub 1. ¿Como las redes sociales ayudan al crecimiento profesional del comunicador social?</p> <p>Sub 2. ¿Cómo utilizar las redes sociales como un mecanismo de ayuda para crecer profesionalmente?</p> <p>Sub 3. ¿Cómo el profesional social puede obtener una ventaja en su crecimiento usando redes sociales?</p> <p>Video corto de reflexión sobre el tema:</p>	<p>El especialista que va a realizar la actividad debe formular la pregunta, ¿Qué se entiende por redes sociales? Tienen la oportunidad de expresar sus ideas la cuales serán anotadas por el especialista sin hacer comentarios, todo ello para identificar los conocimientos adquiridos en el primer taller y poder establecer mejoras en caso que no haya existido una buena comprensión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje - Comprensión - Respeto - Comunicación 	<p>Profesionales de la Universidad Técnica de Babahoyo de la facultad de comunicación extensión Quevedo.</p>	<p>Estudiantes y profesionales egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo</p>	2 horas	<ul style="list-style-type: none"> - Trípticos informativos - Videos informativos. - Productos didácticos. - Pizarra - Presentaciones en Power point

	https://www.youtube.com/watch?v=ComiJE2tpqQ						
4.	<p>Tercer tema del Taller: Las redes sociales frente a la tv de señal abierta.</p> <p>Subtema 1. Imposición de las redes sociales ante la tv de señal abierta.</p> <p>Subtema 2. Las redes sociales la nueva forma de comunicar la noticia de manera instantánea.</p>	La actividad se desarrollará bajo la dirección de un facilitador que debe poseer conocimientos sobre el tema y la experiencia necesaria para aclarar las dudas de los participantes. Se debe seleccionar y analizar previamente el material que se va a proyectar teniendo en cuenta las características de los participantes.	<ul style="list-style-type: none"> - Comprensión - Comunicación - Compromiso - Libertad de expresión 	Profesionales de la Universidad Técnica de Babahoyo de la facultad de comunicación extensión Quevedo.	Estudiantes y profesionales egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo	2 horas	<ul style="list-style-type: none"> - Pizarra - Salón de clases interactivo - Pizarra. - Hojas impresas informativas.
5.	<p>Cuarto tema del Taller: Estrategias para posesionarse con un programa digital mediante redes sociales.</p> <p>Sub1. Las redes sociales una oportunidad de trabajo y crecimiento para el profesional en comunicación social.</p>	Esta es una actividad colectiva en la que se reflexiona sobre un tema previamente seleccionado, generalmente dirigido por un moderador encargado de la organización en la que participa un auditorio.	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad - Comprensión - Dinamismo 	Profesionales de la Universidad Técnica de Babahoyo de la facultad de comunicación extensión Quevedo.	Estudiantes y profesionales egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo	2 horas	<ul style="list-style-type: none"> - Pizarra - Salón de clases interactivo - Pizarra. - Hojas impresas informativas.

Sub 2. Estrategias para crecer y darse a conocer el mundo de la comunicación a través de las redes sociales.						
---	--	--	--	--	--	--

BIBLIOGRAFÍA

- Argüelles Pascual, V., Hernández Palacios, D., Cuevas Rivera, I. B., & Andrade Hernández, E. (2020). Clasificación de estrategias de aprendizaje. *Ciencia Huasteca Boletín Científico de La Escuela Superior de Huejutla*, 8(16). <https://doi.org/10.29057/esh.v8i16.5745>
- Astorga-Aguilar, C., & Schmidt-Fonseca, I. (2019). Peligros de las redes sociales: Cómo educar a nuestros hijos e hijas en ciberseguridad. *Revista Electrónica Educare*, 23(3). <https://doi.org/10.15359/ree.23-3.17>
- Asuero Flores, Y. D. C. (2023). Estrategias Didácticas Activas para fomentar la Comprensión Lectora. *Tesla Revista Científica*, 3(1). <https://doi.org/10.55204/trc.v3i1.e93>
- Bramanti, A. (2022). Estrategias de innovación en los procesos productivos y su relación con el diseño industrial. (Spanish). In *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación* (Vol. 23, Issue 102).
- Campos-Freire, F., Rúas-Araújo, J., López-García, X., & Martínez-Fernández, V.-A. (2016). Impacto de las redes sociales en el periodismo. *El Profesional de La Información*, 25(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2016.may.15>
- Cantos García, J., & Cumba Castro, E. (2018). Periodismo en las Redes Sociales y las Nuevas Narrativas dentro de la Comunicación Digital. *Ciencia Sociales y Económicas*, 2(1). <https://doi.org/10.18779/csye.v2i1.269>
- Carbonell, X., & Oberts, U. (2021). Las redes sociales en línea no son adictivas. *Aloma: Revista de Psicologia, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 33(2). <https://doi.org/10.51698/aloma.2015.33.2.13-19>
- Carrasco, M., & Orejuela, F. (2021). Empleabilidad de los egresados de Estomatología. *Revista Estomatológica Herediana*, 30(4). <https://doi.org/10.20453/reh.v30i4.3878>
- Charry González, F. (2015). Pensamiento crítico en egresados de comunicación social y periodismo de la Universidad Surcolombiana. *Revista Paca*, 7. <https://doi.org/10.25054/2027257x.2063>
- Fuentes Frías, F. A., & García Rodríguez, J. F. (2021). La Mercadotecnia en la Red Social “Facebook.” *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 27(78). <https://doi.org/10.19136/hitos.a27n78.4486>
- Gómez Díaz, R. L., & Chávez Cornejo, M. A. (2020). Las redes sociales y periodismo ciudadano en jóvenes de asentamientos humanos (AA. HH.) de Lima. *Horizonte de La Ciencia*, 10(18). <https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2020.18.419>
- Granero Cendón, J. I. (2020). ¿Existe una comunidad cultural digital en las redes sociales? *Revista PH*. <https://doi.org/10.33349/2021.102.4800>

- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163–173. <http://dx.doi.org/10.26820/recimundo>
- Guiñez-Cabrera, N., Mansilla-Obando, K., & Jeldes-Delgado, F. (2020). La transparencia publicitaria en los influencers de las redes sociales. *Retos*, 10(20). <https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.05>
- Islas Torres, C., & Carranza Alcántar, M. (2011). Uso de las redes sociales como estrategias de aprendizaje. ¿Transformación educativa? *Apertura: Revista de Innovación Educativa*, 3(2). <https://doi.org/10.18381/198>
- Jácome Velasco, S. J., Jaramillo Echeverri, L. G., & Bohórquez Góngora, F. F. (2020). Sentidos en educación y salud: Prácticas que enriquecen los currículos universitarios. *Revista EDUCARE - UPEL-IPB - Segunda Nueva Etapa 2.0*, 24(3). <https://doi.org/10.46498/reduipb.v24i3.1366>
- Jaimes-Barrera, S. A., Ramírez-Aguilar, P. V., Quijano-Luna, B. M., De León-Vazquez, I. I., Flores-Jiménez, I., & Tapia-Castillo, D. I. (2021). Las redes sociales en la educación. *XIKUA Boletín Científico de La Escuela Superior de Tlahuelilpan*, 9(18). <https://doi.org/10.29057/xikua.v9i18.7259>
- Jara- Obregón, L. S., Ferruzola-Gomez, E., & Rodríguez-López, G. (2017). Delitos a través redes sociales en el Ecuador: una aproximación a su estudio. *RIDTEC | Vol. 13, n.º 2*, 13(2).
- Lagos Reinoso, G. G., Garcés Suarez, E. F., Troya Morejón, I. E., & Alonzo Ganchozo, J. M. (2020). Las redes sociales y su influencia en el rendimiento académico de los estudiantes universitarios. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v35i1.2235>
- López, O., Beltrán, C., Morales, R., & Cavero, O. (2018). Estrategias de marketing digital por medio de redes sociales en el contexto de las PYMES del Ecuador. *CienciAmérica*, 7(2). <https://doi.org/10.33210/ca.v7i2.167>
- Lugo-Morin, D. R. (2010). Análisis de redes sociales en el mundo rural: Guía inicial. *Revista de Estudios Sociales*, 38.
- Majó, J., Moya, D., & Vall-Ilosera, L. (2017). Impacto de las redes sociales en los ingresos de los hoteles en Colombia, Ecuador y Perú. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 26(1). <https://doi.org/10.18359/rfce.3143>
- Martínez, C. (2017). *Uso de las redes sociales y su impacto en el rendimiento Académico de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato*. Universidad Técnica de Ambato.

- Monfort, A., & Mas Iglesias, J. M. (2021). Barreras y oportunidades para la comunicación de la responsabilidad social en redes sociales. *Comunicación y Hombre*, 17. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.645.349-361>
- Osorio Cámara, J., del Mar Molero, J., del Carmen Pérez, F., & Mercader Rubio, I. (2014). Redes Sociales En Internet Y Consecuencias De Su Uso En Estudiantes Universitarios. *International Journal of Developmental and Educational Psuchology*, 3(1).
- Rendón, M. A. (2019). Competencias socioemocionales de maestros en formación y egresados de programas de educación. *Praxis & Saber*, 10(24). <https://doi.org/10.19053/22160159.v10.n25.2019.10004>
- Roxana, M., Macías, A., & Torres, E. O. (2016). Desarrollo de habilidades para la comunicación no verbal en la formación inicial del comunicador social. *REFCalE: Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa*. ISSN 1390-9010, 4(2).
- Salas, J. (2017). *Uso del periodismo digital en las redes sociales Twitter y Facebook, por los estudiantes de Comunicación de la Universidad Técnica de Ambato* [Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27479/1/FJCS-CS-512.pdf>
- Sierra Sánchez, J., Liberal Ormaechea, S., & de Vicente Domínguez, A. M. (2021). Análisis del consumo de medios digitales españoles durante la pandemia del coronavirus SARS-CoV-2. *Historia y Comunicación Social*, 26(Especial). <https://doi.org/10.5209/hics.74240>
- Vásquez Córdova, A. S. (2021). Estrategias de aprendizaje de estudiantes universitarios como predictores de su rendimiento académico. *Revista Complutense de Educación*, 32(2). <https://doi.org/10.5209/rced.68203>
- Vásquez, W. (2020). Metodología de la investigación, Manual de estudiante. *Universidad San Martín de Porres*. <https://docplayer.es/134732351-Metodologia-de-la-investigacion-manual-del-estudiante.html>
- Villa-Zura, M. P., Noboa-Benavides, N., & Miguel-Montenegro, T. (2021). Las redes sociales como herramienta de difusión y prevención del microtráfico en el Ecuador. *IUSTITIA SOCIALIS*, 6(1). <https://doi.org/10.35381/racji.v6i1.1519>

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades

Actividades	Semanas									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Elaboración del anteproyecto o propuesta, teniendo en cuenta cada una de las indicaciones dadas por el tutor										
Elaboración de antecedentes y fundamentación teórica, marco referencial y posturas teóricas de la investigación realizada										
Elaboración de la metodología que contempla, el tipo de investigación, el enfoque las técnicas, los métodos y la población y muestra										
Presentación y aprobación del perfil, por parte del tutor responsable.										
Trabajo de recolección de datos en campo, que contemplaron la realización de la encuesta a los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo										
Tabulación y Análisis de datos respecto a la encuesta realizada										
Presentación del primer borrador de resultados de objetivo 1.										
Presentación del primer borrador de resultados de objetivo 2 y 3										
Presentación de conclusiones y recomendaciones generales y específicas										
Presentación de trabajo terminado										
Correcciones por parte del tutor asignado										
Entrega del trabajo final corregido										
Sustentación										

Anexo 2. Banco de preguntas para la encuesta

1. ¿Usted utiliza redes sociales?

- a) Si _____
- b) No _____
- c) Tal vez _____

2. ¿Cuál el tiempo diario dedicado por usted a las redes sociales?

- a) 1 hora diaria _____
- b) 2 horas diarias _____
- c) 3 horas diarias _____
- d) Mas de 3 horas diarias _____

3. ¿Cuál es el uso dado por usted a las redes sociales?

- a) Ocio
- b) Estudio
- c) Investigación
- d) Comunicación de eventos noticiosos
- e) Otros usos

4. ¿Cuáles son las redes sociales las cuales usted más utiliza?

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) WhatsApp.
- d) Tik Tok
- e) Twitter
- f) YouTube

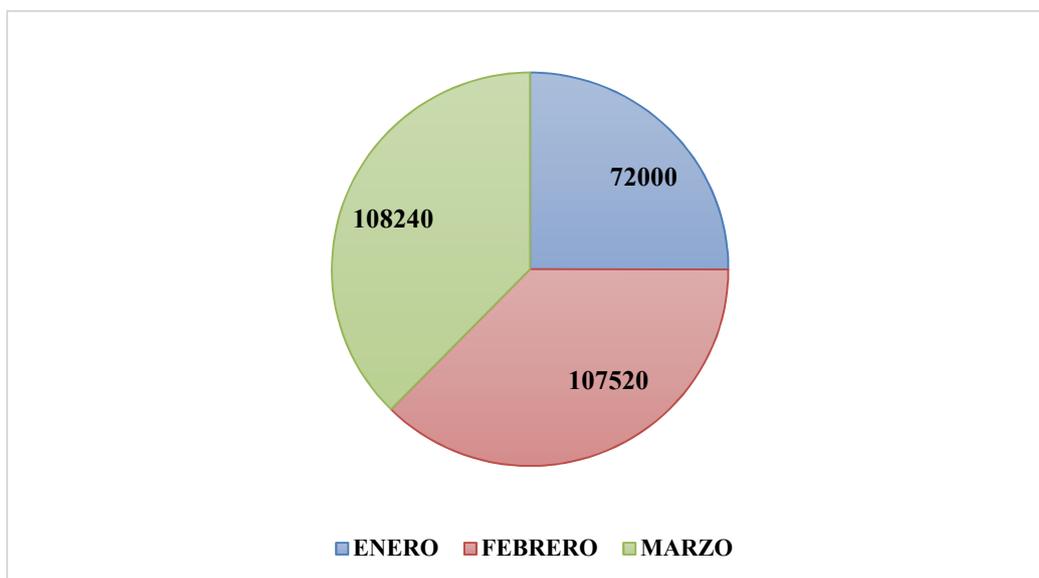
5. ¿Cuál es la influencia que han tenido las redes sociales en su campo profesional?

- a) Aprendizaje e información de noticias, cultura, deporte etc.
- b) Intercambio de información y datos multimedia, fotográficos
- c) Contactos múltiples y una intensa interactividad
- d) Información, testimonios o datos en tiempo real
- e) Ninguna influencia
- f) Otras influencias

- 6. ¿Considera que las redes sociales pueden influir de manera positiva en su carrera como comunicador social egresado?**
- a) Si
 - b) No
 - c) Talvez
- 7. ¿Considera usted que las redes sociales son una plataforma segura para comunicar eventos noticiosos?**
- a) Si
 - b) No
 - c) Talvez
- 8. ¿Considera que las redes sociales son una plataforma que ayudan al intercambio de datos multimedia, fotografía y opiniones?**
- a) Si
 - b) No
 - c) Talvez
- 9. ¿Considera que las redes sociales son sitios en tiempo real que ayudan a la ciudadanía a mantenerse a vanguardia de los eventos que ocurren en su entorno y en el mundo?**
- a) Si
 - b) No
 - c) Talvez
- 10. ¿Considera que las redes sociales influyen para que el comunicador social pueda tener una mayor libertad de expresión?**
- a) Si
 - b) No
 - c) Talvez
- 11. ¿Considera que la tv señal abierta le daría mucho más protagonismo que un medio digital a través de redes sociales?**
- a) Si
 - b) No
 - c) Talvez
- 12. ¿A usted le gustaría trabajar en un programa de señal abierta o un programa digital a través de redes sociales?**
- a) En la tv de señal abierta

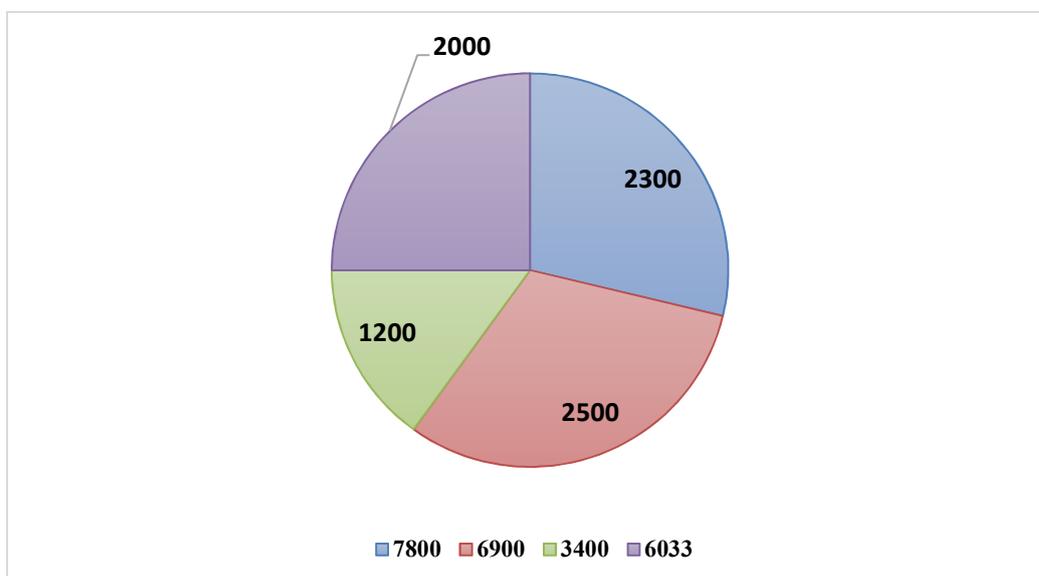
Anexo 5. Gráficos de la encuesta

Gráfico 1. Uso de redes sociales



Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Gráfico 2. Tiempo diario dedicado a las redes sociales



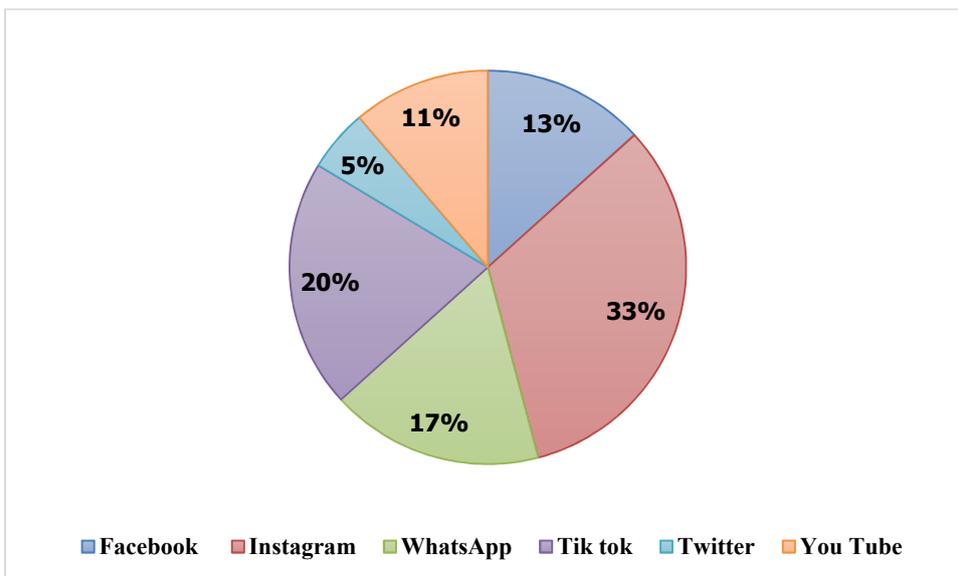
Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Gráfico 3. Tipos de uso dado a las redes sociales



Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Gráfico 4. Redes sociales que los egresados más utilizan.



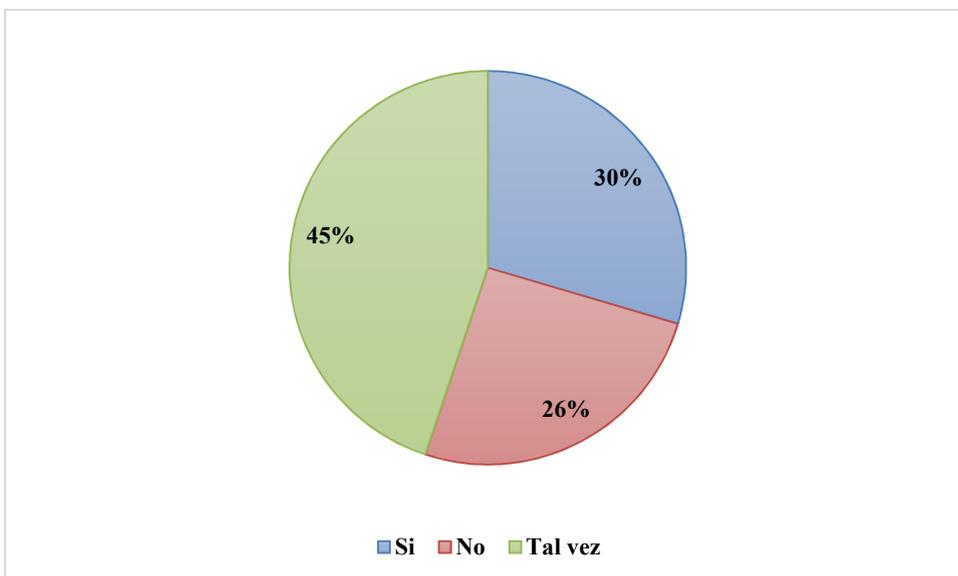
Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Gráfico 5. Influencia que han tenido las redes sociales en su campo profesional



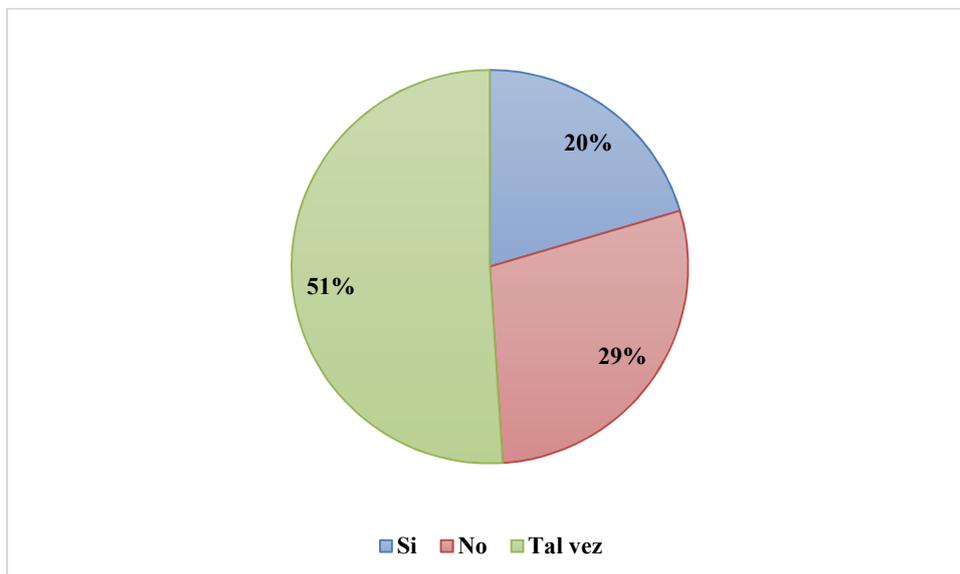
Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Gráfico 6. Las redes sociales pueden influir de manera positiva en su carrera como comunicador social egresado



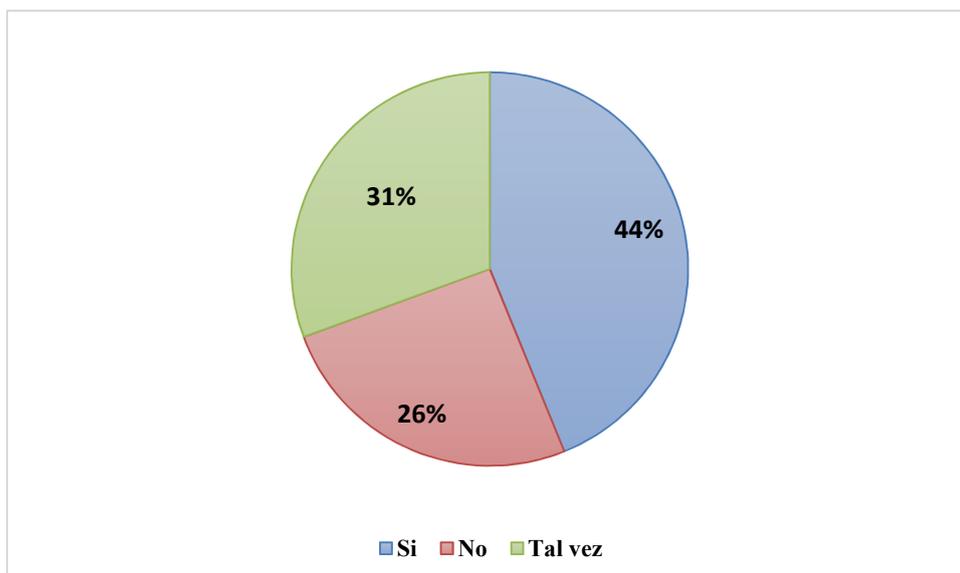
Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Gráfico 7. Percepción sobre si redes sociales son una plataforma segura para comunicar eventos noticiosos



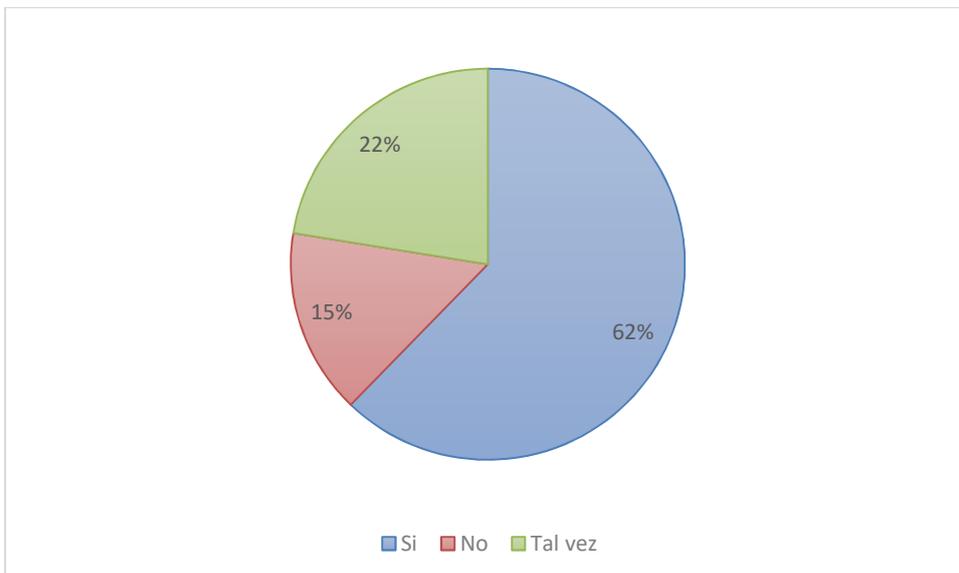
Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Gráfico 8. ¿Considera que las redes sociales son una plataforma que ayudan al intercambio de datos multimedia, fotografía y opiniones?



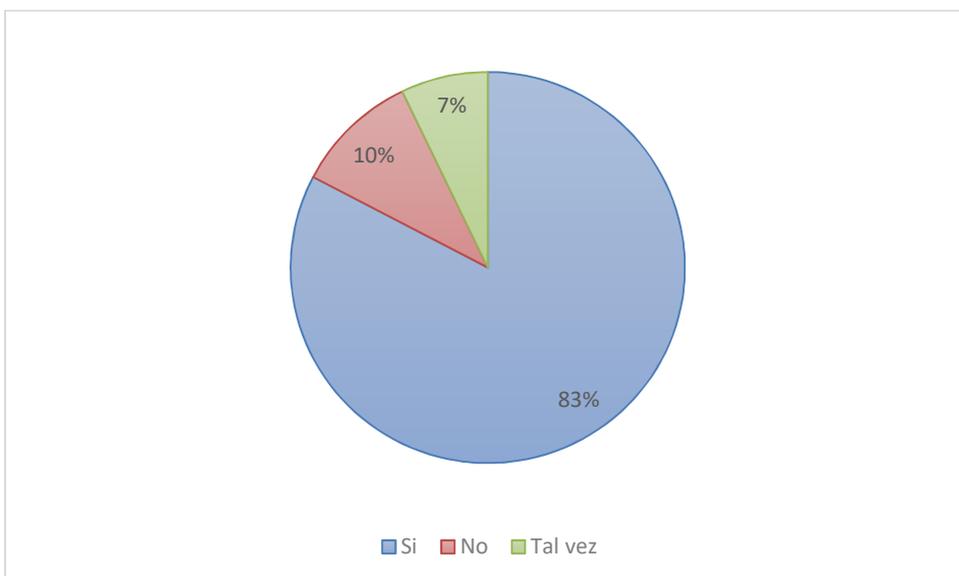
Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Gráfico 9. Las redes sociales son sitios en tiempo real que ayudan a la ciudadanía a mantenerse a vanguardia de los eventos que ocurren en su entorno y en el mundo



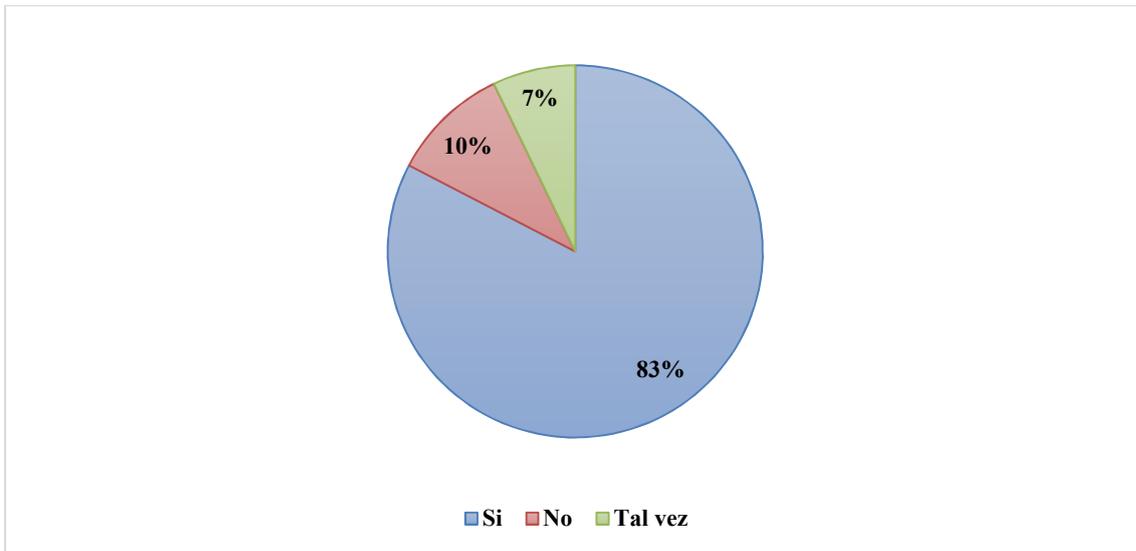
Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Gráfico 10. Las redes sociales influyen para que el comunicador social pueda tener una mayor libertad de expresión



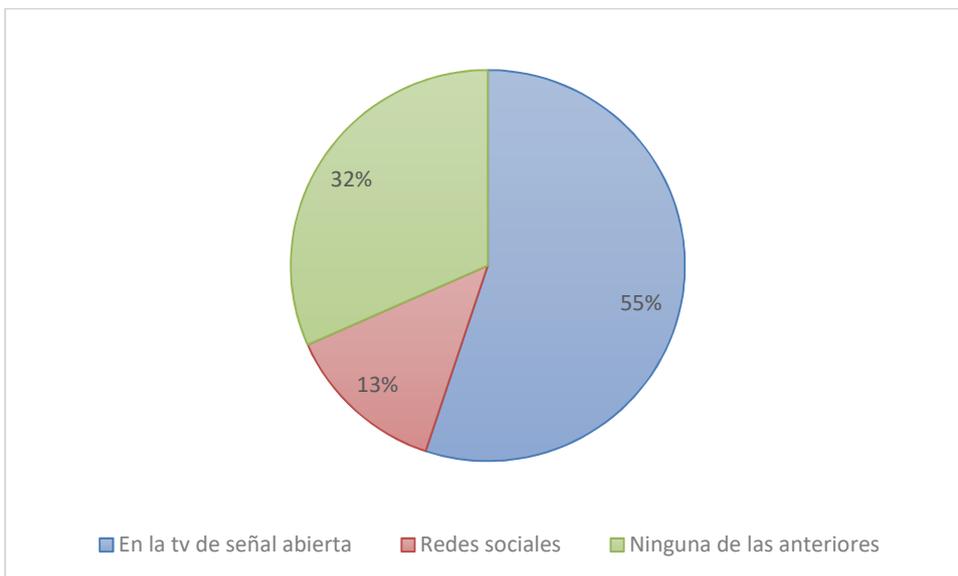
Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Gráfico 11. ¿Considera que la tv señal abierta le daría mucho más protagonismo que un medio digital a través de redes sociales?



Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

Gráfico 12. Trabajaría en un programa de señal abierta o un programa digital a través de redes sociales



Nota. Información obtenida de los egresados de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.