



**UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA
DE NICARGUA,
MANAGUA**
UNAN - MANAGUA

**Recinto universitario “Rubén Darío”
Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas**

**TESIS DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO.**

TEMA:

Diagnosticar el uso de la red social Facebook en los aspectos educativo, informativo y entretenimiento, en los jóvenes de III, IV y V año de la carrera de comunicación para el desarrollo de los turnos matutino y vespertino de la UNAN-Managua Recinto Universitario Rubén Darío (RURD), en el periodo del segundo semestre del año 2017.

Autores:

- Br. Juan Ramón Silva Morales
- Br. Belkis Judith Treminio León
- Br. Solmar Gómez Valdez

Tutor: Lic. Freddy Quezada

Managua, 2020

Índice

Dedicatoria	4
Agradecimientos.....	5
RESUMEN:	6
I. Introducción	8
Tema Delimitado:	10
II. ANTECEDENTES.....	11
III. Planteamiento del problema:.....	12
IV. Justificación:.....	14
V. Objetivos.....	15
Objetivo general:	15
Objetivos específicos:	15
VI. Marco Conceptual:	16
A) Tipo de teoría de la investigación:.....	16
B) Comunicación:.....	16
C) Estudiante Universitario.....	17
D) Receptor.....	19
E) Tipos de comunicación.....	20
G) Red Social:.....	22
1. ¿Qué son las Redes Sociales?	22
H) La red social Facebook.	24
I) Facebook como Herramienta educativa	26
J) Facebook como entretenimiento	27
K) Facebook como Medio informativo.....	29
L) Info- entretenimiento.....	31
M) Info- educacion.....	32
N) Edu- entretenimiento	33
Ñ) Millennials:	34
O) Web 1.0, 2.0 y 3.0.....	35
1. Web 1.0.....	35

2. Web 2.0.....	36
3. Web 3.0.....	38
VII. Preguntas directrices.....	40
VIII. Diseño Metodológico.....	41
IX. Descripción y análisis de los resultados.....	44
X. Conclusiones.....	64
XI. Recomendaciones.....	66
XII. Anexos.....	67
XIII Referencias:.....	71

Dedicatoria

A Dios.

Por habernos permitido llegar hasta este punto y habernos dado salud para lograr nuestro objetivo, además de su infinita bondad y amor.

A nuestras madres.

Por habernos apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que nos ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A nuestros compañeros de clase.

Por apoyarnos mutuamente en nuestra formación profesional esperamos que nuestra amistad perdure por siempre.

A nuestros maestros.

A todos aquellos maestros que marcaron cada etapa de nuestro camino universitario, y que nos ayudaron en asesorías y dudas presentadas en la elaboración de la tesis.

Agradecimientos

Dios, tu amor y tu bondad no tienen fin, nos permitiste sonreír ante todos nuestros logros que son resultado de tu ayuda.

Este trabajo de investigación ha sido una gran bendición en todos los sentidos, agradecemos a nuestras madres y demás familiares y amigos que fueron de mucho apoyo, gracias a ellos esta meta está cumplida.

RESUMEN:

El presente trabajo de investigación consiste en diagnosticar y determinar cuál es el uso que le dan a la red social Facebook los estudiantes de III, IV y V año del turno matutino y vespertino, de la carrera Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua en los aspectos educativos, informativos y entretenimiento.

La investigación se centró en especificar el tiempo que los estudiantes le dedicaban a la red social Facebook en los aspectos educativos, informativos y entretenimiento y averiguar a cuál de estos aspectos le dedicaban más tiempo al momento de estar conectados en la populosa red social o bien saber si lo hacían todo a la misma vez, también se realizaron encuestas para saber si Facebook es una herramienta que facilita el aprendizaje de los estudiantes, dicha evaluación ayudara a los docentes a aprovechar la influencia que tiene esta plataforma en los estudiantes para mejorar la comunicación y diseñar estrategias que puedan incentivar a un aprendizaje más dinámico y atractivo para los estudiantes.

El paradigma de esta investigación es la Escuela Latino Americana (ELA) en donde sus principales autores Luís Ramiro Beltrán, Daniel Prieto Castillo, Jesús Martín-Barbero y otros autores destacan la relación entre la comunicación, los procesos culturales y masivos, rechazando a la vez la idea del “dominado” cree en una reacción del receptor, la audiencia, el público de los mass media, en el hecho de que puede aceptar o rechazar el mensaje y así frenar el impacto de la idea que el emisor quiere preservar, además esta escuela estudia los procesos que pueden llegar a contribuir al desarrollo social mediante la comunicación y la involucración de los receptores, sus inicios fueron planteando críticas a escuelas estadounidenses y europeas que ponían sus modelos de comunicación al servicio de grupo de poder económicos, esta escuela ha desarrollado investigaciones sobre el imperialismo

y la liberación de la dependencia investigativa y análisis de la cultura desde un carácter tercermundista.

En cuanto al enfoque de la investigación es de carácter cuantitativo, utilizando la muestra de tipo no probabilístico ya que este tipo de muestra consiste en la elección por métodos no aleatorios de una muestra cuya características sean similares a las de la población objetivo, este tipo de muestro la “Representatividad” la determina el investigador de modo subjetivo esto permitirá que la investigación tenga fluidez. Y sobre todo contemplar si Facebook es una plataforma que facilita el aprendizaje de los estudiantes.

Durante la investigación se encontró que un 57% de los encuestados le dedicaba más tiempo a entretenerse, un 25% a informarse y un 23% a educarse, aunque se pudo encontrar que se viene desarrollando una combinación de estas tres categorías y que cada vez al estudiante le cuesta más decidirse por una sola, es decir que se va desarrollando una combinación que les cuesta definir si solamente se entretienen, educan e informan o si hace todas al mismo tiempo.

I. Introducción

Facebook se creó en la universidad de Harvard Estados Unidos con el fin de que los estudiantes de dicha universidad contaran con una plataforma virtual en la cual pudieran compartir conocimientos de sus estudios y expandir al igual la comunicación de los estudiantes de dicha universidad, Fue fundado en febrero de 2004, por Mark Zuckerberg.

La principal característica de Facebook es que cuenta con entretenimiento, información y permite comunicarnos de una forma dinámica, esta red social se ha convertido en una plataforma multiusos, cuenta con diversas herramientas que están a disposición del usuario, esto para las distintas actividades que puede realizar la persona.

Para dar a conocer la relevancia de Facebook en los jóvenes de comunicación para el desarrollo de III a V año de los turnos matutino y vespertino es necesario conocer su concepto. Es una red que conecta personas con personas. Las funcionalidades más importantes son las que te permiten encontrar amigos con el buscador de amigos de Facebook para conectarte con ellos e interactuar: contarles cosas de personales (estados de ánimo, cosas que te han pasado, etc.), compartir recursos (páginas web, fotos, etc.) o incluso realizar encuestas.

Este trabajo de investigación se realizó con el interés de describir que tipo de uso le dan a la red social Facebook los estudiantes de comunicación para el Desarrollo de III a V año de los turnos matutinos y vespertinos de la UNAN-MANAGUA, en los aspectos de entretener, educar e informar. Por el gran alcance de Facebook es necesario plantear cuanto tiempo le dedican a Facebook dichos estudiantes, esto para explicar la posible influencia de esta red social en los estudiantes.

Por su gran trascendencia e influencia que ha venido marcando en diversos usuarios es necesario detallar si Facebook es una herramienta eficaz para educar, esto permitiría desarrollar recomendaciones que permitan determinar estrategias que puedan desarrollar prácticas y sacar provechos de las posibles herramientas que ofrece esta red social.

EL USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK

facebook



Tema Delimitado:

Diagnosticar el uso de la red social Facebook en los aspectos educativo, informativo y entretenimiento, en los jóvenes de III, IV y V año de la carrera de comunicación para el desarrollo de los turnos matutino y vespertino de la UNAN-Managua Recinto Universitario Rubén Darío (RURD), en el periodo del segundo semestre del año 2017.

II. Antecedentes

Los antecedentes de una investigación consisten en la presentación de la información más relevante y directamente relacionada con nuestro tema de investigación y que podemos considerar aportes en referencia a este así que se retomó como base diferentes investigaciones realizadas sobre la red social Facebook para referencia del presente trabajo:

- Rueda y Blandón, 2012 p. 301) quienes realizaron un estudio acerca del **Análisis del Blog , Facebook y el Twitter como medios tecnológicos en el ejercicio periodístico en los estudiantes de III, IV, Y V año de la carrera de filología y comunicación de la UNAN-MANAGUA.**
“El internet a revolucionado entre emisor-receptor, y esto ha dado lugar a que los usuarios prefieran los medios electrónicos como fuente de información ya que en ellos se encuentra una interacción que los medios tradicionales le han negado durante años”
- (Vicente, 2013 p. 164) realizó un estudio acerca de **Facebook, Twitter y Blogs como plataforma de participación ciudadana a partir del periodismo 3.0 en los estudiantes de filología y comunicación de III, IV Y V año de la UNAN-MANAGUA.**
“las redes sociales, son de lo más fuerte de internet, y es un fenómeno que se debe gracias al poder de la comunicación que este facilita. Este proceso de actualización y evolución de las comunicaciones no solo se ha trastocado el sistema inter comunicativo, sino, a toda una amalgama de actitudes y valores éticos, políticos religiosos, económicos etc.”
- (Molina G y Toledo, 2014 p. 75) realizaron un estudio llamado **Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes.** “Los datos muestran que los adolescentes utilizan mayoritariamente (45.7%) el celular para conectarse a las redes sociales, especialmente Facebook con un 82.4%, a las cuales el 26.6% ingresa con una regularidad de cinco o más veces al día, dedicándoles hasta tres horas diarias (41.2%), y señalan que se han registrado a estas redes para hacer Amigos y/o comunicarse con familiares”.

III. Planteamiento del problema:

Las redes sociales son sitios en internet que permiten a las personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades de manera virtual y compartir contenido, interactuar , crear comunidades sobre intereses similares como trabajo , lectura , juegos , relaciones amorosas etc.

Randy Conrads fue quien le dio origen a las redes sociales en el año 1995 cuando creó el sitio Web classmates.com. Con esta red social pretendía que la gente pudiera recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto o universidad.

Algo parecido con la historia de la creación de Facebook que originalmente fue creado para fomentar las redes universitarias; posteriormente se amplió para incluir a los estudiantes de secundaria, profesionales y finalmente a todos los usuarios potenciales de internet y hoy en día posiciona como una de las redes sociales con más auge del momento.

En este contexto se percibe que Nicaragua ha tenido un aumento significativo de usuarios de Facebook ya que según un estudio de redes sociales realizado por la consultora regional Ilifebelt en Centroamérica y el Caribe dice que las personas que cuentan con Facebook, en Nicaragua pasaron de ser 1,5 millones a 1,9 millones, según datos compartidos en el estudio.

La especialista y bloguera de marketing digital Sara Avilés señala que el crecimiento de usuarios de Facebook en Nicaragua se debe a que la red social contiene una diversidad de formatos, en la que se pueden compartir fotos, videos y texto; a diferencias de otras redes sociales que son más limitadas

Garay, J. (05 Septiembre 2016). Nicas, apegados a las redes sociales. *El Nuevo Diario*. Recuperado de <http://www.elnuevodiario.com.ni/>. “El estudio realizado por Ilifebel describe que el grupo más importante de usuarios conectados a redes sociales en la región son los Millenials o generación Y, que son las personas

nacidas entre 1980 hasta 1995, que representan un 55% del total de quienes acceden a Internet”.

La participación de los jóvenes universitarios en la red social Facebook es parte de su vida y ha crecido de manera explosiva con la conexión desde dispositivos móviles o computadoras, ya que la red social permite realizar muchas cosas a la vez.

Esta investigación servirá de modelo para futuras investigaciones de otras carreras universitarias, esta indagación cuenta con una muestra pequeña lo cual no es representativa, sin embargo cuenta con fiabilidad en los 108 encuestados.

1) ¿Cuál es el uso que le dan a la red social Facebook los estudiantes de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo de 3ro a 5to año del turno matutino y vespertino en los aspectos informativos, educativos y entretenimiento?

IV. Justificación:

Facebook es una de las redes sociales más populares en los últimos años, esta plataforma virtual se ha convertido en una herramienta multiuso que contiene diversas funciones que la hacen atractiva, principalmente en los jóvenes. En la actualidad Facebook cuenta con más de 2, 000 millones de usuarios activos mensuales y esta cifra va aumentando cada día más, por su gran alcance a distintas personas de todo el mundo.

Por el gran impacto de Facebook es importante describir y dar a conocer resultados que puedan ser analizados y que permitan dar paso a algún tipo de recomendación de acuerdo a las reacciones de los estudiantes de comunicación para el Desarrollo mediante herramientas como la encuesta.

La importancia de esta investigación es que se puede determinar los usos de la red social Facebook en los aspectos educativos, informativos y entretenimiento, esto guiaría a la investigación a describir a que le dedican más tiempo o si realizan todo a la misma vez y mediante los resultados se podrá evaluar si Facebook facilita el aprendizaje de los estudiantes o si solamente sirve para entretener.

Este trabajo servirá de sustento para futuras investigaciones que desean abordar el uso de la red social Facebook, además se podrá dar a conocer recomendaciones para los profesores que desean mejorar la comunicación con sus estudiantes, aprovechando la gran influencia que tiene Facebook involucrando la educación.

V. Objetivos

Objetivo general:

Describir el uso que le dan a la red social Facebook los estudiantes de III, IV y V año del turno matutino y vespertino, de la carrera Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua durante el segundo semestre del año 2017.

Objetivos específicos:

- Sintetizar el uso de la red social Facebook en el aspecto de entretenimiento
- Calcular el tiempo que utilizan la social Facebook en el aspecto informativo.
- Evaluar la implementación de la red social en los espacios educativos

VI. Marco Conceptual:

A) Tipo de teoría de la investigación:

El paradigma que se usó en esta investigación es la escuela latino americana del receptor activo en donde Jesús Martín Barbero destaca la relación entre la comunicación, los procesos culturales y masivos, rechazando a la vez la idea del “dominado” cree en una reacción del receptor, la audiencia, el público de los más media, en el hecho de que puede aceptar o rechazar el mensaje y así, refrenar el impacto de la idea que el emisor quiere preservar.

Otros autores que se destacan son Luís Ramiro Beltrán Y Daniel Prieto Castillo, esta escuela se ha destacado por la realización de trabajos especialmente en el ámbito de la investigación de los procesos de comunicación con comunidades, enfocando su esfuerzo en los efectos que tiene entre los receptores y de qué manera los procesos de comunicación contribuyen al desarrollo de una comunidad, generando una transformación social.

En cuanto a la postura forjada por Jesús Martín Barbero, destaca la relación entre la comunicación y los procesos culturales y masivos, rechazando a su vez la idea del «dominado», cree en una reacción del receptor y se basa en el poder del receptor (la audiencia, el público de los mass media), en el hecho de que puede aceptar o rechazar el mensaje y así, refrenar el impacto de la idea que el emisor quiere preservar.

Otro de los autores que se ha destacado en ámbito de estudiar receptores es Humberto Eco que plantea la teoría de la recepción como una versión de respuesta de lector teórica literaria que enfatiza la recepción o la interpretación de cada lector particular en hacer significado de un texto literario.

B) Comunicación:

La comunicación es el proceso de transmisión de información entre un emisor y un receptor que decodifica e interpreta un determinado mensaje.

La importancia de la comunicación radica que a través de ella los seres humanos y los animales comparten información diferente entre sí, haciendo del acto de comunicar una actividad esencial para la vida en la sociedad.

Según (Pereira, 2005 p. 2.) “La unidad básica del proceso de comunicación humana, es la retroalimentación y el resto del modelo se organiza alrededor de esa unidad”. Esta definición da referencia a que los seres humanos en su mecanismo

comunicativo mediante la retroalimentación llegan a darles significados a las palabras, esto para ser captadas por el receptor y poder comunicar una determinada acción.

La comunicación es fundamental en nuestras sociedades puesto que por medio de ella damos a conocer sentires y necesidades que procuran ser atendidas, no solo mediante el habla, sino que, mediante signos y señas, una prueba de esto es la naturaleza, cuando el cielo esta gris nos da referencia a que esta próxima una tormenta.

(Satz, 2009 p. 14) “La comunicación se constituye como una ayuda importante en la solución de problemas, se le puede denominar facilitador en la toma de decisiones, en la medida que brinda la información requerida y evalúa las alternativas que se puedan presentar.

Los humanos somos seres sociales por naturaleza y, por lo tanto, tenemos la necesidad de relacionarnos con los demás y dejar constancia de nuestra existencia. A lo largo de la historia del ser humano la evolución de la comunicación ha tenido un gran impacto puesto que ha pasado por diversas etapas, una de ellas es de pasar de solo utilizar signos y piedras talladas a poder obtener lo que las tecnologías nos han ofrecido una comunicación moderna y más directa.

(Satz, 2009 p.14) “La investigación en comunicación se ha podido beneficiar de los aportes de la sociología aplicada”. Es decir, la fusión entre investigación teórica e investigación aplicada, ya que crea una base muy útil para el futuro de las ciencias de la comunicación”.

La comunicación adopta múltiples formas. Las más importantes son la comunicación verbal y la comunicación no verbal. Es decir estas han sido las dos maneras más comunes y eficaz de comunicar puesto que cumplen con los mecanismos suficientes para poder dar a conocer una determinada acción o bien así un sentimiento de una persona a otra que esta última es la que descodifica el mensaje.

C) Estudiante Universitario.

(Meyer, 2008 p. 180) “En agosto de 1966, el Cuarto Congreso de Estudiantes Latinoamericanos, realizado en La Habana, se ramificaba, después de haber fundado la Organización Continental de Estudiantes Latinoamericanos, organización destinada a “promover la solidaridad activa de los estudiantes del continente en la lucha contra el imperialismo, y a consolidar los vínculos que los unían con los campesinos y con los obreros”

Este congreso se trataba de retomar el sueño bolivariano del movimiento de Córdoba que en 1928 ponía en marcha la cruzada por la autonomía universitaria y la reacción contra el imperialismo de Europa y de Estados Unidos.

El movimiento estudiantil de América Latina es el movimiento estudiantil más activo y poderoso en términos políticos del mundo ya que el movimiento estudiantil es el principal actor de una crisis universitaria sincronizada con las crisis sociales que sacuden a América entre sus actuaciones más importantes podemos destacar que en 1963 los estudiantes juegan un papel principal en el cambio político radical en Ecuador y en 1964 participan en la caída del régimen de Ecuador y Bolivia.

El problema político y el problema universitario son inseparables y no se puede comprender la actitud política de los estudiantes excepto en el marco de la crisis universitaria y del movimiento de la reforma universitaria. Cuando el estudiante entra a la universidad ya está en otro mundo, y primero, materialmente, en un santuario que goza de la extraterritorialidad en una república libre y democrática que se pretende heredera de las universidades de Bolonia y Salamanca. Ello explica la imagen que el estudiante se hace de sí mismo, la que presenta al público y la que frecuentemente el público acepta y que, así, encierra al estudiante en un espejo.

(Ventura, 2011 p. 2) *“Ser estudiante universitario significa ser protagonista de su propia carrera, es decir conducir las riendas de su formación superior. Un universitario no se contenta con que alguien le transmita los conocimientos, sino que elabora su propio conocimiento.”* Es decir en un mundo altamente competitivo el estudiante se ha visto en la necesidad de buscar nuevos conocimientos que les permita estar aptos para el estilo de vida que se les plantea de acuerdo a su carrera.

El estudiante universitario goza de mayor libertad pues ya no cuenta con profesores de primaria ni secundaria que anden recordando las tareas y trabajos sin embargo es importante utilizar esta libertad de una manera positiva riesgos puede traer un mal uso de esta libertad.

(Soler, 2008. p. 64) “Un estudiante universitario es aquel que tienen una constancia de una profunda transformación de la relación entre la educación y la vida de las personas “. Ser universitario es aquello en el cual se lleva a cabo el desarrollo de conocimiento que les permita reflexionar sobre sus propios procesos de aprendizaje, como así también sobre la posición que ocupan como estudiante

(Ventura, 2011. p. 5) “Ser estudiante universitario significa tener pasión por descubrir y conocer la verdad, tener sed de entender y hambre de poder explicar el porqué de los fenómenos que observamos. Ser estudiante es ser activo, organizado

con sus compañeros para hacer propuesta de mejora para la facultad cualquiera que esta sea”

Ser estudiante universitario es disfrutar de las prerrogativas de la educación superior en nuestro país, es y seguirá siendo un privilegio solo de quienes pertenezcan o en alguna forma puedan tener conexión con las clases beneficiados económica, social y políticamente, factores cuya primaria se hace cada vez más notoria sobre el aspecto académico.

D) Receptor.

(Guardia, 2008 p. 54) “La interactividad o posibilidad de instaurar flujos bidireccionales (horizontalidad), tan demandada por los teóricos de los años 60 y 70, llegó para uso de millones de personas, pero no a causa de la “lucha de los pueblos dominados” sino gracias y a través del mercado capitalista en un contexto neoliberal”.

Es decir a lo largo de los avances tecnológicos se ha venido desarrollando lo que es el interaccionismo en donde el receptor tiene la oportunidad de poder desarrollar sus ideas o bien así la oportunidad de opinar de ciertos temas incluso no siendo experto en la temática, el receptor ha venido hacer de subordinado al emisor a ser libre en cada bandeja de comentarios.

(Guardia, 2008 p. 56) “La audiencia pasa a convertirse en usuario porque puede emitir mensajes de diversa índole, muchos de los cuales pueden ser recuperados por sistemas de mayor alcance como los masivos o redes de comunicación e información especializadas”. Esta definición se puede aplicar en el ámbito de las redes sociales en donde los usuarios han venido a tener la oportunidad de poder comentar sobre un determinado tema y poder generar reacciones que pueden llegar a ser percibidas por el emisor, es ahí donde se da cuenta de que si el mensaje emitido fue bien recibido por el receptor.

(Alcocer, 2013 p. 6) “La presencia de los medios de comunicación masiva y su uso por parte de los económica y políticamente poderosos para intentar manipular a los receptores es una de las preocupaciones de los estudiosos de Frankfurt, ya que al igual que para el iluminismo, de nada sirven los medios si se han de convertir en tiranos del hombre”.

A lo largo de los tiempos los medios de comunicación han venido desarrollando mecanismo de percepción hacia el receptor procurando vender una idea de que ellos son la voz del pueblo, mediante las redes sociales esto ha venido cambiando puesto que las redes sociales mediante sus bandejas de comentarios han permitido que los receptores tenga la oportunidad de expresar su sentir y dar a conocer su

aprobación o no aprobación de un tema determinado, el receptor ha pasado de ser estático y medirse a las reglas del receptor a poder dar a conocer sus descontentos o bien así su satisfacción con las informaciones que se desarrollan día a día en plataformas virtuales como Facebook, Instagram y Twitter que son las más influyentes a nivel mundial.

(Arráez, Calles y Liuval. 2006 p. 174) “La Hermenéutica como una actividad de reflexión en el sentido etimológico del término, es decir, una actividad interpretativa que permite la captación plena del sentido de los textos en los diferentes contextos por los que ha atravesado la humanidad.”

Es decir la hermenéutica es la que nos permite descodificar mensajes de distintas maneras, es decir que una persona no va a entender de la misma manera que otra una determinada explicación o la realización de una determinada actividad. La hermenéutica también es arte de explicar, traducir o interpretar, es el arte o teoría de interpretar textos, especialmente las escrituras sagradas y los textos filosóficos y artísticos.

La hermenéutica moderna incluye comunicación tanto verbal como no verbal así como: semiótica, presuposiciones y pre comprensiones. La necesidad de una disciplina hermenéutica está dada por las complejidades del lenguaje, que frecuentemente conducen a conclusiones diferentes e incluso contrapuestas en lo que respecta al significado de un texto. La hermenéutica intenta descifrar el significado detrás de la palabra y, con ello, intenta la exégesis de la razón misma sobre el significado.

E) Tipos de comunicación.

- 1. La comunicación verbal** puede realizarse de dos formas: oral: a través de signos orales y palabras habladas o escrita: por medio de la representación gráfica de signos.

(Satz, 2009 p. 8) “Todos los días los seres vivos se comunican de diferentes maneras, pero sólo los seres humanos podemos hacerlo racionalmente; llevando a cabo infinidad de actividades, tales como: conversar, reír, llorar, leer, ver televisión entre otras”. La comunicación es muy extensa y los seres humanos la han venido desarrollando de gran manera mediante mecanismos que han permitido interactuar desde una larga distancia y acercar más a las personas.

El lenguaje verbo-visual. Es el que utiliza los dos tipos de lenguajes a la vez (verbal y visual), como el cine, la tele, la publicidad, el cómic, los dibujos animados”. Este tipo de lenguaje es de gran influencia puesto que se auxilia de sonidos, gestos y del habla, de esta manera es de gran importancia por su influencia en la manera de

comunicarse los seres humanos. La forma más evolucionada de comunicación oral es el lenguaje articulado, los sonidos estructurados que dan lugar a las sílabas, palabras y oraciones con las que nos comunicamos con los demás. El habla es una de las maneras más contundente a la hora hablar de comunicación verbal, esto porque es la manera directa y concreta de comunicarse entre los seres humanos puesto que se puede auxiliar de gestos y de silabas que le dan sentido a palabras que forman oraciones y dan un significado.

F) Comunicación no verbal.

Las formas de comunicación no verbal. Comunicación táctil (tacto), Abrazos, besos, apretón de manos. La comunicación no verbal se ha caracterizado por no emplear un juego de palabras ni sonidos, únicamente mediante gestos y sentires es como se manifiesta y da conocer sentimientos sobre lo que se quiere dar a entender. La comunicación es muy extensa y los seres humanos la han venido desarrollando de gran manera mediante mecanismos que han permitido interactuar desde una larga distancia y acercar más a las personas.

Comunicación gustativa. Sabores de las comidas, Comunicación olfativa. Olor de la madre para el bebé, el perfume, el olor de la comida”. Es decir la comunicación no verbal no solamente se ha dado a conocer por gestos y señales, sino que también por medio del olor que nos comunica diferentes situaciones y estados con solo llegar a identificar una el estado de una determinada cosa u objeto.

(Pereira, 2005 p. 2.) “La comunicación hace posible la relación entre las personas y está determinada por el contexto en el que se produce; es decir, toda comunicación exige un contexto, porque sin éste no hay significado”.

La comunicación es vital para el ser humano puesto que por medio de ella construimos lazos de unidad e interacción. El ser humano no podría sobrevivir aislado, sin comunicarse y sin tener contactos con otras personas, la comunicación desde tiempos remotos se ha destacado como el mecanismo de símbolos, señas y de vocablo que da un significado a una determinada cosa o situación que se esté afrontando.

G) Red Social:

1. ¿Qué son las Redes Sociales?

Las redes sociales son “comunidades virtuales”. Es decir, plataformas de Internet que agrupan a personas que se relacionan entre sí y comparten información e intereses comunes. Este es justamente su principal objetivo: entablar contactos con gente, ya sea para re encontrarse con antiguos vínculos o para generar nuevas amistades.

Según (Morrduchowis, Marcon y Ballestrini, 2010 p. 5) “Al año 2009, más de 850 millones de personas en todo el mundo, estaban en alguna Red Social. ¿Cómo se distribuyen los usuarios entre las diferentes redes? Las dos más Populares, como dijimos, atraen a la gran mayoría: Facebook: 400 millones. En la Argentina, existen más de 7 millones de usuarios de Facebook y MySpace: 274 millones”.

Las redes sociales han venido a revolucionar la manera de comunicarse vía internet puesto que se han auxiliado de las nuevas tecnologías para ofrecer herramientas que viene a facilitar su modo de uso y de esta manera ser más atractiva para el usuario. Facebook es una de las redes sociales con mayor popularidad y de atracción para el usuario puesto que el entretenimiento y los mecanismos informativos van de la mano haciendo una gran combinación de imágenes, texto, gif y videos.

(Morrduchowis, 2010 p. 6) “Las redes sociales permiten que los usuarios armen en ella su propia página Web (home page). En esta página, las personas pueden contar quiénes son, hablar de sus gustos e incluir la información que quieran compartir con su lista de amigos”.

Se puede decir que las redes sociales han venido a brindar una nueva manera de darse a conocer, no solo a nivel local sino internacional, estos espacios han sido aprovechados por muchas personas y empresas, estos han utilizado las diferentes opciones para destacarse y obtener grandes alcances para dar a conocer una determinada información y poder llegar directamente al receptor. Los perfiles en las distintas redes han venido hacer ese pequeño espacio en donde se puede decir que se dan a conocer distintos tipos de contenidos que el usuario da a conocer para compartir sus gustos, es como una mini página web en donde se comparten datos personales y direcciones electrónicas para entablar comunicación más directa como el email.

(Según Morrduchowis et al. 2010 p. 7.) “Cada día más adolescentes eligen unirse a una red social. Su crecimiento en los últimos años llegó de la mano de la llamada Web 2.0, que propuso un nuevo uso de Internet. Hasta el año 2000, la Red permitía

básicamente buscar información. La Web 2.0 posibilita –además- la producción y el intercambio de contenidos por y entre los usuarios”.

(Gallini y Noiret, 2011 p. 27) “Es el espíritu de cooperación de las redes sociales lo que permite reunir a usuarios similares en plataformas colectivas, como por ejemplo LibraryThing, Flickr, Delicious, Facebook, YouTube y Twitter, que han demostrado ser útiles también para la práctica histórica”. Las redes sociales no solamente han venido a entretener y comunicarse a largas distancias, sino que también se han convertido como en carpetas de archivos que sirven para documentar e ir formando antecedentes, un ejemplo de esto son las etiquetas que juegan un papel fundamental de búsquedas.

(Hütt, 2012 p. 122) “Las redes sociales han marcado un hito en materia de difusión masiva, debido a su alcance, características e impacto en la sociedad actual”. Las redes sociales han venido a desarrollar grandes alcances en materia comunicativa, educación y lo más destacado el entretenimiento, esto ha permitido que sean de gran influencia en las distintas sociedades particularmente en los jóvenes, estos son la mayoría de usuarios.

Las redes sociales por sus grandes alcances muchas personas y particularmente empresas desarrollan diferentes estrategias, ya sea mediante imágenes, videos o gif, esto para desarrollar influencias en gran manera en los usuarios y así poder ofrecer los diferente servicios y productos que les generen mayores ganancias y a la misma vez influencia en los cibernautas.

Se puede decir que las redes sociales han venido evolucionando de pasar de 2.0 a 3.0, en donde se convierten en una base de datos, en donde se pueden buscar distintos usuarios y empresas de acuerdo a la necesidad del usuario, esto viene a satisfacer la necesidad de búsqueda de las personas que hacen uso de las redes sociales.

(Hütt, 2012 p. 126) “Las posibilidades de interacción de las empresas con sus públicos son muy amplias y van desde contar con un canal de retroalimentación, hasta con un espacio de promoción, información y mercadeo. Asimismo, la posibilidad de contar con perfiles, a los cuales los usuarios pueden registrarse como amigos o seguidores, permite establecer una dinámica menos invasiva y más focalizada hacia las necesidades y expectativas de los mismos”.

Las empresas han venido ganando terreno en el ámbito de las redes sociales, puesto que han utilizado diversas estrategias de márketing para ofrecer diversos productos y servicios de interés de los usuarios y poder obtener mejores ganancias económicas, las empresas han venido desarrollando mecanismos comunicativos de atracción a las personas y se van auxiliando de videos, imágenes y gif para darse a conocer como grandes empresas.

(Hütt, 2012 p. 126) *“Un perfil corporativo, por ejemplo, le permite a la empresa contar con su propio espacio, incentivando a aludir las afinidades que pueda tener el usuario por determinado producto o actividad”*. Las empresas realizan diversas actividades informativas ya sea para dar a conocer un producto o como gran empresa, esto se viene reforzando con distintas herramientas para mejorar su influencia en el receptor.

H) La red social Facebook.

La red social Facebook ha tenido gran influencia en los jóvenes desde su fundación, la fácil accesibilidad que tiene ha hecho que sea parte de nuestra sociedad y es la razón que cualquier tipo de persona tenga una cuenta en donde se publica una serie de contenidos ya sea para informar, entretener o hasta la practicas de conductas ofensivas como el ciberbullying que se ha propagado algunas veces sin saber que se está propagando, una de las formas más comunes es por la vía de los memes que se hacen rápidamente virales.

Según (Ayala, 2014 p. 28) “la rápida masificación de internet a mediados de los años 90, las personas se descubrieron las ventajas de una comunicación inmediata y económica”. Es decir las nuevas tecnologías han venido a facilitarnos mecanismos de comunicación con inmediatez, lo que en un pasado nos hubiese llevado días o meses, ahora con un solo clic nos lleva segundos, además de comunicarnos más a personas que se encuentran a largas distancias.

El uso de estas nuevas tecnologías nos trae opciones de comunicación como lo es Facebook, una red social que ha influido de gran manera, principalmente en los jóvenes que hacen diversos usos, ya no solo para comunicarse sino que también para entretenerse e informarse. Es de carácter importe saber utilizar estas nuevas herramientas puesto que lo que para unos es entretenimiento para otros es una ofensa.

(López y Sixto, 2012 p. 82) “Facebook permite a cada usuario disponer de un espacio para difundir contenidos textuales, visuales, audiovisuales y de audio entre los miembros de la red que ese usuario ha aceptado previamente como amigos con los que compartir esos contenidos”.

Facebook se ha convertido en una plataforma multiusos en donde se comparten diversos contenidos auxiliados por imágenes, videos, gif etc. Esto tiene como objetivo hacer una aplicación muy entretenida para el usuario y poder mantener una percepción de mezcla entre información y entretenimiento, una combinación que ha

resultado atractiva para muchos principalmente jóvenes, estos son la mayoría de usuarios de esta red social que desde su creación ha tenido como objetivo ser muy influyente.

(López y Sixto, 2012 p. 82) “Facebook es una red social formada en una estructura arbórea y multidireccional por las redes sociales de cada uno de sus miembros; a través los individuos que están en más de una red de amigos se crea una gran malla social”. Es decir esta red social ha permitido que los usuarios no se limiten a poder conocer solamente a personas de su entorno sino que también permita que puedan trascender fronteras y poder estipular grupos sociales e intercambiar ideas y coincidir en algunos aspectos.

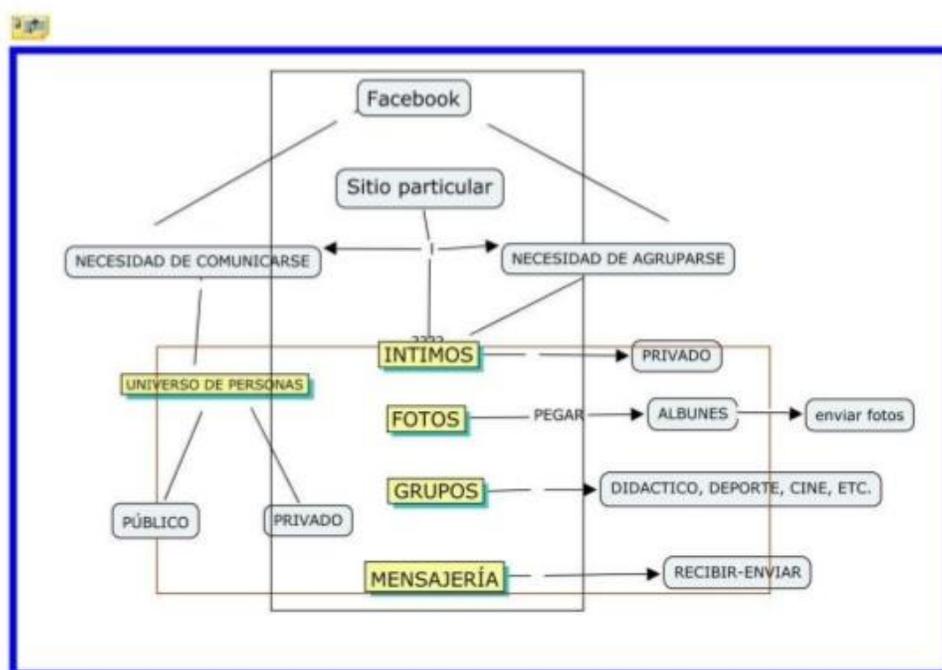
(Castillo, 2013 p. 10) “Una red social es una estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están conectados por día denominadas lazos interpersonales, que se pueden interpretar como relaciones de amistad, parentesco, entre otros”.

Las redes sociales han venido creciendo cada vez más rápido, Facebook no ha sido la excepción una red social que ha venido sorprendiendo con sus diversas herramientas en donde el entretenimiento va de la mano con la información, esta red social se ha venido convirtiendo en una de las redes sociales más influyente a nivel mundial entre los cibernautas particularmente en los jóvenes, quienes han venido utilizando esta red social para dar a conocer las actividades cotidianas, fotos, videos etc.

“De 1.5 millones de usuarios nicaragüenses que había en Facebook en 2015, se incrementaron a 1.9 millones el año pasado. El análisis de esta empresa se basó en el Sexto Estudio Anual sobre las Redes Sociales en Centroamérica y el Caribe, realizado por iLifebelt en 2016”. (Gonzales, M. 2017. p A7).

Las redes sociales han venido desarrollando variadas herramientas y estrategias que han venido a facilitar diversas actividades como la comunicación y el estudio en donde por medio de grupos académicos que se han venido desarrollando de gran manera y es donde se desarrollan diversas actividades que imparten los maestros. Facebook ha venido desarrollándose como una aplicación de gran impacto en el mundo, sus estrategias y herramientas han tenido gran influencia, esta aplicación ha venido incorporando una serie de contenidos y ha mejorado el modo de búsqueda, esto da referencia a que la web 3.0 ha venido jugando un papel fundamental puesto que a los usuarios se les facilita el modo de uso de esta aplicación.

ESQUEMA DE FUNCIONAMIENTO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK



Fuente gráfica: MAPAS CONCEPTUALES por Gabriel Gómez Niño.

El número de amigos que podemos tener en la red social de Facebook no es ilimitado como se puede pensar. En realidad pasa con en la vida diaria, donde solo tenemos un número limitado de amigos. La cantidad máxima de amigos que nos permite Facebook es de 5000.

El máximo es 5000 amigos para perfiles personales. Tendrás que convertir tu perfil en página para seguir aceptando amigos una vez excedida esa cantidad. Esa es la única opción.

I) Facebook como Herramienta educativa

A pesar de muchos cuestionamientos sobre la privacidad y el ciberbulling en la red social Facebook también tiene su lado bueno, desde el 4 de febrero de 2004 que es cuando salió por primera vez como una red social, ha tenido una evolución significativa no solo para informar y entretener sino que también como mecanismo con fines educativos, las universidades son la prueba más clara de este tipo de uso de la red social.

Según (Torres y Carranza 2011 p. 4) “el uso de las redes sociales en las universidades del mundo ha facilitado la comunicación y el aprendizaje colaborativo y ha introducido nuevas formas de trabajo entre los actores de los procesos de formación”. El uso de las redes sociales ha facilitado el modo educacional de tal forma que los estudiantes pueden estar en comunicación constante con el maestro de una forma que facilitaría la información deseada para la realización de una determinada actividad educativa.

Las tecnologías han venido a agregarle ese toque de facilidad en línea de una manera impresionante de tal manera que nos movemos en una zona de confort, en donde de un clic ordenamos que hacer, que ver y que no ver. El uso de la red social como mecanismo educativo cada vez se innova más puesto que de la manera que van evolucionando las tecnologías, se van encontrando nuevas técnicas educativas que viene hacer cada vez más creativas. Se puede decir que la educación ha venido retroalimentando diversas estrategias para un aprendizaje más moderno y de influencia en los estudiantes, las nuevas tecnologías a través de la web 2.0 ha permitido que el conocimiento sea más directo y de carácter de interés del estudiantado, estos son los mayores usuarios de estas plataformas virtuales en donde pueden llegar a interactuar con el docente que es quien los van dirigiendo a una determinada actividad académica.

Las nuevas tecnologías han venido a dinamizar la manera de enseñanza, de pasar de los salones de clases hasta pasar a plataformas virtuales en donde se dinamiza la manera de enseñanza, una prueba de esto es la red social Facebook que se ha convertido en plataforma educativa mediante grupos cerrados, en donde interactúa docente y estudiantes de una manera más directa y eficaz para la creación de contenidos educativos.

J) Facebook como entretenimiento

Cuando se está navegando en Facebook se encuentran varios vínculos que permiten desplegar funciones para relacionar de información personal puesta en público, con posibilidades de comunicación e interacción entre quienes se conectan. La plataforma responde al constante flujo de información de información que transita por el círculo social de conocidos, actividad a la que se le dedica considerable tiempo para navegar por Facebook. Así, desde el café internet hasta la biblioteca pública son aprovechados por cientos de jóvenes para conectarse a esta comunidad virtual. El flujo diario de información que depende de la cantidad de amigos establecidos.

(Guzmán, 2012 p. 60) *“El uso de Facebook es una actividad asociada al entretenimiento. Los jóvenes pasan largo tiempo y de manera frecuente navegando con esta comunidad virtual. En Facebook hay una alta concentración simbólica, el navegante se relaciona con estos elementos en la web de la misma manera como el transeúnte con las vitrinas, en un sentido que se ve estimulado por ellas”.*

Existen varios elementos que tiene Facebook para hacerlo más entretenido como por ejemplo el perfil que es para editar la presentación del usuario, se puede ‘colgar’ fotos como publicar datos personales y gustos. Aquello que se publica es seleccionado y editado, incluso creado para ser puesto a disposición como tarjeta personal de presentación, una especie de rostro digital con el que existe una identificación y se quiere que los demás así lo identifiquen, también está el muro que es un canal de constantemente actualización por circulación de información. La velocidad con la que suben contenidos llega ser casi instantánea.

Por allí circulan noticias de actividades, opiniones o pensamientos de la persona y de sus contactos. Para el usuario juvenil su registro es un diario personal que se hace público o es producido para publicarse, además interactivo con los otros usuarios del mismo círculo social por el hipervínculo que relaciona declaraciones de aprecio y dedicatorias.

(Guzmán 2012 p. 63) “Facebook se ha convertido en una herramienta de comunicación y entretenimiento eficaz para todo tipo de edades donde te enteras de todo”

También es dinamizada por aplicaciones prediseñadas como cuestionarios y horóscopos para generar nuevos comentarios y consultar, asuntos como saber qué dicen los demás sobre y qué piensas de ellos. Con Facebook promueve el interés sobre conocer lo que los demás piensan de vos. Toda la información surge a partir de las preguntas ¿Qué estás haciendo? ¿Qué estás pensando? El muro se convierte en el medio de expresión y circulación de información relacionada con la vida de los jóvenes. Es un vehículo de expresión de afecto y sentimiento en las relaciones de pareja o de amistad, y en los juegos de seducción o cortejo.

Se comparten sucesos que rememoran recuerdos y evocan felicidad o alegría. Registra acontecimientos de la vida social con cercanos y amigos abierto al público interactivo, una información que considero importante fruto de pensamientos propios, reflexiones, estados anímicos y emocionales donde su mensaje pretende ser emotivo. La red social si posibilita una agenda para tener en cuenta fechas importantes como cumpleaños, es una plataforma para publicar eventos o actividades sensibles a una convocatoria mayor, en las cuales se puede confirmar asistencia o no. El hipervínculo del mensaje colgado muchas veces está relacionado

con lo afectivo, incluso el amor y el desamor como constante. En esa medida Facebook es destinado ante las necesidades y posibilidades en la interacción afectiva entre los mismos jóvenes. Puede estrechar amistades en tanto la relación tenga cierta permanencia en el contacto e intimidad para afianzarse, se puede señalar que Facebook de alguna manera fomenta las relaciones sociales.

Con el mensaje “Me gusta” los jóvenes van publicando gustos y afinidades sociales de las publicaciones que circulan. Es necesario señalar que la plataforma cuenta con un servicio de mensajería para establecer contacto de carácter menos público, pero en la web siempre es susceptible que se filtre información a otras personas. En su aspecto social, Facebook es la versión tecnológica del chismógrafo. Que en la adolescencia de muchos era la práctica de rotar un cuaderno entre un circuito de amigos y conocidos para que allí depositaran mensajes, comentarios, elogios, piropos y demás formas expresivas, similares a las que se evidencian en las redes sociales virtuales.

K) Facebook como Medio informativo

La red social Facebook no solo se ha transformado para entretener sino que ahora está siendo utilizado como ámbito informativo, por los diferentes medios de comunicación mundial y nuestro país no es la excepción, esto después de un proceso de reacciones a través de las redes sociales, su fuerza desde la primavera árabe se ha caracterizado como herramientas que pueden ser utilizadas para llegar directamente al receptor y guiarlos hasta una causa si es posible.

Los medios de comunicación a raíz de diversas noticias de acontecimientos de la vida se dieron cuenta del gran impacto de la información en los usuarios, quienes son los que hacen viral la información hasta convertirlas en grandes acontecimientos.

(Según Rueda y Blandón 2012 p.19) “en el último año los medios importantes desde sus portales en las redes han incluido la opción de que los usuarios compartan sus contenidos a través de las propias redes sociales”. Es importante recordar el poder de las redes sociales y los medios de comunicación saben que pueden dar a conocer con gran impacto sus notas informativas y llegar a convertirlas en virales, esto pasa cuando los usuarios comparten masivamente el contenido informativo.

Los medios de comunicaciones televisivas y escritas han venido sacándole muchos provechos a las redes sociales, los medios saben del alto nivel de popularidad de estos ciberespacios y nada mejor para dar a conocer sus informaciones y hasta las actividades que tienen programadas.

(Según Rueda y Blandón 2012 p.19) “la popularidad de uso de las redes sociales y el blog ha incitado a muchos medios de comunicación a que centren su interés en ellos”. Es decir el alto nivel de usuarios que buscan temas de sus interés están grande que las redes sociales ya son inevitable, y que la mayoría de personas tienen cuentas en donde los medios de comunicación sacan gran provecho, y los medios de comunicación no desaprovechan esta gran oportunidad de acaparar la atención de estas personas.

(Según Rueda y Blandón 2012 p.21) “las posibilidades de comunicación, actualmente están influenciadas por el uso de las tecnologías”. A partir de esta definición se puede decir que ya es inevitable no llegar a comunicarse mediante las herramientas que hoy nos ofrecen las tecnologías, las redes sociales son un claro ejemplo de poder informarse en tiempo real y dar a conocer una determinada información.

Según (Rodríguez Carballosa, Bao Pavón y Saltos Carvajal, 2015 p. 66) Las redes sociales han demostrado ser una poderosa forma de alcanzar millones de nuevos lectores y aumentar la socialización de la información. Se puede decir que las redes sociales ha vendido creciendo exponencialmente, sus atractivos y herramientas son ideales para la comunicación global, esto las hacen atractiva para los diferentes medios de comunicación para poder atraer usuarios y presentarles diversas informaciones apegados a cada gusto.

(Rodríguez Carballosa, 2015 p. 67) “Los sitios de redes sociales, en este caso Twitter y Facebook, han funcionado para los medios y más concretamente para su personal periodístico como fuente de información, como recurso que permite auscultar, palpar, y reconocer temas y formas de abordar determinados tópicos que contribuyen a enriquecer la agenda mediática de la institución a la cual pertenecen”.

Con esta definición se puede decir que los medios de comunicación han invadido las redes sociales y han logrado incrementar su influencia sobre el usuario, los medios de comunicación han venido implementando diversas estrategias para que sus artículos y notas informativas puedan ser atractivos para las diversas personas que navegan por el internet.

La interacción por medio de la web 2.0 los medios de comunicación pueden constatar el nivel de simpatía o influencia en los cibernautas puesto que pueden medirse mediante los comentarios y sugerencias pueden ver que mejorar, además de ver sus fuertes y debilidades.

(Rodríguez Carballosa, 2015 p. 67) “Los horarios y frecuencias de publicación constituyen una demostración más de la aleatoriedad presente en el trabajo de los

sitios en las páginas en Twitter y Facebook". Los medios de comunicación han desarrollado diversas estrategias para poder ser de gran influencia en los cibernautas, una de ellas es publicar en horas de mayor uso de los cibernautas, esto genera mayor consumo de información y grandes resultados a favor del medio de comunicación, convirtiéndose así en medios masivos e influyentes no solo a nivel nacional sino que también a nivel internacional, esto por el gran alcance que tienen las redes sociales.

Los medios de comunicación han pasado de ser medios tradicionales a medios dinámicos con diferentes estrategias y sacando provecho de las diferentes redes sociales como Facebook, en donde se puede decir que utilizan de gran manera las herramientas comunicativas como las transmisiones en vivo, en donde se puede dar a conocer en tiempo real alguna determinada eventualidad.

L) Info- entretenimiento.

(Puertas, 2015 p. 4) "El infoentretenimiento es un término anglosajón que denomina un fenómeno surgido en televisión a partir de los años 80 con el objetivo de acercar la audiencia al medio gracias a un tratamiento de las noticias (habitualmente de temática más trivial) basado, sobre todo, en un montaje concebido para propiciar mayor dinamismo."

El infoentretenimiento a pesar que es un término muy poco estudiado desde su aparición por la tv ha venido a teniendo cada vez más eco entre nuestras sociedades por medio de las redes sociales, Facebook es uno de los sitios en donde se ha venido desarrollando combinaciones que hasta hace poco tiempo se pensaba que estarían separadas por siempre, esta red social ha venido dando a conocer un fenómeno muy interesante, pero muy poco estudiado, creando así discusiones e incertidumbres de que si estos términos como el infoentretenimiento, infoeducación o eduentretenimiento podrían venir a unir líneas que en su momento estaban bien definidas.

(Puertas, 2015 p. 7) "El resultado de esta adhesión daría lugar a una puesta en escena compuesta por géneros híbridos entre ambos términos ya no tan opuestos." Es decir conforme el término vaya acogiendo más fuerza pondría juntas dos líneas que por mucho tiempo han venido a estar separadas y plenamente identificadas, los procesos de transformación van dando lugar a nuevas formas de interactuar y de realizar actividades que se pensaba que estarían separadas siempre y que estas plataformas virtuales han venido permitiendo que se hagan todas a la misma vez.

(Berrocal, Redondo y Domínguez, 2012 p. 70) "Internet se constituye como un poderoso espacio de albergar información. Tal y como

han venido señalando diferentes autores, la digitalización de los contenidos hace sencillo su almacenaje y distribución sea cual sea su origen, al tiempo que facilita su consumo en cualquier tiempo y lugar a través de dispositivos muy variados, la mayoría móviles y de uso cotidiano”.

Desde la creación del internet en 1960 hasta nuestra actualidad se ha venido convirtiendo en un espacio verdaderamente importante, la gran cantidad de contenido que se almacenan nos ha llevado a crear plataformas virtuales como la red social Facebook quien se ha convertido en un espacio de mucha influencia en las distintas sociedades, este tipo de espacios virtuales han venido dando lugar al infoentretenimiento, esto es una combinación muy poca veces trabajada, pero que ha llamado la atención por las combinaciones que han venido ofreciendo las redes sociales.

(Berrocal, Redondo y Domínguez, 2012 p. 71) “A pesar de la escasez de estudios, parece evidente que esta línea investigadora en torno al infoentretenimiento dentro de los contenidos de Internet ha de registrar un enorme desarrollo en los próximos años, dada la importancia que adquiere el fenómeno en la red: «No hay más que ver cómo en cualquier web siempre las noticias más visitadas pertenecen a la categoría del infoentretenimiento en la mayor parte de los casos.”

El infoentretenimiento es uno de los puntos poco estudiado ya sea porque es un punto muy actual o bien así va apenas desarrollándose, el infoentetenimiento ha venido sonando y desarrollándose poco a poco principalmente en las redes sociales que es donde se combinan diversas temáticas de acuerdo a la necesidad que el usuario pretende saciar, la web ha venido teniendo diversos cambios en donde se van ofreciendo una gran variedad de temáticas, con el objetivo de que las personas puedan encontrar lo que buscan en una sola plataforma desarrollando así un sentir donde cuesta definir si se están solamente informando o educando.

M) Info- educacion

(García, 2013 p. 2) “El concepto de educación podría definirse como un proceso de socialización. Al educarnos somos capaces de asimilar y aprender conocimientos. Se materializa en una serie de valores y habilidades que producen cambios tanto intelectuales como emocionales o sociales.”

En la antigua Grecia se observaba un concepto de la educación de acuerdo a los ideales o necesidades de la sociedad por ejemplo los niños aprendían a leer, escribir, a cantar, a tocar un instrumento, a citar la literatura y más adelante a ser entrenados como soldados y las niñas digamos que aprendían los conocimientos mínimos, como podían ser leer y escribir. Además de aprender de tejidos de lana.

Para Platón, la educación es el proceso que permite que al hombre tomar conciencia de la existencia de otra realidad, y más plena, a la que está llamado, de la que procede y hacia la que dirige. Por tanto “la educación es la desalineación, la ciencia es liberación y la filosofía es alumbramiento”.

La educación también puede definirse como el proceso de socialización de los individuos. Al educarnos, somos capaces de asimilar y aprender conocimientos, educarnos se basa en una serie de valores que producen cambios intelectuales, emocionales y sociales en cada persona. Sin embargo para Platón, no trataba únicamente de ampliar los conocimientos, sino de llevar al individuo hacia la verdad y el bien.

La información y la educación van de la mano , cuando recibimos información nos estamos educando como seres humanos somos capaces de asimilar y aprender conocimientos además de una serie de valores y habilidades que producen cambios tan intelectuales , emocionales y sociales.

N) Edu- entretenimiento

El entretenimiento es cualquier actividad o acción que requiera de un tiempo, dichas actividades tienen como finalidad divertir o entretener a los espectadores o a la misma persona que está reproduciendo la acción. Cualquier cosa que estimule, incentive o de otra manera genere una condición de diversión placentera podría llamarse entretenimiento. El término “entretenimiento” se enlaza con conceptos como: tiempo libre, ocio, diversión, distracción, recreación, juego y placer.

(López, 2011, p.20). dice que “El lenguaje corporal y verbal tiene un papel muy importante dentro del entretenimiento, ya que a partir de ellos pueden crearse acciones como bailes, obras de teatro, monólogos, películas, videojuegos, dibujos, entre otras cosas”.

Según Castillo y Villamor (2008, p. 8) “El entretenimiento ha demostrado ser una de las cosas esenciales de la vida contemporánea, que ya se ubica entre las necesidades básicas después de la comida, el refugio y el vestido. Gracias a las nuevas tecnologías, principalmente Internet, el entretenimiento se ha hecho accesible a todo el mundo. Ahora podemos descargar aplicaciones, juegos, videos sin tener que poner en riesgo la vida de las personas, y mejor aún, debido al Internet, se puede saber lo que pasa alrededor del mundo en cualquier instante”.

El entretenimiento ha demostrado ser una de las cosas es, esenciales de la vida actual se ubica entre las necesidades básicas después de la comida, refugio y el vestir.

Podemos entretenernos y educarnos a la vez por ejemplo mirar un programa de televisión educativo , jugar juegos educativos como crucigramas , sopas de letras en inglés , juegos de ortografía entre otras cosas.

Ñ) Millennials:

(Kurz, Garcia y McIlvenna, 2013, p. 1)“Millennials es el nombre genérico que se ha dado a los nacidos entre principios de los 80’s y los primeros años de este siglo, y que al día de hoy tienen entre 10 y 30 años de edad.”

En la actualidad, los jóvenes profesionales pertenecen a la generación denominada Millennial. Comparten características, estilos de vida y valores que han formado a partir de los Eventos Significativos Generacionales.

(Fonseca, 2006, p. 6) “Esta generación se distingue por una actitud consumista, desafiante y retadora. Son jóvenes que cuestionan todo, no quieren leer y sus destrezas de escritura son pésimas. Asimismo, los integrantes de la generación Y o del milenio exhiben características tales como que prefieren actividades grupales y se sienten identificados con los valores de sus padres, pasan mucho tiempo solos en casa y creen que ser inteligente está bien y están fascinados por los cambios de la tecnología.”

Los últimos en ingresar a la vida laboral son los llamados Generación Y; quienes nacieron y crecieron en épocas de prosperidad en todos los aspectos. Cómodos con la diversidad demuestran altos índices de confianza y seguridad en ellos mismos. Son la primera generación que verdaderamente nace con la tecnología como un hecho cotidiano. Para ellos la computadora y el internet no son tecnología, son una forma de vida. En el ámbito profesional no tienen inconveniente en pasarse la vida buscando su trabajo ideal, no tienen inconveniente con el cambio continuo, al contrario, lo propician, lo buscan, lo generan e infinitamente indagarán el propósito de su trabajo. El éxito económico es un valor importante porque les permite mantenerse actualizados en cuanto a tecnología se refiere, la libertad, la vida cómoda y el consumismo los caracteriza.

O) Web 1.0, 2.0 y 3.0.

1. Web 1.0

Es un tipo de web primitiva, la del siglo 20, era aquella que se caracterizaba principalmente por ser unidireccional y realizada sobre contenidos en donde se manifestaba información estática. Un ejemplo de esto son las primeras páginas que se vieron en internet, en donde se podía observar contenidos de textos que una vez publicados, la información que se daba a conocer no se actualizaba salvo que la persona que lo publicaba modificara y volviera a subir contenido a internet.

Según (García, 2007 p. 4) “si ahora utilizas la que los de la web 2.0 denominan como web 1.0, eres antiguo, no social y poco menos que ignorante en este campo”. Esta definición da referencia a que la web 1.0 es la que se usaba para blogs y páginas en donde el usuario no interactuaba con el webmaster y poder dar a conocer su opinión, puesto que los contenidos eran unidireccionales.

(García, 2007 p. 4) “la web 1.0 era más de lectura y con paginas bastantes estáticas y la 2.0 seria de lectura y escritura con paginas dinámicas de contenidos abiertos; en la 2.0 cualquiera puede crear, la democratización de edición se hace más patente que con el paradigma web de la anterior”.

Se puede decir que la web 1.0 se destacaba por textos, en donde no había modo de interactuar más que ver contenidos que se iba actualizando si el emisor retomaba la información y la actualizaba, era de situaciones en donde el receptor no tenía modo de dar a conocer su opinión y de esta manera crear reacciones de una determinada información esto ha venido cambiando poco a poco puesto que mediante las nuevas tecnologías ofrecen herramientas se van dando opciones en donde el usuario ha venido a jugar un papel fundamental.

(Lozada, 2015 p. 7) “Sistema basado en hipertexto, que permite clasificar información de diversos tipos, conocido como la gran telaraña mundial”.

La web 1.0 se destacaba por la gran cantidad de texto que se auxiliaba por multimedia para dar a conocer informaciones que podrían ser de interés para los usuarios, este tipo de web no era interactiva puesto que se ponía en práctica emisor, mensaje y receptor.

(García, 2007 p. 6) “las reconocidas como redes sociales son, deben ser, multidireccionales, y es cierto que en menor medida lo eran las experiencias, por ejemplo, de elearning 1.0”. Se puede decir que la web 1.0 era de más textos y que las interacciones llegaban por medio de elearning “clases en línea” aunque no era como lo que hoy conocemos como red social era el único mecanismo de interacción

en línea con otra persona. La web ha venido evolucionando de gran manera, la necesidad de interactuar ha crecido y las redes sociales cada vez se vuelven más populares principalmente en los jóvenes.

La web 2.0 ha ofrecido lo que la 1.0 no pudo puesto que el dinamismo, esta nueva web trajo consigo un sinnúmero de opciones y herramientas en donde el cibernauta se puede mover con toda libertad e interactuar con los administradores de las páginas web y poder entablar una comunicación bidireccional en donde se puede cambiar de parecer rápidamente mediante las barritas para comentar.

La web 2.0 vino a desarrollar mecanismos comunicativos más eficientes y directos, le ha dado al usuario la libertad de poder opinar y no estar subordinados a los administradores que era lo que ocurría en la web 1.0.

2. Web 2.0

La web 2.0 es un concepto surgido en 2014, acuñado por Tim O' Reilly, propietario de la empresa editorial de libros de informática, O' Reilly Media Sustentada bajo unas conexiones a internet evolucionadas, además de ofrecer mejores herramientas para desarrollar web, mejores servidores etc. Su principal objetivo es compartir conocimientos, además de ofrecer herramientas como la fotografía, blogs, wikis y principalmente red social, esto ha sido uno de los atractivos para atraer usuarios.

(García, 2007 P. 2) "la información, la creación de forma más sustancial, sobre todo en la cantidad, en los formatos 2.0, porque como decimos, en la 1.0 eso contenidos y la propia creación están en buena medida condicionadas a la disposición y deseo de los administradores del sitio web".

Se puede decir que la web 2.0 vino a revolucionar el modo de uso de las distintas páginas web, puesto que dio el tiro de salida para una revolución cibernética en donde los usuarios ya no estarían sujetos solo a la opinión de los administradores sino que las personas pueden opinar y dar a conocer sus puntos de vista de diferentes publicaciones, un ejemplo de este son las redes sociales, que es donde se muestra una serie de contenidos y herramientas en donde las personas pueden interactuar en modo de comentarios y respuestas.

La web 2.0 ha vino a dar espacios que los usuarios de internet no tenían, era simplemente estar subordinado al emisor de la información, esto ha conllevado a un intercambio de opiniones entre usuarios y emisores.

La web no cabe duda que a manera que se vayan agregando herramientas y opciones, se ira desatando una serie de reacciones y maneras de poder ofrecer contenidos más directamente al usuario, ya muchas empresas y medios de comunicación han venido beneficiándose de estas nuevas tecnologías.

Según (Martínez de Salvo, 2010 p. 179) *“Conocimiento abierto: la metáfora que priva en la web 2.0 es la de una comunidad que, a través de un relación comunicativa horizontal, no presencial y multidireccional, interactúa, participa, crea, comparte, colabora, coopera y construye nuevas ideas en red bajo la premisa de una Libre Cultura⁴, es decir, poniéndolas a su vez a disposición de todos y ofreciéndoles iguales oportunidades para aportar”*.

Con esta definición se puede decir que la web 2.0 ha sido uno de los procesos más trascendental de la web puesto que da espacios que antes el usuario no podía disfrutar puesto que los textos estáticos no daban chance de opiniones, aportes ni ningún tipo de cuestionamientos, solamente se regían al criterio del administrador de las diferentes painas que existen.

(Martínez de Salvo, 2010 p. 181) *“La trascendencia de la web 2.0, con toda la complejidad de sus dimensiones, indefectiblemente alcanza al ámbito de lo educativo, obligando a reflexionar sobre su papel en el proceso de enseñanza-aprendizaje, más aún, cuando el propósito que se persigue es la formación de ciudadanos con competencias para ser partícipes y ejercer en la sociedad del conocimiento”*.

La evolución de la tecnologías mediante la web 2.0 ha venido a facilitar los mecanismos educativos ya que han venido ofreciendo servicios de búsqueda rápida, esto es beneficioso puesto que da una serie de acceso a archivos de interés del usuario esto mediante su búsqueda por el navegador.

Las tecnologías han venido a facilitar herramientas de búsquedas en donde información se facilita de gran manera, puesto que el acceso a contenidos de interés para satisfacer la necesidad de búsqueda.

(Gallini y Noiret, 2011 p. 31) *“La Web 2.0 no significa solamente la apertura hacia la cooperación por parte de los usuarios de Internet, sino también toda una serie de nuevas prácticas y herramientas”*. Se puede decir que la web 2.0 ha venido a ofrecer una serie de herramientas en donde los usuarios y administradores pueden servirse para ejecutar diferentes actividades ya sea informativas, educativas o de carácter de entretenimiento.

(Gallini y Noiret, 2011 p. 31) *“es que a través de la Web 2.0 la lectura se puede convertir en escritura activa, y ésta no se limita a los contenidos, sino también a los contenedores, es decir, los programas”*. La web 2.0 se ha venido desarrollando de gran manera como programas y aplicaciones que facilitan a los cibernautas la manera de interactuar, incluso hasta llegar a un nivel más alto que sería la forma de búsqueda que ya se estaría en el ámbito de la web 3.0.

3. Web 3.0

La web 3.0 es una expresión que se utiliza para describir la evolución del uso y la interacción de las personas en internet a través de diferentes formas entre las que se incluyen transformación de la red en una base de datos, un movimiento social con el objetivo de crear contenidos accesibles por múltiples aplicaciones.

Según (Los Santos Aransay, Nava Bautista, Godoy, 2009 p. 2) “La Web 3.0, es el hecho de permitir buscar personas por su nombre o sus intereses y encontrar todas las redes sociales a las que pertenece”. Se puede decir que la web 3.0 ha venido a revolucionar el modo de búsquedas puesto que se han venido desarrollando mediante las bases de datos.

Las bases de datos han venido a desarrollar un papel importante puesto que facilita al usuario el modo de búsqueda, esto tiene como resultado la satisfacción de encontrar un determinado producto o paquetes vacacionales, esto supe las necesidades de los usuarios o bien así una aproximación. La web 3.0 es una de las herramientas que más ha venido a facilitar los modos de búsquedas, esto alimenta a una base de dato que se va creando mediante búsquedas anteriores, esto para un resultado más cercano a lo que se busca.

(Los Santos et al. 2009 p. 3) “Respecto a la Web 3.0, es difícil en este momento hacer una distinción clara, puesto que no se ha visto un verdadero impacto como el que significaron las aplicaciones de la Web 2.0. Consideramos que aún estamos inmersos en la Web 2.0, evolucionando hacia la Web 3.0, la cual podría caracterizarse por la Web 3D y la inteligencia artificial”.

Con esta definición se puede decir que la web 2.0 es uno de los procesos más trascendental de la red, puesto que el peso de las redes sociales se han hecho notar de gran manera, esto se ha venido reforzando con mecanismos de entretenimiento, se puede argumentar que se le va dando pase apenas a la web 3.0.

(Los Santos 2009 p. 3) “Tenemos una visión futurista de la Web con una interfaz novedosa, dinámica y mucho más automática, facilitando su uso al usuario”. La web se viene innovando cada día más, esto beneficia de gran manera al usuario puesto que se pueden lucrar de beneficios como la búsqueda rápida y el acceso a contenidos de interés.

Las nuevas tecnologías han venido otorgando un mecanismo de confort, en donde cualquiera puede acceder a información de productos o planes vacacionales desde un celular, la web ha venido innovándose de gran manera después de pasar de páginas con textos estáticos, hasta pasar por las redes sociales en la web 2.0, hasta llegar hablar de web 3.0 que ya es búsquedas de datos de interés para el usuario.

(Küster, Hernández, 2013 p. 4) “La Web 3.0 crea una base de conocimiento e información semántica y cualitativa y proporciona una herramienta esencial para la aceptación y funcionalidad de la publicidad de la empresa”. La web 3.0 ha permitido que las empresas puedan ofrecer directamente sus productos a los usuarios, esto permite que el entorno de la empresa pueda ser más amigable con sus clientes, teniendo un sentido de acercamiento al usuario.

La web 3.0 ha venido a cambiar los mecanismos de búsquedas y hasta la forma de comunicarse puesto que es un mecanismo compuesto de archivos que pueden llegar a llenar los gustos y expectativas de los usuarios, además de facilitar el modo de búsqueda, esto para satisfacer el gusto de los usuarios.

(Küster y Hernández, 2013 p. 4) “El ebranding o gestión de marca online, en la Web 3.0, se configura como una de las herramientas más idóneas para aquellas estrategias empresariales centradas en la orientación hacia el cliente, es decir, preocupadas por la personalización de su mensaje, la interacción con el destinatario y el mantenimiento de una comunicación bidireccional con el cliente en aras de conseguir su fidelización”.

Con esta definición se puede decir que las empresas se han auxiliado de herramientas como la ebranding, esta consiste en crear percepciones de una empresa o marca para poder generar un acercamiento entre los cibernautas y una marca en común. La web 3.0 ha venido a desarrollar la manera de comprar en tiempo real por medio de las plataformas virtuales que acercan al emisor y al receptor.

VII. Preguntas directrices.

- ✓ ¿Cuál es el uso de la red social Facebook en el aspecto de entretenimiento?

- ✓ ¿Cuánto tiempo le dedican a la red social Facebook en el aspecto informativo?

- ✓ ¿Es Facebook una red social eficaz para implementarla en la educación?

VIII. Diseño Metodológico.

a) Tipo de estudio:

Según el diseño metodológico el tipo de estudio es de carácter descriptivo puesto que (Hill, 1991) dice que frecuentemente el propósito del investigador es describir situaciones y eventos. Esto es, decir como es y se manifiesta determinado fenómeno entonces mediante el avance de la investigación se describirán cualidades o atributos de la población mediante encuestas con los estudiantes de comunicación para el desarrollo de la UNAN Managua quienes han sido seleccionados desde 3ro a 5to año en ambos turnos para analizar el tipo de uso de Facebook por medio de la recopilación de datos. Y según el periodo y la secuencia del estudio es de tipo trasversal (Garcia,2004) dice que los estudios transversales analizan un fenómeno en un tiempo corto, un punto en el tiempo y por eso también se les denomina “de corte”.

b) Enfoque de la investigación:

El enfoque de esta investigación es de carácter cuantitativo ya que este método consiste en recolectar datos numéricos de los objetos, fenómenos o participantes que estudia y analiza mediante procesos estadísticos.

c) Área de estudio:

El presente estudio se realizó en la Carrera de Comunicación para el Desarrollo de 3ro a 5to año del turno matutino y vespertino de la UNAN-Managua.

d) Universo y muestra:

La carrera Comunicación para el Desarrollo cuenta con un total de 460 estudiantes en ambos turnos matutino y vespertino, la muestra a evaluar en la investigación son 254 estudiantes del 3ro a 5to año del turno matutino y vespertino correspondiente a un 50% del total de estudiantes.

El tipo de muestra es no probalístico ya que este tipo de muestra consiste en la elección por métodos no aleatorios de una muestra cuyas características sean similares a las de la población objetivo, este tipo de muestra la “Representatividad”

la determina el investigador de modo subjetivo, ya que no podemos cuantificar la representatividad de la muestra.

Según, Munch (1996 Pag. 165) dice que las características del muestro no probabilístico son que no parte del supuesto de aleatoriedad, es decir las unidades de muestreo NO se seleccionan al azar, por lo tanto carece de validez científica en cuanto a que no tiene una base teórica para calcular el error de estimación “e” también se basan en el muestreo Teórico o Dirigido a un fin y se basa en el criterio del investigador.

Para realizar el muestro de esta investigación se eligieron 18 estudiantes por cada sección de 3ro a 5to año de los turnos matutino y vespertino, utilizando los siguientes criterios de inclusión:

- ✓ Que sean estudiantes la carrera de comunicación para el desarrollo de 3ro a 5to año.
- ✓ Que tenga un perfil activo en la red social Facebook.
- ✓ Que tenga disposición de tiempo

A continuación en el siguiente cuadro se muestra la cantidad de estudiantes seleccionados por cada sección:

Cantidad de estudiantes por cada sección encuestada del turno Matutino.	Muestra.
3ro: 64 estudiantes.	18
4to: 49 estudiantes.	18
5to: 50 estudiantes.	18
Cantidad de estudiantes por cada sección encuestada del turno vespertino.	Muestra.
3ro: 40 estudiantes.	18
4to: 45 estudiantes.	18
5to: 36 estudiantes.	18
Total de encuestados.	108

e) Las técnicas de recopilación de datos

Las técnicas que se emplearon en la recolección de datos fue la encuesta ya que es un procedimiento que permite explorar y al mismo tiempo obtener información de un número considerable de personas. Esta técnica se desarrolló con 108 alumnos de 3ro a 5to año de la carrera de comunicación para el desarrollo de ambos turnos, estos alumnos fueron elegidos aleatoriamente por una calculadora de muestras.

Según (Roldán y Fachelli, 2015 pág.5) La encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la Sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano. Se ha creado el estereotipo de que la encuesta es lo que hacen los sociólogos y que éstos son especialistas en todo.

IX. Descripción y análisis de los resultados

I. Uso de la red social Facebook

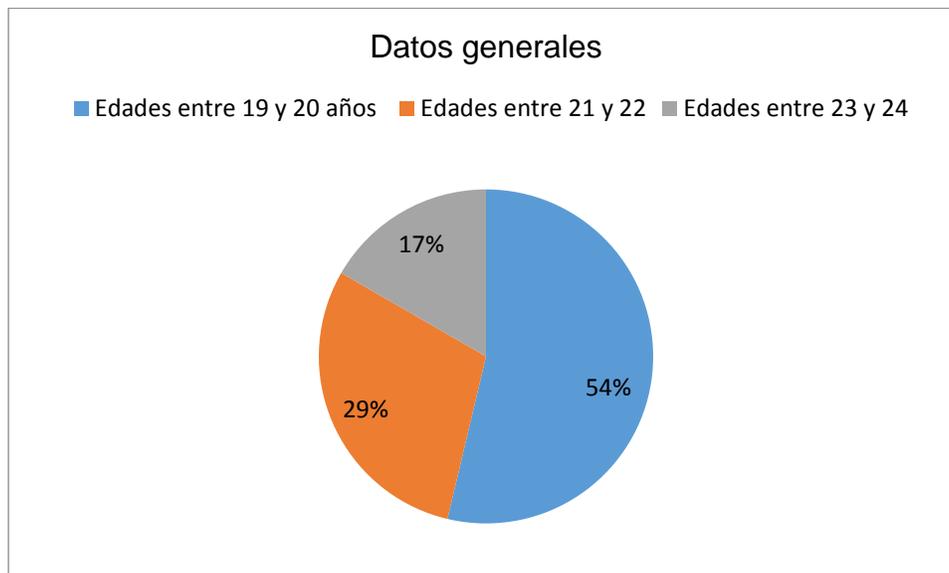


Gráfico: 1

Se aplicaron a los estudiantes de 3ero a 5to año de la carrera de comunicación para el Desarrollo del turno matutino y vespertino 108 encuestas, divididas 18 encuestas por cada sección, seleccionando a 9 mujeres y 9 hombres teniendo a si un 50% mujeres y un 50% hombres, en el cual se encontró que un 54% tenía entre 19 y 20 años, seguidos por un 29% en el rango de 21 a 22 años y finalmente con un 17% entre las edades de 23 y 24 años. Cabe destacar que estas encuestas fueron aplicadas a jóvenes que son de la generación Milenial que son personas nacidas en los años 1980 al 2000.

Con estas encuestas se pretende valorar el uso que los estudiantes le dan a la red social Facebook en los aspectos de información, educación y entretenimiento, además de especificar el tiempo que le dedican a esta red social y evaluar si Facebook es una herramienta que facilita el aprendizaje de los estudiantes.

I. Uso de la red social Facebook

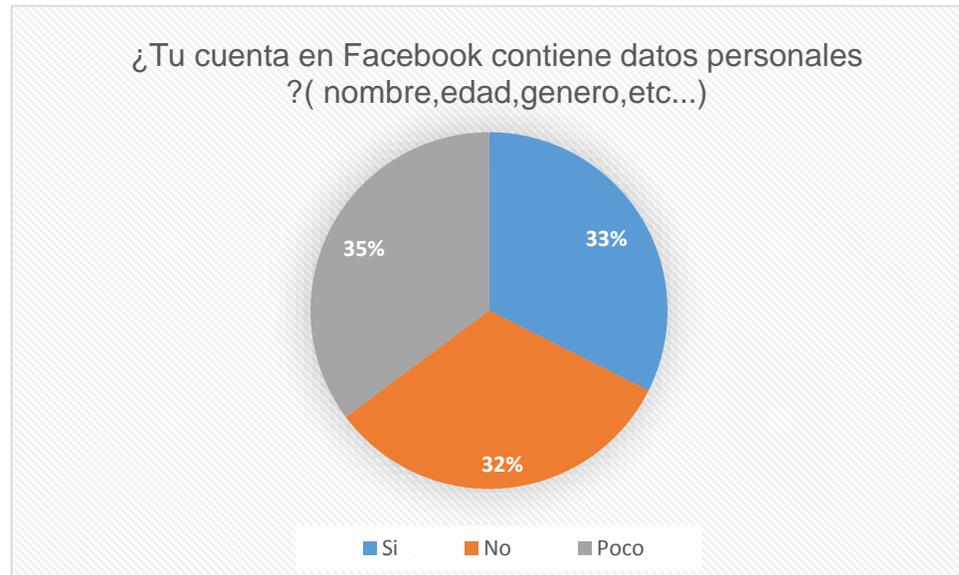


Gráfico: 2

Uno de los cuestionamientos de esta investigación fue determinar qué tanta información personal estaban colocando en sus perfiles los estudiantes de comunicación para el desarrollo de 3ro a 5to año de los turnos matutino y vespertino, esto para describir el grado de seguridad que toman en cuenta a la hora de realizar una cuenta en Facebook encontrándonos con los siguientes resultados.

El 33% de los estudiantes manifestaban que si daban a conocer datos personales, dándonos a conocer que esta parte de estudiantes no está tomando en consideración los diferentes peligros que se enfrentan al compartir los suficientes datos como para dar con su paradero, los resultados nos dan referencia al poco conocimiento o bien así al poco interés de los comunicadores de 4to a 5to año de los turnos matutino y vespertino para conocer que deben de tomar medidas de seguridad a la hora de realizar un perfil en Facebook, para que estos no se vuelvan vulnerables a situaciones de peligro. 32% de los estudiantes respondieron que no comparten datos personales en sus perfiles de Facebook, esto quiere decir que utilizan apodosos o nombres que no son de ellos para poder proteger su identidad, así

mismo protegen la identidad de sus familiares, no compartiendo contenido ni referencias que puedan identificarlos como parientes. Un 35% respondió que comparten poca información, esto quiere decir que comparten los principales datos como nombre, ciudad donde viven y como máximo el lugar donde estudian o trabajan, esto quiere decir que su exposición a posibles peligros es más baja que los que comparten los suficientes datos como para dar con su ubicación.

Con esta interrogante nos damos cuenta que a pesar que la mayoría de estudiantes de comunicación para el desarrollo de 4to a 5to año de los turnos matutino y vespertino comparte muy poca información, aún hay un amplio porcentaje de personas con muy poco conocimiento o poco interés en conocer sobre los distintos peligros que pueden pasar al compartir información personal y familiar, esto deja en evidencia a que se debe de ejecutar planes como talleres o capacitación de maestros para implementación del buen uso de la red social Facebook, esto para fortalecer conocimientos de los peligros como el acoso y otras situaciones que puedan enfrentar en esta red social.

I. Uso de la red social Facebook

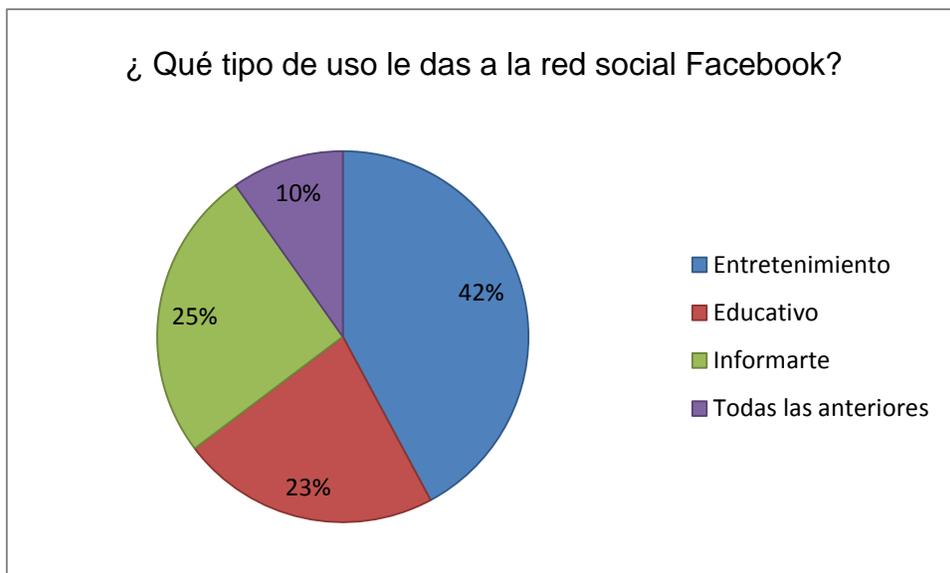


Gráfico 3:

En esta parte de la investigación se pretendió conocer qué tipo de uso le estaban dando a la red social Facebook, esto para determinar si lo usaban más para educarse, entretenerse, informarse, o realizar todas a la misma vez, los resultados fueron que un 42% manifestó que ocupan la red social para entretenerse, ya que pueden interactuar con sus familiares y amigos, ver sus fotos, publicaciones, también pueden subir estados y jugar video juegos y compartir momentos importantes de su vida.

Un 25% de los estudiantes encuestados respondió que usaban Facebook para informarse de lo que pasa alrededor del mundo por medio de las noticias que publican los medios de comunicación, también para informarse de orientaciones de los maestros con respecto a sus clases o de algún evento de su importancia.

Con un porcentaje bajo pero no menos importante un 23% de los estudiantes manifestaron que utilizaban Facebook para educarse. Facebook no educa, pero puede ser una herramienta que facilite el aprendizaje, por ejemplos buscando cursos online, tutoriales, seminarios, profesionalización e.t.c...

Un 11% de los encuestados respondió que utilizaban Facebook para entretenerse, educarse e informarse por ser una plataforma atractiva y de multiusos al servicio de los estudiantes, esto la convierte en una red social de gran influencia en los jóvenes de la carrera de comunicación para el desarrollo.

I. Uso de la red social Facebook



Gráfico 4:

Facebook es una red social que conecta personas para que puedan intercambiar fácilmente material, es por esto que cuenta con muchas herramientas que funcionan tanto para entretenimiento como para intercambio de materiales académicos.

Un 39% de los alumnos encuestados respondió que la herramienta que más utiliza para comunicarse son los chat, un 31%, los cuales son una utilidad de mayor desarrollo, se trata de reunir personas con intereses comunes en este caso los grupos cerrados están siendo de bastante utilidad para la comunicación que existe entre profesores y alumnos ya que en estos grupos se añaden mensaje, videos y documentos, el 11% de los encuestados dieron a conocer que utilizan todas las herramientas que Facebook ofrece, esta parte de los estudiantes da referencia a que Facebook es una plataforma multiusos. El 8% de los estudiantes dieron a conocer que utilizan estados, el 5% respondió que hace uso de los eventos, el 4% manifestó que hace uso de imágenes, el 2% de los encuestados dijo que hace uso de video llamadas.

Esta pregunta nos dio referencia a que la mayoría de los estudiantes encuestado utiliza más lo que es el chat, se puede decir que el chat por su rapidez y la creatividad que se puede desarrollar en esta herramienta la hacen atractiva para

interactuar con otras personas, además que se puede comunicar más directamente, esto para entablar conversaciones de cualquier tipo.

I. Uso de la red social Facebook

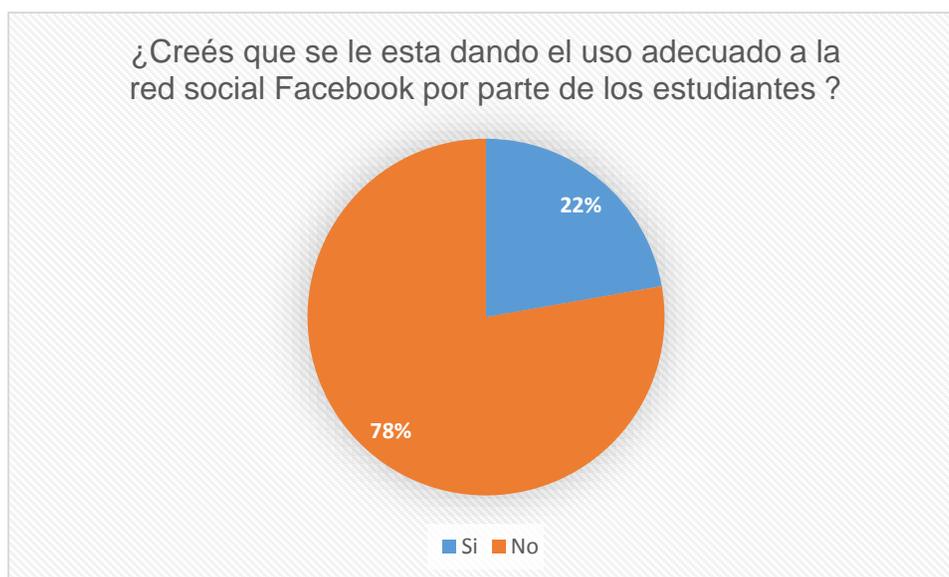


Gráfico 5:

Esta pregunta es fundamental para nuestra investigación ya que nos damos cuenta del uso que le dan a la red social Facebook y los resultados son los siguientes:

Un 22% de los jóvenes creen que si le están dando un uso adecuado a la red social Facebook, porque le dan un uso académico, están creando grupos a nivel universitario para la realización de asignaturas y a si crear una mayor interacción y aprendizaje.

Un 73% piensa que no le están dando un uso adecuado Facebook que solo lo usan como un medio de entretenimiento como ; leer memes, comentar en contra de otras persona, subir videos inapropiados. etc...

Cabe destacar que Facebook es un medio de comunicación masivo, la red social hoy en día te brinda herramientas para poder usarla más allá del entretenimiento, pero todo depende de la manera nosotros los usuarios lo usemos ya sea de una manera positiva o negativa.

II. Tiempo en la red social Facebook

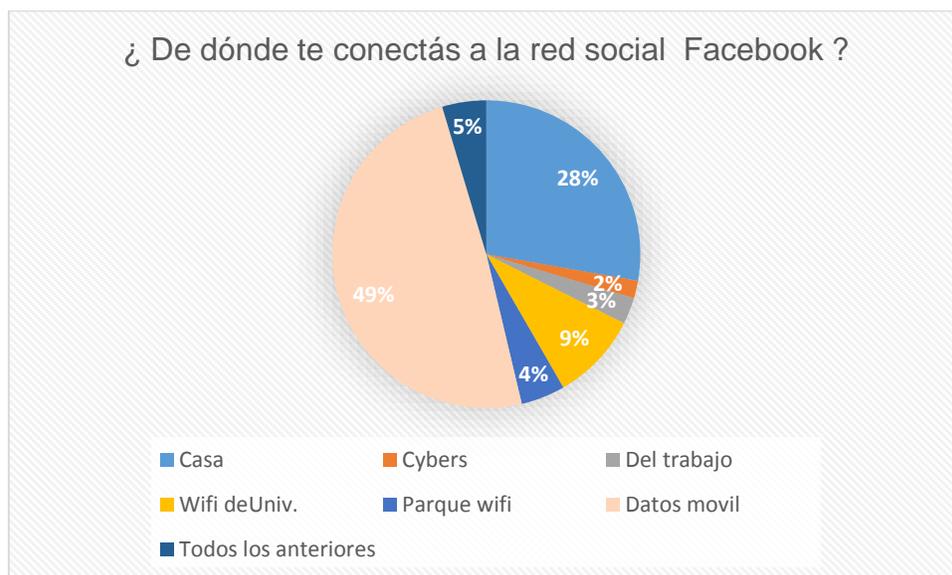


Gráfico 6:

Según los resultados de la encuesta realizada a los estudiantes de comunicación sobre su fuente de internet más utilizada para conectarse a la red social Facebook, se pudo identificar con un alto porcentaje que el 49 % respondieron que se conectan por medio de datos móviles, lo que quiere decir que estos dedican bastante tiempo para conectarse a la red y se debe al acceso que tienen con solo el hecho de poseer un teléfono móvil, lo que se demuestra en el gráfico anterior.

El 28 % contestó que se conectan desde sus casas, significa que la mayor parte de los encuestados son de una familia cómoda o con salarios estables, con el simple hecho de tener la facilidad en pagar un plan de internet, de igual manera con el porcentaje que se mencionó anteriormente.

Desde un 9% hasta un 2% respondieron conectarse en la universidad, centros de trabajo, cybers y los parques wifi.

Un punto que es muy importante de señalar y que da mucha curiosidad es que solo el 9% de los encuestados respondió que se conectaba desde la red wifi lo cual llama la atención porque ahora hay muchos puntos incluyendo la universidad donde hay

wifi entonces esto nos lleva a pensar que quizás los encuestados no fueron sinceros a la hora de contestar esta pregunta o no están utilizando la red wifi y prefieren recargar a su celular y activar datos móviles.

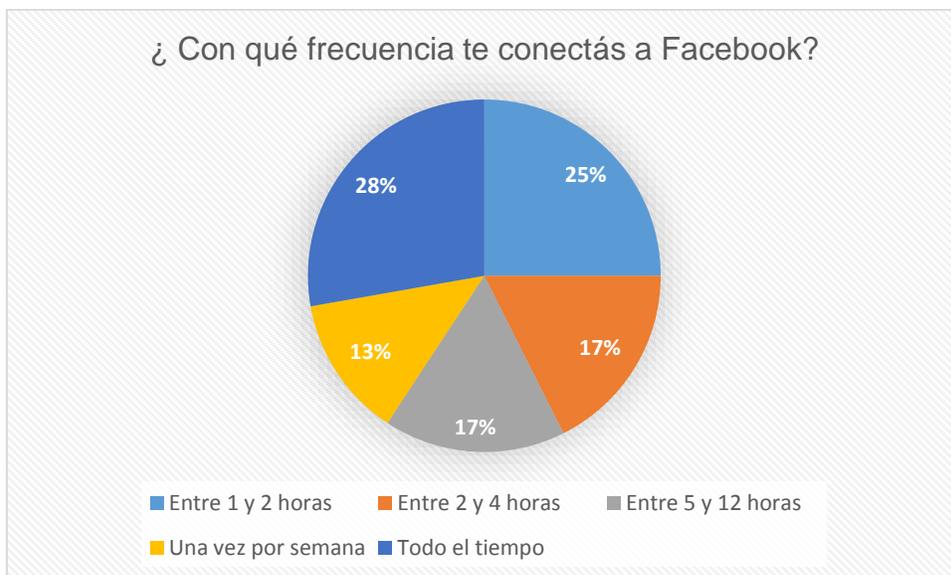


Gráfico 7:

La red social Facebook ha hecho que internet sea más interactivo y participativo a través de sus plataformas que ofrecen varias herramientas y opciones para compartir, fotografías, videos, informarse acerca de las noticias que acontecen en el mundo e incluso darte a conocer y ofrecer productos o servicios por medio de esta. Este fenómeno se ha acrecentado con la llegada de los dispositivos móviles, que te permiten acceder a tu perfil en cualquier momento y desde cualquier lugar.

En esta grafica podemos ver que un 28% de los estudiantes respondieron que pasaban todo el tiempo conectados al Facebook , seguido de un 25% de estudiantes que contestaron que solo pasaban entre 1 y 2 horas conectados a la red social , son porcentajes que representan que la red social Facebook es de gran influencia en los estudiantes.

II. Tiempo en la red social Facebook.



Gráfico 8:

Si hay una red social que siempre se está actualizando y ofreciendo nuevas herramientas es sin duda Facebook, y es por su constante innovación que se considera una red social multiuso, es por esto que un 41% de los estudiantes respondió que se conectaban a Facebook para entretenerse siendo este el mayor porcentaje de los estudiantes que señalan a Facebook de esta manera por sus múltiples herramientas como por ejemplo subir sus fotos y publicar lo que están haciendo en ese momento, utilizar las video llamadas para comunicarse con sus familiares o simplemente enterarse de todas las actividades de sus amistades, sin embargo es muy importante destacar que un 36% de los encuestados que respondieron que se conectaban a Facebook para realizar todas las opciones que les propuso, ósea para entretenimiento, educación e información, respondieron que se conectaban a la red social para realizar todo a la misma vez sin embargo el mayor peso siempre recae en el entretenimiento.

Un 13% de los encuestados respondió que lo utilizaban para educarse con la información que reciben por medio de los grupos y páginas educativas y un 10% para informarse de los acontecimientos que suceden a diario por medio de las páginas de noticias.

Esta parte de la encuesta demostró un dato sumamente importante y que se pretende destacar, puesto el 36% de los estudiantes respondieron que se entretenían, educaban e informaban a la misma vez, este resultado llama mucho la atención porque dio a conocer que estas tres categorías puras están entrando en una crisis y que las sospechas que daban referencia a que estas ya no estaban separadas ahora pueden contar con esta investigación que proporciona contenidos que vienen a dar a conocer que los estudiantes cada vez más les cuesta decidirse por una sola.

Estos resultados han reflejado que los estudiantes encuestados cada vez se le hace más difícil descifrar el tiempo que le dedican a estas tres categorías hasta el punto de no saber en cuales de estas tres categorías pasan más tiempo esto pasa cuando se hace todo a la vez y que los cambios de una categoría a otra son fracciones de segundo mientras el usuario está en la red social.

II. Tiempo en la red social Facebook.

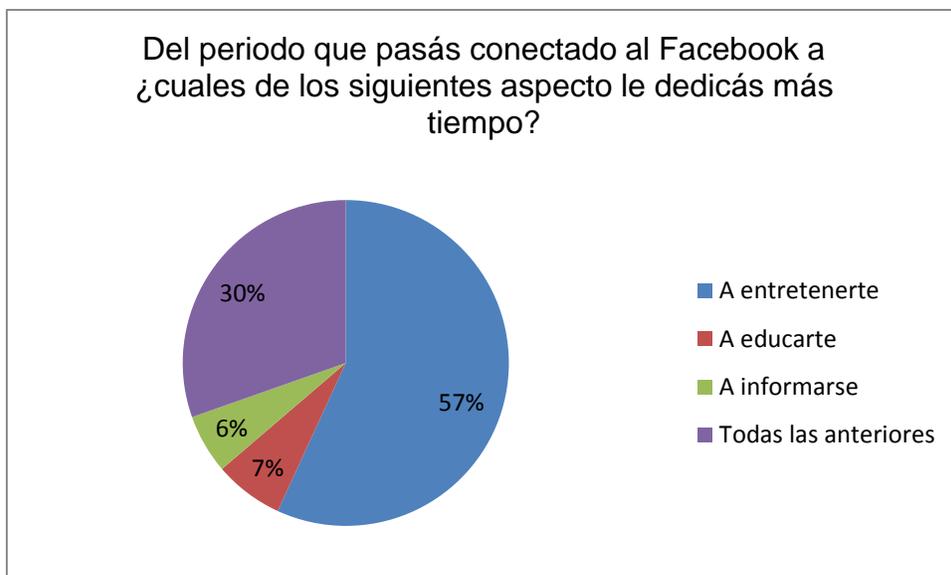


Gráfico 9:

Un 57% respondió que le dedican más tiempo al entretenimiento, un 30% respondió que hace todas las opciones al mismo tiempo (entretenerse, educarse e informarse), el 7% de los encuestados respondió que dedican más tiempo para educarse y el 6% de los estudiantes respondió que ocupan más tiempo para informarse.

Con estos resultados se puede decir que por sus diversos contenidos Facebook es una red social que contiene gran cantidad de entretenimiento, esto la viene hacer influyente principalmente en los jóvenes que son los que más han venido haciendo uso de esta red social, Facebook se ha convertido en una plataforma multiusos donde se encuentra una combinación entre entretenerse, educarse e informarse.

Se puede decir que los estudiantes están más volcados al entretenimiento y que la información y la educación están de segunda mano, es decir que podrían ocupar la red social para informarse en tiempos que necesitan del conocimiento de una determinada situación, en la parte educativa se puede dar a conocer que tocarían esta parte más que todo para el cumplimiento de asignaciones universitarias, ya sean tareas o trabajos en línea.

El 30% de las personas encuestadas no lograron decidirse por una categoría de las 3 que se les presentó, dando referencia a que le dedicaban tiempo a todas por igual, rompiendo así con la idea de que las categorías se mantenían hasta hace un tiempo separadas y que ahora están perdiendo autoridad hasta el punto que los estudiantes ya no pueden reconocer si pasan más tiempo entreteniéndose, educándose o informándose, sino que para ellos le dedican la misma cantidad de tiempo a todas por igual.

Es interesante ver como en unas graficas los aspectos de información y educación van cambiando de porcentajes porque en unas gráficas el porcentaje de educación está más alto que el de información lo cual nos lleva a pensar que quizás en tiempos de clases es cuando más utilizan Facebook para este aspecto ya que los profesores han decidido utilizar esta plataforma para enviar documentos educativos y todo lo que corresponde a sus clases. Sin embargo es importante destacar que los tres aspectos de educación, información y entretenimiento siempre están ligados.

III. Evaluación de Facebook en el aspecto educativo



Gráfico 10:

Actualmente Facebook es la red social con más número de usuarios y también es conocida como el foro más grande del mundo, a través de Facebook los estudiantes pueden descubrir lo que está sucediendo alrededor del mundo y lo más importante para expresarse. Por esto mismo el 87% de los encuestados manifestó que consideran a Facebook como una herramienta eficaz de comunicación porque Facebook se ha destacado por su capacidad comunicativa, por la facilidad para interactuar y por su nivel de comunicación.

También otro punto importante a destacar es que a través de Facebook se da uso de la Web 2.0 (García, 2007) dice que en la web 1.0 participábamos más como consumidores y en la 2.0, haciendo también como consumidores, nos convertimos a la par de productores y creadores. Y esa producción y creación la hacemos con plena libertad”. Es decir la web 2.0 ha vino a dar espacios que los usuarios de internet no tenían, era simplemente estar subordinado al emisor de la información, esto ha conllevado a un intercambio de opiniones entre usuarios y emisores.

La gran mayoría de los estudiantes de comunicación consideran las herramientas de Facebook como una oportunidad para poder crear espacios de comunicación en donde se pueda interactuar con el receptor e intercambiar opiniones, sin embargo hay un porcentaje menor correspondiente al 9% de jóvenes que no consideran a Facebook como una herramienta de comunicación sino como una manera de recreación.

III. Evaluación de Facebook como herramienta de aprendizaje

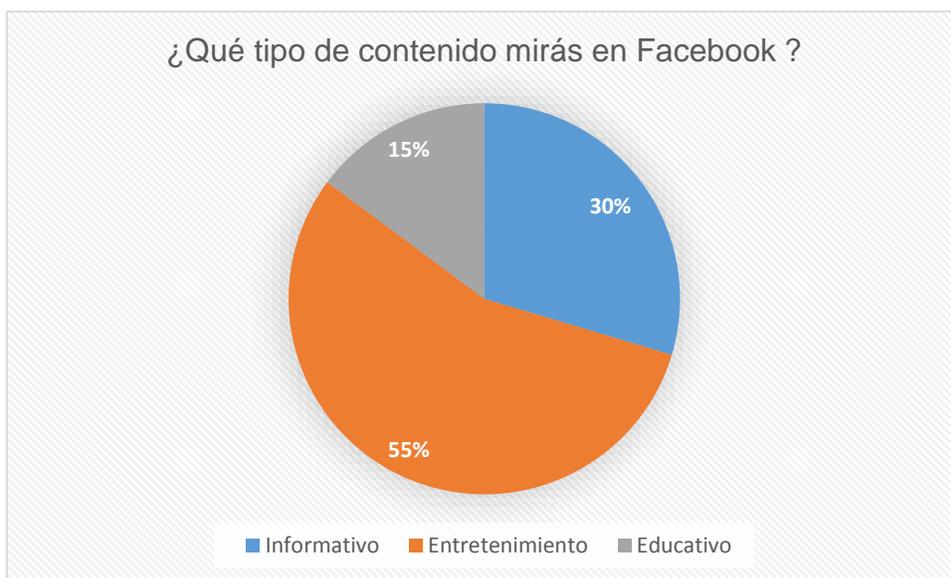


Gráfico: 11

Esta interrogante es de mucho interés para la investigación ya que por medios de las encuestas los damos cuentas de que están viendo nuestros estudiantes y como se están educando por medio de la red.

Facebook no educa como tal, pero si puede ser una herramienta que facilita el aprendizaje como cursos de aprendizaje online, tutoriales. Etc... Se puede notar en la minoría de nuestros encuestados que son el 15% nada más, hay una pequeña porción que se está educando a través de Facebook.

Un 30% se está informando de lo que pasa alrededor del mundo, esto es bueno porque tienen curiosidad de lo que pasa en la actualidad, como un buen comunicador tienen que estar actualizado sobre las noticias.

Y un poco más del 50% están utilizando Facebook como entretenimiento están viendo; memes, videos divertidos, gift, imágenes. Facebook es un pasatiempo para ellos no usan Facebook en algo productivo.

III. Evaluación de Facebook como herramienta de aprendizaje

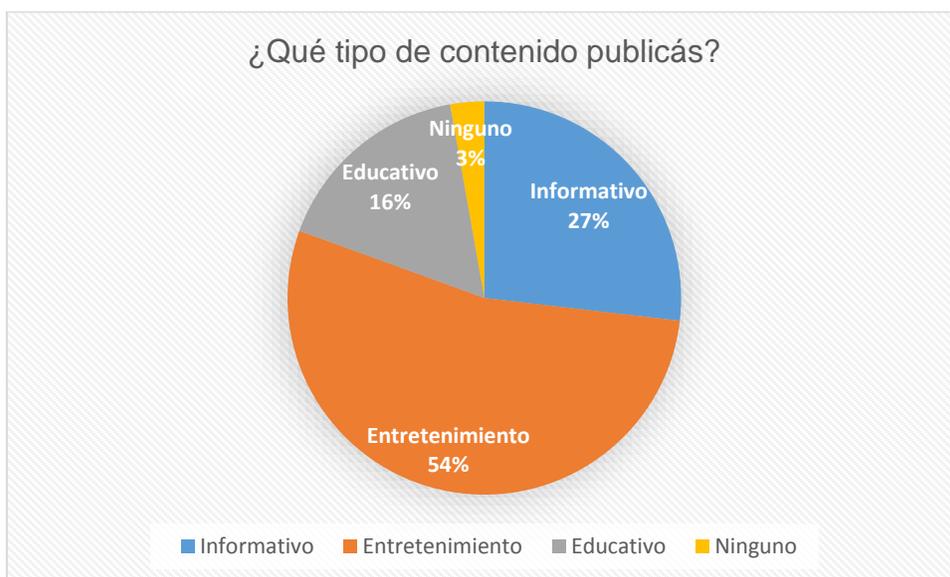


Gráfico 12:

El tipo de contenido que publican las personas es importante a la hora de analizar el uso de la red social Facebook, esta interrogante permitirá poder describir el tipo de contenido que desarrollan los jóvenes de comunicación para el desarrollo de 3ro a 5to año en los turnos matutino vespertino, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes.

54% contestó que ocupan la red social para entretenerse, ya sea compartir videos, gif, imágenes de amigos y memes. 27% de las personas encuestadas dijeron que utilizaban la red social como medio informativo, es decir se informan y publican algún tipo de información para personas que buscan informarse. El 16% respondió que la utilizan para fines educativos, este dato nos da referencia a las personas que

utilizan la aplicación para la realización de sus tareas o bien así poder compartir algún tipo de contenido educacional. Un 3% dijo que no publicaban nada, esto se aplica a las personas que solamente ocupan la aplicación para poder comunicarse ya sea por video llamada o solamente saber cómo esta con algún ser querido a larga distancia.

Estas respuestas dan como resultado que la mayoría de estudiantes de Comunicación ocupan la red social para entretenimiento, dejando muy por detrás el uso para informar y educar, esta es la evidencia de que los jóvenes buscan como satisfacer sus deseos de poder distraerse y pasar el tiempo más que otra cosa que tenga que ver con enriquecer sus conocimientos de una manera formal y más integra, Facebook se ha caracterizado por ser una aplicación de en donde rápidamente se distraen las personas con sus diversas temáticas de atracción para salir un poco de la rutina, los jóvenes han sido los más atraídos por esta plataforma virtual y por este motivo su influencia crece de una manera impresionante.

X. Conclusiones

Durante toda nuestra investigación, hemos intentado diagnosticar el uso que le dan a la red social Facebook los estudiantes de III, IV y V año del turno matutino y vespertino, de la carrera Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua durante el segundo semestre del año 2017 durante los meses de Agosto, Septiembre y Octubre. Se llegaron a las siguientes conclusiones:

- La utilidad principal que le están dando los jóvenes de comunicación para el desarrollo de 3ero a 5to año a la red social Facebook está volcada al entretenimiento con un 42% muy por encima de la información que se dio a conocer con un 25%, para darse cuenta de lo que ocurre en el mundo o de alguna actividad de su interés y un 23% para educarse o para entablar comunicación con el docente y entregar trabajos, un 10% se manifestó y dio a conocer que se entretenían, informaban y educaban a la mismo tiempo.
- En el periodo que los estudiantes pasan conectados muy pocos respondieron que le dedicaban tiempo a informarse mostrando así los siguientes resultados:

Un 57% dio a conocer que le dedicaban más tiempo a entretenerse, este resultado muestra que los jóvenes buscan como despejar la mente y buscar como pasarla bien ya sea viendo memes, gif o algún tipo de video que le cause gusto, el 30% de los estudiantes respondió que le dedicaban tiempo a todas por igual, este es un dato sumamente importante puesto que da a conocer que a los estudiantes les esta costando separar las categorías tres categorías (Entretener, informar y educar) que en su momento se creían que estarían separadas y que difícilmente podían juntarse, un 7% dijo que le dedicaban más tiempo a educarse y el 6% dijo que le dedicaban tiempo a informarse estos dos resultados dan referencia que los estudiantes utilizan estas dos categorías una en periodo estudiantil y la información para poder

conocer algún tipo de tema o situación que se esté abordando en el momento.

- En los resultados de que si Facebook facilitaba el aprendizaje se encontró una cantidad considerable de estudiantes que respondieron que la plataforma si facilita el aprendizaje, cuando se habla de facilidad se refiere a que esta plataforma es de mucha utilidad para el aprendizaje de los estudiantes, el 87% de los estudiantes de comunicación de 3ro a 5to año de los turnos matutino y vespertinos dieron a conocer que sí facilita el aprendizaje, esto nos guía a que la red social Facebook por su fácil alcance al usuario en este caso los estudiantes les permite mantener comunicación constante con los maestros y poder hacer entrega de trabajos de forma sencilla, esta red social por su alcance mundial y la gran cantidad de usuarios y páginas que publican diversos contenidos, permite al estudiante poder aventurarse en la búsqueda de contenidos educativos y poder fortalecer sus conocimientos ya sea por medio de videos, imágenes y gif que contienen material educativo.
- En la evaluación de que si Facebook es una herramienta que facilita el aprendizajes se encontró que la mayoría de los encuestados dice que sí es una herramienta eficaz para el aprendizaje, esto da como conclusión que Facebook por ser un plataforma multiuso y rápida para comunicarse da la facilidad para mantener comunicación constante con los tutores de un determinado trabajo, además de poder realizar la entregas de trabajos de manera muy cómoda y sencilla

XI. Recomendaciones.

Es necesario mencionar que esta investigación con respecto al uso que le esta dando los estudiantes a Facebook, se comprobó que la mayoría se vuelca al entretenimiento muy por encima de lo educativo y lo informativo.

- Es importante que se pueda desarrollar estrategias como capacitaciones a los maestros de la carrera de comunicación para el desarrollo, esto para la elaboración de planes que puedan venir a desarrollar grandes conocimientos a los estudiantes de cómo sacar mejor provecho a esta red social de tanta influencia.
- La mayor parte de los estudiantes indico que pasan conectados a la red social todo el tiempo ,este resultado muestra que Facebook es de gran influencia en los jóvenes y aunque siempre este ligado mayoritariamente en el entretenimiento se podría utilizar esta herramienta para desarrollar trabajos que incentiven al estudiante para realizar proyectos en esta popular red social.
- Ya que la mayoría de los estudiantes señaló que Facebook es una herramienta que facilita la comunicación y el aprendizaje, esto podría ser de gran provecho para los docentes y agregar a la red social en los espacios academicos para mejorar o desarrollar estrategias que puedan insentivar a un aprendizaje más dinamico y atractivo para los estudiantes, además vendría a fortalecer la manera en que los maestros pueden llegar más a los estudiantes y poder generar un impacto que venga a fortalecer el saber del estudiante de comunicación para el desarrollo.

XII. Anexos

**Recinto universitario “Rubén Darío”
Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas
Carrera de Comunicación para el Desarrollo**



**UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA
DE NICARGUA,
MANAGUA**
UNAN - MANAGUA

Muy buenos días/tardes amigo/a. La presente encuesta tiene como finalidad recopilar datos para analizar el uso que le están dando a la red social Facebook los estudiantes de 3ro a 5to año de comunicación para el Desarrollo del turno matutino y vespertino durante el segundo semestre del año 2017 por favor marcar con una (X) la respuesta que usted considere correcta.

Datos Generales

N. Encuesta _____

Sexo: M: _____ F: _____

Edad: _____

Año que cursa: _____

Turno _____

I. Uso de la red social Facebook

1) ¿Posees una cuenta en la red social Facebook?

Sí _____ No _____

2) ¿Tu cuenta en Facebook contiene todos tus datos personales?(nombre, edad, genero, dirección . etc.)

Sí _____ No _____ Poco _____

3) ¿Qué tipo de uso le das a la red social Facebook?

Académico. _____ Entretenimiento. _____

Educativo. _____ Para informarte. _____

Comunicarte. _____ Todas las anteriores. _____

4) ¿Cuáles de las siguientes herramientas que ofrece esta red utilizas más para comunicarte?

Chat _____ Imágenes, gift, videos, memes _____

Video llamadas _____ Grupos cerrados _____

Estados _____ Eventos _____

Todas las anteriores _____

5) ¿Crees que se le está dando el uso adecuado a la red social Facebook por parte de los jóvenes?

Sí _____ No _____

Porque _____

II. Tiempo en la red social Facebook

1. ¿De dónde se conecta a la red social Facebook?

De su casa. _____ En el wifi de la universidad. _____

Cybers. _____ Parque wifi. _____

Del trabajo. _____ Datos Móviles. _____

Otros. _____ Todas las anteriores _____

2. ¿Con que frecuencia te conectas a Facebook?

Entre 1 y 3 horas al día. _____ Una vez por semana. _____

Entre 2 a 3 horas al día _____ Todo el tiempo. _____

Entre 5 y 12 horas al día _____

3. ¿para qué te conectas al Facebook?

Para entretenimiento _____ para informarte _____

Para educarte _____ todas las anteriores _____

4. ¿Del periodo que pasas conectado al Facebook a cuál de los siguientes aspectos le dedicas más tiempo?

A Educarte _____ A entretenerte _____

A informarte _____ Todas las anteriores _____

III. Evaluación de Facebook como herramienta de aprendizaje

1. ¿Crees que Facebook es una herramienta eficaz de aprendizaje?

Sí _____ No _____

No sabe _____

2. ¿Qué tipo de contenido miras en Facebook?

3. Qué tipo de contenido públicas en Facebook?

XIII Referencias:

(Ayala, 2011). *Redes sociales, poder y participación ciudadana*. Valdivia, Chile.

(Alcocer, 2013). *Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey*. Estado de México, México

(Almansa Martínez, Fonseca, Castillo Esparcia, 2013). *Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española Comunicar*. Huelva, España.

(Berrocal, Redondo y Domínguez. 2012). *Una aproximación al estudio del infoentretenimiento en Internet: origen, desarrollo y perspectivas futuras*. Valladolid, España.

(Blandón y Rueda 2011). *Análisis del blog, el Facebook y el Twitter como medios tecnológicos empleados en el ejercicio periodístico de los estudiantes de III, IV y V año de la carrera de filología y comunicación de la UNAN-Managua durante el segundo semestre del 2011*. Managua, Nicaragua.

(Castillo, 2013). "Ventajas y desventajas del uso de las redes sociales en el estudio universitario de alumnos de antiguo y nuevo ingreso de la universidad francisco Gavidia sede san salvador."

(Fonseca, 2006, pág. 6). *La generación del milenio, su diversidad y sus implicaciones en el desarrollo académico*. Baja California.

Gonzales. M (2017). *Usuarios de Facebook crecen en Nicaragua*. <http://www.elnuevodiario.com.ni/>

Garay, J. (05 Septiembre 2016). *Nicas, apegados a las redes sociales*. El Nuevo Diario. Recuperado de <http://www.elnuevodiario.com.ni/>.

(Gallini y Noiret, 2011). *La historia digital en la era del Web 2.0. Introducción al dossier Historia digital*. Bogotá, Colombia.

(Hütt, 2012). *LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN*. Universidad de Costa Rica San José, Costa Rica.

(Hernández, 2013). *Asunción De la Web 2.0 a la Web 3.0: antecedentes y consecuencias de la actitud e intención de uso de las redes sociales en la web semántica* *Universia Business Review*. Madrid, España.

(Hernández Prados, Solano Fernández, 2007). *CIBERBULLYING, UN PROBLEMA DE ACOSO ESCOLAR RIED*. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*. Madrid, España.

(Islas, T. Carranza, M. 2011). *Uso de las redes sociales como estrategias. ¿Transformación Educativa?*, Guadalajara, México.

(Kurz, Garcia y McIlvenna, 2013, Pág. 1) *La Generación de los millenials*. Ciudad de México, México.

(Marta Rizo, 2011). *El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación*. Buenos Aires, Argentina.

(Martínez de Salvo, 2010). *Herramientas de la Web 2.0 para el aprendizaje*, Maracaibo, Venezuela.

(Morduchowicz, Marcon y Ballestrini, 2010). *Los adolescentes y las redes sociales*. Buenos Aires, Argentina.

(Pereira, 2005). *Perspectiva sobre la comunicación*. San José, Costa Rica.

(Puertas, 2015). *El infoentretenimiento en los informativos de televisión privadas: estudio de caso de...* Barcelona, España.

(Pablo E. Lozada, s.f) *Y. EVOLUCIÓN DE LA WEB*.

(Rodríguez Carballosa, Bao Pavón, Saltos Carvajal, 2015). *Estrategia de comunicación en redes sociales. Escenarios teórico prácticos para los medios de comunicación en Cuba*. Estado de México, México.

(SATZ, 2009). *MANUAL DE COMUNICACIÓN*. Ciudad de Guatemala, Guatemala.

(Túñez y Sixto, 2012). *LAS REDES SOCIALES COMO ENTORNO DOCENTE: ANÁLISIS DEL USO DE FACEBOOK EN LA DOCENCIA UNIVERSITARIA*. Sevilla, España.

(Pérez, 2011). *Los diseños de métodos mixtos en la investigación una experiencia correcta*.

(Roldán y Fachelli, 2015 pág.5). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA*. Barcelona, España.

(Guardia, 2008). De receptor a emisor, construcción de ciudadanía en un nuevo paradigma Punto Cero. Cochabamba, Bolivia.