

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

**El uso que le dan los jóvenes de 18 a 24 años de
la Universidad Vasco de Quiroga (UVAQ) al
Facebook**

Autor: Alejandro Herrera Álvarez

**Tesis presentada para obtener el título de:
Lic. En Ciencias de la Comunicación**

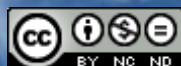
**Nombre del asesor:
Alberto Farias Ochoa**

+

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





TESIS

“EL USO QUE LE DAN LOS JÓVENES DE 18 A 24 AÑOS
DE LA UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA (UVAQ) AL
FACEBOOK”

PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

PRESENTA:

ALEJANDRO HERRERA ÁLVAREZ

ASESOR:

MTRO. ALBERTO FARIAS OCHOA

MORELIA, MICHOACÁN MARZO DE 2012

Índice

Introducción.....	3
Justificación.....	8
Planteamiento del problema.....	9
Objetivos.....	11
Supuesto de Investigación.....	12
Metodología.....	12
Cap. I SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO.....	19
I.I Comunicación a través de la web 2.0.....	23
I.II A diez años del Homo Videns.....	27
I.III Brecha digital en Latinoamérica.....	30
I.IV Hipermedios.....	34
Cap. II REDES SOCIALES.....	38
II.I La sociedad en red.....	38
II.II Determinismo tecnológico.....	42
II.III Sociología de la producción de mensajes.....	46
Cap. III Facebook en alumnos de la Universidad Vasco de Quiroga.....	50
El método estadístico.....	50
Elección de la muestra.....	53
Conclusiones	
Conclusiones sobre lo teórico.....	65
Conclusiones sobre el trabajo de campo.....	68
Conclusiones sobre el supuesto de investigación.....	70
Conclusiones generales.....	72
Referencias de Consulta.....	75

Introducción

El surgimiento de Internet se remonta al año 1969, pero fue hasta los años 90's cuando éste se popularizó entre la sociedad, pues es tal el impacto que ha tenido desde su aparición que actualmente se ha llegado a convertir en una pieza clave de comunicación entre las personas.

En el mundo globalizado en el que nos encontramos en estos tiempos va encaminado de Internet y del auge que tiene entre la sociedad. Actualmente es tan acelerado el avance de las tecnologías de la información y conocimiento llegando al punto de revolucionar a la sociedad en general, pero sobre todo a los jóvenes de hoy en día las "Redes sociales".

Cuando en el mundo de Internet se habla de redes sociales se tiene la idea de "Una plataforma electrónica que conecta un software que permite que muchos individuos visualicen información sobre ellos mismos en una pantalla de computadora, se interpeleen, y en ciertos momentos interactúen" (Imaña, 2011).

En Internet se entiende por *red social*: una red conformada de forma virtual, por personas que comparten algún interés en común: amistad, profesión, negocios, etc. donde suponen grupos de contacto que permiten reunir a las personas en el ciberespacio, desde el anonimato, a los que no encuentran un lugar de pertenencia y comparten gustos, preocupaciones, entre otras cosas (Avogrado, 2009).

Gran parte de las actividades del ser humano pueden encontrarse vinculadas con Internet, y al hablar de redes sociales posiblemente la referencia más inmediata podría ser Facebook, esta red social cuenta con más de 800 millones de usuarios activos en todo el mundo según el último reporte de la agencia de noticias EFE siendo en la actualidad la red social con mayor usuarios.

Esta red fue creada en el 2004 por un estudiante de la Universidad de Harvard, dejó de estar restringido sólo para la comunidad universitaria de esa Institución y ahora, al usuario le basta poseer una cuenta de correo electrónico para adentrarse en Facebook y contar con su propio perfil.

Esta plataforma incluye diversas aplicaciones, que le permiten al usuario, entre otras opciones, subir fotografías, videos, jugar, consultar su horóscopo, planear encuentros y actividades, pero sobretodo comunicarse con otras personas y conformar redes sociales.

México rebasó los mas de 30 millones de usuarios activos en Facebook en el año 2011, según el portal de Internet *checkfacebook.com*, estimando así que cuatro de cada cinco personas que navegan en Internet tienen una cuenta en esta red social.

Así se puede constatar que Facebook es realmente un fenómeno entre la sociedad actual, tanto así ha sido el impacto del mismo que se considera la red social más popular alrededor de todo el mundo que jamás haya existido.

Tras lo expuesto con anterioridad, esta investigación tuvo como fin el conocer los diferentes usos que le otorgan los jóvenes de 18 a 24 años de la Universidad Vasco de Quiroga a esta red social, donde de la misma manera se descubrió la frecuencia con que lo utilizan, así como las satisfacciones que les producía el estar navegando en Facebook.

Las preguntas que guiaron el transcurso de esta investigación eran encaminadas a descubrir los diferentes usos que le dan al Facebook los jóvenes de la Universidad Vasco de Quiroga.

Los objetivos que se plantearon en esta investigación fueron elaborados mediante las preguntas de investigación, mismos que con el trabajo de campo lograron seguir los lineamientos de los objetivos planteados con base en la metodología y otras técnicas para llegar a los resultados óptimos.

➤ **Antecedentes**

Para la elaboración de este reporte de investigación primeramente se tomaron como base investigaciones previas que se han realizado en el área de las redes sociales y el quehacer de las mismas, es por eso que a continuación se citan los diversos artículos, documentos, tesis, etc. que fueron encontrados y tienen como objeto de estudio las redes sociales y Facebook.

La tesis “El uso que le dan los jóvenes al Internet: un estudio a los cibercafés” elaborada por Erika Cecilia Rodríguez Espinosa en el año 2003 en la Universidad Vasco de Quiroga.

Otra tesis consultada fue “El adolescente de secundaria pública y su interacción con el Internet” realizada por Alberto Farias Ochoa en el año 2005 dentro de la Universidad Vasco de Quiroga.

La tesis “Internet un nuevo medio de comunicación” ejecutada por Jaramillo Estrada Fernando alumno de la Universidad Vasco de Quiroga en el año 1997.

Por otro lado se encontró una página en Internet que realiza investigaciones académicas sobre Facebook obtenidas de la bases de datos de London School of Economics, de diversos autores que a continuación se muestran:

¿Demasiado de una cosa buena? la relación entre número de amigos e impresiones interpersonales sobre Facebook.

Autores: Tong, Stephanie Tom; Van Der Heide, Brandon; Langwell, Lindsey; Walther, Joseph B.

Fuente: Diario de comunicación mediada por ordenador, volumen 13, número 3, abril de 2008, pp. 531-549 (19)

- Relacionando esta investigación con el tema sobre el uso del Facebook, la aporatación que hace se interpreta de la siguiente forma: Que un usuario en Facebook tenga un determinado número de amigos no significa que mantiene una relación constante con ellos, incluso existen amigos virtuales que no conoce personalmente sólo mediante esta red ha tenido ocasionalmente encuentros o bien, nunca han dialogado entre ambos.
- El que una persona tenga una considerable cantidad de amigos no significa que sea popular o que sea reconocida por ellos, simplemente el usuario lo ve como algo insignificante en algunos casos o bien, trata de mostrar quién es a otros individuos.

El papel de los amigos y el comportamiento sobre las evaluaciones de los individuos sobre Facebook: ¿no sabe la empresa que guardamos?

Autores: Walther, Joseph B.; Van Der Heide, Brandon; Kim, Sang-Yeon; Westerman, David; Tong, Stephanie Tom.

Fuente: Investigación de Comunicación Humana, Volumen 34, número 1, enero de 2008, pp. 28-49 (22)

- En esta investigación se puede concretar que el rol de los amigos y el comportamiento sobre las evaluaciones de los individuos en Facebook en lo que respecta a las publicaciones que plasman en sus muros es en realidad de interés para sus demás amigos ya que al estar publicados mensajes en su muro sus allegados revisan con frecuencia los mensajes que reciben.

Facebook: exposición, invasión, y convergencia social.

Autor: Danah Boyd

Fuente: Convergencia: El Diario Internacional de Investigación en Nuevas Tecnologías de Medios de comunicación, vol. 14, el No 1, 13-20 (2008)

- Se puede concretar que cuando Facebook lanza el apartado de “Noticias” como menú principal se fue haciendo más gratificante pues de esa manera se podían enterar las personas de lo que estaba aconteciendo con sus amigos y su quehacer cotidiano.

El empleo de los adolescentes de sitios sociales conectados a una red para intimidad, aislamiento y autoexpresión.

Autor: Sonia Livingstone

Fuente: Nuevos Medios de comunicación y Sociedad, vol. 10, el No 3, 393-411 (2008)

En lo que respecta a esta investigación se puede llegar a la conclusión de que muchas veces los internautas de Facebook crean una identidad falsa muy contraria a lo que son en realidad ellos, pues desde la foto que usan como perfil, sus comentarios, etc son muy alejados a su verdadera personalidad, es por eso que al hacerse amigo de una persona en esta red social para muchos crea una cierta desconfianza pues no se sabe si en verdad la persona es meramente auténtica.

➤ **Justificación**

Al estar en un mundo globalizado por la tecnología, Internet y las redes sociales esta investigación principalmente generó una aportación a la sociedad en general ya que con la misma se pretendía mostrar los usos frecuentes que los adolescentes le otorgaban al Facebook, así como las satisfacciones que provocaba en los usuarios el estar navegando en esta red social.

Facebook es un fenómeno mundial ya que ha revolucionado y transformado la forma de utilizar el Internet pero sobretodo la manera de interactuar entre las personas. Actualmente es la página más importante y popular para subir fotografías con poco más de 83 millones de imágenes al día y 500 000 aplicaciones (Jairo, 2009).

Gracias a esta investigación se logró comprender el ¿Por qué los jóvenes prefieren utilizar Facebook? donde se pudo conocer las aplicaciones que más utilizaban y por último, exponer si al ser ellos miembros activos de Facebook consideraban que éste definitivamente es una herramienta vital para los jóvenes de hoy en día.

Esta investigación tenía como fin primeramente encontrar el uso más frecuente que le otorgaban los jóvenes de 18 a 24 años al Facebook, así como el descubrir que satisfacciones experimentaban ellos al estar navegando en la red social con mayor impacto actualmente “Facebook” y el por qué eligen esa red y no otras.

El tiempo que pasaban en Facebook los usuarios fue también un tópico que se pretendía conocer así como las aplicaciones que eran sus favoritas en esta red y por último el por qué creían ellos que Facebook ha tenido tanto impacto entre los jóvenes.

➤ Planteamiento del problema

Definitivamente los medios de comunicación desde su aparición entre la sociedad han venido a revolucionar al mundo en muchos aspectos, pero el punto más importante dentro de esto, es la manera en cómo la sociedad ha venido adoptando estos medios y la forma en cómo interactúan con los mismos.

En el libro *Palabras en juego* el autor Alain Ambrosi (2005) hace un análisis sobre el rol que juegan los medios de comunicación actualmente exponiendo lo siguiente “Hoy consideramos los medios de comunicación como mecanismos que permiten la diseminación masiva de información facilitando la construcción de consensos sociales, la construcción del discurso público y ciertos niveles de interacción de los nuevos medios independientes, alternativos y comunitarios” (Ambrosi, 2005:32).

Aunado a lo anterior se puede destacar que los medios son hoy en día más que un intermediario entre las personas y lo que acontece en la sociedad, ya que es a través de los medios como la sociedad se informa, ya sea por televisión, radio, prensa, etc.

Desde la aparición de Internet a principios de los 80's ha venido a revolucionar al mundo en lo que respecta a la información y la manera de comunicarse entre la sociedad y es que gracias a el se puede tener acceso a un mundo de información, por algo es llamada “La red de redes” o “La autopista de la información” ya que es muy amplia la gama de opciones que ofrece para los más de 1.730 millones de internautas que navegan en la web diariamente alrededor del mundo (Alp, 2010).

Internet es a la vez una oportunidad de difusión mundial, un mecanismo de propagación de la información y un medio de comunicación entre los individuos independientemente de su situación geográfica.

El Internet ha venido evolucionando la manera de comunicarse entre la ciudadanía debido a la creación de varias páginas que permiten interactuar con otras personas a través de salas de chat, blogs, etc. pero sobre todo desde la aparición de las redes sociales han acaparado a los internautas en los últimos tiempos.

En las jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector en la Universidad Di Tella de Buenos Aires Argentina, nombraron a las redes sociales como “Formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar los recursos” (Arugete, 2001).

En el año 2003 surgieron las primeras redes sociales como Friendster, Tribe y My space acaparando el interés de las personas que en ese entonces navegaban por la red ya que podían conocer personas de otras partes del mundo y así poco a poco se fueron perfeccionando.

En el año 2004 un alumno de la Universidad de Harvard Mark Zuckerberg creó una red social llamada Facebook, originalmente era un sitio para los estudiantes de esa institución, donde a través de la misma podían ver fotos de estudiantes de toda la comunidad estudiantil además de mantenerse al tanto sobre las actividades que la Universidad llevaba a cabo.

En el año 2006 debido a la demanda de la misma fue expuesta a todo aquel que quisiera formar parte de Facebook y así poco a poco se empezó a popularizar llegando a ser actualmente la red social más importante del mundo con más de 800 millones de usuarios activos en todo el mundo según el último reporte de la agencia EFE.

Al ser Facebook una red social muy concurrida pretendemos conocer mediante esta investigación los diferentes usos que le otorgan los jóvenes a este sitio web, así como las satisfacciones que les provocan a los usuarios el estar navegando por esta red.

Cada red social cuenta con una peculiaridad y Facebook no es la excepción ya que cuenta con diversas aplicaciones de todo tipo, a lo que se quiere llegar a conocer por medio de esta investigación que aplicaciones son sus favoritas y por último por qué prefieren utilizar esta red social y no otra.

➤ **Objetivos**

Para el desarrollo de esta investigación se tenía como base alcanzar los siguientes objetivos:

Objetivo general:

- Descubrir el uso que le dan los jóvenes de 18 a 24 años de la Universidad Vasco de Quiroga al Facebook.

Objetivos particulares:

- Conocer las satisfacciones que provoca en los usuarios el estar en Facebook.
- Comprender el por qué los jóvenes utilizan esta red social.
- Determinar la frecuencia de uso por parte de los usuarios en Facebook.

- Conocer si utilizan alguna aplicación con las que cuenta Facebook y descubrir ¿Cuáles son sus favoritas?
- Descubrir el por qué consideran los jóvenes que Facebook tenga tanto impacto hoy en día.

➤ **Supuesto de investigación**

El uso que le dan al Facebook los jóvenes de 18 a 24 años de edad de la Universidad Vasco de Quiroga, en su mayoría lo utilizan como mera distracción y para estar socializando. Así mismo las sensaciones que conlleva en los usuarios esta red social se centra en el morbo y en el placer a tal grado de convertirse en la página web más utilizada por los jóvenes de dicha Universidad.

➤ **Marco Teórico**

Es importante exponer la teoría que más se adaptó para esta investigación y así poder explicar la relación entre la sociedad y las redes sociales.

La teoría que tomó como eje este reporte de investigación fue la teoría de Usos y Gratificaciones ya que al ser una teoría explicativa puede auxiliar a comprender todo este fenómeno. Como su nombre lo dice, ésta se basa en explicar de qué manera usan las personas todo lo que les rodea y sobre todo las gratificaciones que tienen las mismas para ellos, pues cada individuo selecciona los estímulos a los que quieren responder, atendiendo a causas como sus valores, intereses y funciones sociales. Por tanto, más que ser los medios los que dicen al espectador que ver, son los usuarios de forma activa los que lo deciden, atendiendo a sus necesidades y la gratificación que les proporcionen (Varela, 2000).

La teoría de usos y gratificaciones explica cómo los medios masivos son utilizados para satisfacer las necesidades de su público; trata de entender las motivaciones para el comportamiento mediático e identifica las funciones o consecuencias que surgen a partir de las necesidades, motivaciones y expectativas que desean obtener (Varela, 2000).

El enfoque que utiliza la teoría de usos y gratificaciones parte de la pregunta ¿Qué hacen los medios a las personas? a ¿Qué hacen las personas con los medios? dicha teoría se refiere a que los miembros de la audiencia tienen ciertas necesidades con la capacidad de elegir conscientemente el medio y el contenido que satisfaga dichas necesidades.

El enfoque de la teoría intenta explicar la forma en que las personas utilizan la comunicación para satisfacer sus necesidades y conseguir sus objetivos, esto se apoya en una serie de supuestos explícitos o implícitos. Lundberg y Hulten se refieren a esos supuestos como modelo de usos y gratificaciones (Moragas, 1982):

- 1) Se concibe al público como activo.
- 2) En el proceso de la comunicación masiva, corresponde al público la iniciativa de la gratificación de la necesidad y la elección de los medios.
- 3) Los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades.
- 4) Muchos de los objetivos del uso de los medios masivos pueden derivarse de datos aportados por el público para poder informar sobre su interés y su motivo en casos determinados.
- 5) Los juicios de valor de la comunicación masiva deben quedar en suspenso mientras se exploran las orientaciones del público.

Estrategia Metodológica

El método general empleado en este reporte de investigación fue de tipo cuantitativo, se basa en observaciones cuantificables de tipo estadístico, éste método tiene como fin encontrar patrones de comportamiento y actitudes en la sociedad (Lozano, 2007).

Los métodos cuantitativos se rigen bajo los siguientes parámetros:

- Indagan sobre patrones comunes en determinados grupos sociales.
- Se cercioran que cada una de sus investigaciones tenga validez.
- Se enfocan en examinar ciertas conductas o bien, actitudes generalizadas.

Toda investigación cuantitativa se fundamenta en el paradigma explicativo, ya que emplea información cuantitativa o cuantificable para más adelante poder interpretar el fenómeno que estudia.

El objetivo de este tipo de investigación es el estudiar las propiedades y fenómenos cuantitativos y sus relaciones para establecer, formular, fortalecer y revisar la teoría existente. La investigación cuantitativa desarrolla y emplea modelos matemáticos, teorías e hipótesis (Herrera, 2008).

Cuando el investigador pretende que lo que está estudiando se convierta en una investigación de índole científico tiene que recurrir al método hipotético-deductivo; éste cuenta con varios elementos muy propios como es la observación del elemento estudiado, la elaboración de una hipótesis con el propósito de definir algún fenómeno, la disminución de sus proposiciones en lo que respecta al supuesto de investigación y por último la comprobación.

Este método obliga al científico a combinar la reflexión racional o momento racional (la formación de hipótesis y la deducción) con la observación de la realidad o momento empírico, la observación y la verificación (Gómez, 2008).

Las técnicas e instrumentos empleados a lo largo de la investigación se basaron en la elaboración de una encuesta, entendiéndose ésta como un conjunto de procesos necesarios para obtener información de una población mediante entrevistas a una muestra representativa (Hernández, 2007).

La propuesta que se realizó tenía como base primeramente el segmentar un público, ya que estuvieran seccionados, se formuló una encuesta donde a través de la misma se logró recolectar datos que fueron de ayuda para las preguntas de investigación y así poder conocer el uso que le dan los jóvenes al Facebook, conocer las satisfacciones que les provocaba el ser parte de esta red social.

La encuesta se aplicó a estudiantes de un rango entre 18 a 24 años de edad ya que es ese el parámetro que se manejó en la investigación.

La cédula de encuesta contenía las siguientes preguntas:

Semestre _____

No. de encuesta _____

1. ¿Tienes una cuenta en Facebook?

1) Sí

2) No

Si la respuesta es Sí pase a la pregunta número dos, de lo contrario ya no se contestará los reactivos restantes.

2. Enumera del 1 al 6 el usó más frecuente que le das al Facebook:

- _____ Distracción
- _____ Socializar
- _____ Informarme de lo que acontece
- _____ Conocer amigos
- _____ Buscar una relación sentimental
- _____ Entretenimiento

3.¿Qué satisfacción te genera el estar en Facebook? Puedes elegir dos opciones como máximo.

- 1) Tranquilidad
- 2) Placer
- 3) Nervios
- 4) Incertidumbre
- 5) Morbo
- 6) Intriga
- 7) Nada

4.¿Por qué usas más Facebook y no otras redes sociales? Puedes elegir dos opciones como máximo.

- 1) Moda
- 2) Aplicaciones que tiene
- 3) No se usan las demás
- 4) No me gustan las otras
- 5) Porque la mayoría de mis amigos cuentan con facebook
- 6) Por integrarme a círculos sociales

5. ¿Cuanto tiempo pasas navegando en Facebook diariamente?

- 1) Menos de una hora
- 2) De una hora a tres
- 3) Cuatro horas
- 4) Más de cuatro horas

6. ¿Qué usos más frecuentes realizas en Facebook? Puedes elegir dos opciones como máximo.

- 1) Ver fotos
- 2) Ver comentarios
- 3) Utilizar alguna aplicación
- 4) Ver videos
- 5) Actualizar tu perfil
- 6) Publicar algo

7. ¿Utilizas alguna aplicación en Facebook?

- 1) Sí
- 2) No

Si tu respuesta fue Sí pasa a la pregunta número ocho, de lo contrario pasa al reactivo nueve.

8. ¿Qué tipo de aplicaciones utilizas? Puedes elegir dos opciones como máximo.

- 1) Juegos
- 2) Test
- 3) Frases
- 4) Me gusta
- 5) Consejos

9. ¿Por qué consideras que Facebook ha tenido tanto impacto entre los jóvenes? Puedes elegir dos opciones como máximo.

- 1) Porque tiene aplicaciones únicas
- 2) Porque a través de facebook estas en comunicación constante con tus amigos
- 3) Porque con esta red te enteras de muchos chismes de tus amigos
- 4) Por ocio

Tras haber expuesto lo anterior, este reporte de investigación, se centró en capítulos teóricos fundamentados en la sociedad de la información y el conocimiento, pues al tener como base la interacción de las masas con las redes sociales de hoy en día, fue de suma importancia el revisar y citar a varios autores que investigan sobre ese tema y el quehacer diario que ejercen en la vida cotidiana de la misma sociedad.

El apartado teórico que rigió esta investigación fue meramente apegado a temas relacionados con el objeto de estudio, los cuales de una u otra forma ayudaron a comprender el esquema de comunicación de las sociedades actuales y su comportamiento frente a los medios de comunicación y más aún con respecto a las redes sociales.

I SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO

En pleno siglo XXI la sociedad ha sido testigo de la transformación de las tecnologías de la información y conocimiento, ya que ha sido partícipe de los pasos agigantados de la innovación de las mismas. El Internet ha sido el fenómeno que ha marcado la pauta en los últimos años y es que gracias a éste se han creado infinidad de espacios públicos que ayudan o favorecen la adquisición de conocimientos, por otra parte, se corre el riesgo de que con el continuo uso de Internet vaya disminuyendo el frecuentar otros medios de comunicación como la televisión, prensa escrita y sobre todo los libros.

El rol que desempeña la sociedad del conocimiento y la información entre la sociedad es muy importante, ya que en primera instancia favorecen el desarrollo de un país generando con esto que su educación, economía, política, valores, ética entre otras cosas se eleven en rangos positivos y benéficos para la sociedad.

Un punto que no se debe dejar de lado es que si bien las sociedades del conocimiento como su propio nombre lo dice genera aprendizaje y conocimientos a la humanidad debemos asegurar que los mismos lleguen a cada rincón del mundo y no esté compartido a unos cuantos sino que sea accesible a cada persona que requiera de ellos, ya que es evidente que la información sólo puede ser utilizada para ciertas personas, las cuales gozan de países desarrollados sustentables económicamente, siendo esto lo que se debe cuestionar: si en verdad podríamos hablar de que todo el mundo está siendo partícipe de la sociedad de la información y conocimiento.

Los desafíos que plantea la sociedad de la información y conocimiento son bastantes, comenzando con las limitaciones geográficas que imposibilitan la equidad de conocimiento de un país y otro, pues en la actualidad hay países que privan a sus habitantes el acceso a libros, otros más, incluso el acceso a Internet por poner sólo unos ejemplos trayendo por consecuencia que la sociedad no esté en una equidad en cuanto desarrollo de conocimientos se refiere.

Todo ese cúmulo de información y conocimiento que se han generado a lo largo de cientos de años no será verdaderamente aprovechable y benéfico sino hasta que se logre una igualdad de oportunidades en cada ciudadano que habita el planeta, hasta el día en que cualquier persona tenga el derecho de ir a la escuela, de aprender, de ser educada, de tener acceso a la información y de decir lo que piensa sin miedo a represalias podríamos decir que la información ha logrado su fin último.

El Internet es el avance tecnológico más importantes de los últimos tiempos y el más eficaz en cuanto a inmediatez de información y conocimiento se refiere, pero ¿Qué pasa cuando no se tiene acceso al mismo? es en este punto donde se puede decir que la sociedad de la información y conocimiento no se aplica por igual, pues basta ver que hay países que desconocen que existe este fenómeno llamando Internet y otros cuantos sólo tienen acceso restringido, por lo tanto, la información es desigual pues no todas las personas tienen acceso a la misma.

La libertad de expresión es un punto clave para la sociedad de la información y conocimiento pero desgraciadamente muchas veces esa libertad se mutila para favorecer a unos cuantos y es ahí donde se estanca y no sale a la luz y así podemos decir que sin libertad de expresión no hay una sociedad de información.

Se sabe que en muchas ocasiones la información es truncada, obstaculizada o peor aún es censurada, acarreado con esto que la sociedad en muchas ocasiones no conozca la verdad sino información tergiversada que haya sido manipulada por intereses ya sea personales o ideológicos.

Si se habla de la sociedad de la información y conocimiento como una generalidad se estaría hablando de algo erróneo, pues en pleno siglo XXI sólo el 11% de la población mundial cuenta con acceso a Internet, conduciendo con esto que el 89% que no tiene posibilidad de ingresar a la red de redes está en gran desventaja pues el desarrollo tecnológico de esos países se ve obstaculizado y por ende el conocimiento se limita en gran medida entre esa sociedad (UNESCO, 2005).

La brecha tecnológica actualmente parece estar más lejana de lo que parece pues hay países en donde ni siquiera se tiene acceso a la información, si queremos llegar a una igualdad en todo el mundo en el ámbito de la información y conocimiento debemos hacer de esa brecha una vereda que permita la reciprocidad de la información y la retroalimentación de la misma y así llegar a una reciprocidad en la información y sobre todo en el conocimiento en todo el mundo.

La información no sirve de nada si no se le da una aplicación, pues eso es el fin de la sociedad de la información y conocimiento donde siempre se debe tener bien en claro que todo el conocimiento aplicado será en mejora del desarrollo de la misma sociedad, como lo refiere la UNESCO “Debe tener como finalidad ir hacia un desarrollo del ser humano basado en los derechos de éste” (UNESCO, 2005: 29)

En la actualidad, la sociedad de la información y conocimiento tiene como base el Internet y más aún las redes sociales, las cuales constituyen todo un fenómeno en la comunicación entre las sociedades de hoy en día, ya que además de vincular a miles y miles de personas constituyen todo un proceso de comunicación propio y veraz.

Los cambios tecnológicos han generado grandes cambios en la manera de comunicarse entre los ciudadanos y hablando específicamente de Facebook, la tecnología ha moldeado a la sociedad de la información y conocimiento una nueva estructura en la forma de comunicarse y relacionarse con las personas por medio de esa red, pues desde el lenguaje empleado hasta la forma en como es utilizado en Facebook nos habla de todo un esquema personalizado exclusivamente para esta red social.

Las redes sociales en la era de la información y conocimiento se caracterizan por su gran diversidad y cantidad, por la multiplicidad de motivaciones e intereses que las articulan y por las diferentes poblaciones que en ellas se aglomeran.

Se puede concretar entonces, que la sociedad de la información y conocimiento se ha venido adaptando a las innovaciones tecnológicas, y asociándolo con nuestro tema de investigación, podríamos definir que Facebook ofrece a la sociedad varias herramientas de comunicación e información a través de actualizaciones de status, fotos, videos, blogging, chat y páginas que compartimos con nuestros amigos que son de nuestro interés.

I.I Comunicación a través de la Web 2.0

Desde la aparición de la Web 2.0 en el 2004, el Internet ha venido revolucionando en sus contenidos, pues desde la aparición de dicha web comenzaron a surgir redes sociales muy conocidas hoy en día como Myspace y Facebook.

Desde el surgimiento de la web 2.0 y más con las diferentes redes sociales existentes en ese entonces, se comenzó a implementar un nuevo tipo de contenidos multimedia, pues en éste, el usuario era partícipe de la misma ya que podía involucrarse de una forma activa en los contenidos que ofrecía cada sitio web.

Si bien la Web 2.0 es un fenómeno que ha venido a revolucionar el Internet y sus contenidos, más ha sido la evolución y cambios que han experimentado la manera de comunicarse entre los individuos de la sociedad, pues desde el surgimiento de dicha red la forma de interactuar entre los usuarios se ha visto muy modificada creando con esto que la sociedad modifique su manera de interactuar con los demás.

Los contenidos que se muestra la World Wide Web son muy dinámicos e interactivos para los usuarios creando con esto que el usuario se enriquezca con la información que otros tantos le brinda, complementando así el contenido y generando una perspectiva más amplia sobre algún tema.

Aunado a ello, el Internet en su etapa más reciente ha logrado grandes avances en lo que se refiere a las redes sociales pues son éstas quienes han mostrado más evolución y aceptación por parte de sus usuarios, seguido por los contenidos.

La Web 2.0 ha tomado gran auge entre la sociedad en estos últimos años pero más han sido los cambios que las personas han experimentado con el constante uso que le otorgan, pues con el uso frecuente de la red se han ido adaptando diferentes formas de comunicarse llegando a diseñar todo un lenguaje de comunicación propio.

Desde el desarrollo de la Web 2.0 la sociedad y los usuarios activos de ésta han experimentado cambios en su conducta y manera de adquirir el conocimiento, como lo menciona Cristobal Cobo Romaní y Hugo Pardo Kuklinski para “Para los padres y educadores (generalmente inmi-grantes digitales) el conocimiento es el poder, por lo contrario, en el emergente mundo liderado por los nativos digitales, el poder está en compartir el conocimiento” (Cobo y Pardo, 2007:50).

Al ofrecer la Web 2.0 una gama de aplicaciones para los cibernautas muy interactivas y dinámicas hace que la comunicación sea más estrecha, con los recursos como la cámara y audio se crea una atmosfera más precisa entre los que interactúan asimilando con esto que la comunicación se torne más interpersonal.

Otra de las cualidades con la que cuenta esta Web es la creación de blogs o nanomedios, siendo éstos, pequeños medios de comunicación los que permite a los cibernautas interactuar con el usuario y compartir puntos de vista, opiniones, etc, convirtiéndose en espacios virtuales donde la retroalimentación es una característica esencial de este tipo de medios.

El documentarse, mantenerse informado, compartir conocimiento y estar en constante actualización son algunas de las ventajas que ofrece la Web 2.0 pero con todo esto la comunicación sufre algunos cambios, pues el respeto, el poco interés hacia los contenidos y el gran bagaje que ofrece esta inmensa red puede hacer que el consumidor manipule la información al encontrarse con un mar de información ante él.

Eriksen aborda una temática sobre información y sociedad postulando que “Aunque se cuenta con grandes posibilidades de comunicación, se vive, se piensa y se escribe en formato beta, un tipo de pensamiento de corto alcance que dificulta distinguir entre conocimiento y ruido” (Eriksen, 2001) y es que al estar frente al monitor el receptor al querer entender el mensaje que se le está ofreciendo muchas veces no logra captarlo con la esencia con el que fue hecho

pues existen factores alternos a el que tergiversan la información o bien al estar bombardeado por un sinfín de información, propaganda, etc, desvía su atención, generando así que el mensaje no sea adquirido tal cual es.

Desde la aparición de Internet la sociedad ha producido cambios que en primer instancia no se tenían contemplados, pues se dice que desde la aparición de la web 2.0 se pasó de la sociedad de la comunicación a la sociedad de la conversación ya que actualmente el cibernauta comparte información de todo tipo, se retroalimenta, y sobre todo la inmediatez que ofrece dicha web agiliza todo lo anterior expuesto.

La red 3G ha permitido que los seres humanos estén en comunicación constante con diversas personas las 24 horas del día, ya sea por medio del msn, Facebook, Twitter, etc, creando así una inmediatez entre el mensaje que manda el emisor al receptor y una retroalimentación muy veraz.

Los usuarios activos de la web 2.0 han generado una nueva forma de comunicación pues la misma web así lo exige, lo que destaca en este ámbito es la manera en cómo ellos perciben dicho lenguaje pues lo que para ellos carece de un sentido para un usuario que poco utiliza la web será algo desconocido.

Se puede afirmar entonces, que la manera de comunicarse de la sociedad actual con respecto a la web 2.0 ha creado en los cibernautas toda una forma peculiar de comunicación pues para empezar la forma en la que se transmite la información y el uso que se le da a ésta ya es un gran cambio.

Sumado a lo anterior, la comunicación en esta era ha cambiado radicalmente, las primeras modificaciones que se pueden constatar es el hecho de que el lenguaje empleado para comunicarse con las otras personas se ha ido adaptando a consecuencia de la web y así poco a poco la sociedad va adquiriendo nuevos modismos, palabras, o simplemente una nueva forma de comunicarse regida por

la misma web 2.0.

Por otra parte, al ofrecer una gama inmensa de aplicaciones en las diferentes páginas de Internet que nos ofrece la Web, ha generado que la comunicación sea más clara y específica pues muchas de estas páginas sólo tienen habilitado un cierto número de caracteres para que el cibernauta comente, opine, etc, logrando con esto que poco a poco el usuario vaya creando textos más concretos y simples.

Muchas veces la comunicación se ve limitada debido a factores como el bajo rendimiento de la banda ancha o la poca conectividad que se tiene en algunos lugares del mundo con la web 2.0, trayendo como consecuencia que la sociedad este un tanto incomunicada o en otros casos totalmente aislada a la misma.

Haciendo referencia al tema de investigación, se puede decir que el hecho de que el internauta navege con una banda ancha con mayor conectividad tiene la posibilidad de tener más y mejor acceso a Internet en todo lo que éste ofrece, a diferencia del usuario que tiene más limitada su disponibilidad a la web a causa de los gigas con los que cuenta, teniendo éste un acercamiento a la web más condicionado.

I.II A diez años del Homo videns

Tras haber publicado Giovanni Sartori en 1997 el libro “Homo videns, la sociedad teledirigida” donde describía la influencia de la televisión en la sociedad moderna y las consecuencias que conlleva en el quehacer diario de las personas, postulaba que “La televisión es una sustitución que modifica sustancialmente la relación entre entender y ver” (Sartori, 1997:40) menciona que anteriormente todo lo que acontecía al entorno de la sociedad se relataba en periódicos, libros y actualmente sólo se muestra, permitiendo con esto que la explicación de lo que se plasma quede limitado a las imágenes que presenta la televisión.

A diez años del homo videns, donde la sociedad está inmerge en un mundo totalmente bombardeado por los avances tecnológicos, por un sinfín de multimedios que ofrecen una extensa información a los seres humanos, se necesita hacer un análisis de lo que está aconteciendo en este momento, en que punto se encuentra la sociedad y que ha pasado con aquel homo videns que postulaba Giovanni Sartori.

Desde la invención del Internet entre la sociedad éste ha tomado gran impacto ya que llegó a transformar la manera de informarse y comunicarse entre las personas y comparando al hombre actual con el que plantea Giovanni Sartori una de las diferencias más notorias es que el televisor es un aparato que muestra imágenes las cuales son captadas por un espectador pasivo que las mira , mientras que el mundo multimedia lo utilizan usuarios activos que reciben y transmiten mensajes constatemente manteniendo una comunicación fluida y veraz.

Actualmente el hombre tiene ante él una infinidad de opciones para informarse, libros, periódicos, televisión, radio, Internet, entre otros tantos, la diferencia está en la manera en cómo funcionan cada uno de ellos, haciendo un comparativo con el hombre pasado y el actual, se puede afirmar que hoy en día que el Internet es un instrumento multiárea ofrece una gama de opciones ya que transmite texto, video,

imagen, abre el diálogo entre los usuarios que buscan interactuar, a diferencia del homo videns que planteaba Sartori que simplemente se limitaba a recibir la información otorgada por el televisor.

Pero no todo es diferencias, también existen algunas similitudes con el homo videns de ayer y hoy, en estos tiempos la sociedad sigue utilizando el televisor en la mayoría de los casos como mero entretenimiento y distracción, igual sucede con el Internet, pues la mayoría de los cibernautas que transitan por la red sólo utilizan esta herramienta moderna como entretenimiento, lo interesante aquí es diferenciar el tipo de entretenimiento que ofrece la televisión respecto al Internet.

Tanto la televisión como el Internet ofrecen contenidos segmentados para determinado tipo de personas pues mientras la televisión cuenta con canales y programación determinada para cierto público, el Internet también, ya que tiene páginas web especializadas para personas que comparten los mismos gustos e intereses y así es como se segmentan los públicos en la web y de igual forma en la televisión.

En este siglo XXI estamos ante una era de información y conocimiento, pues el Internet ofrece una amplia gama de opciones para las personas que buscan generar conocimiento o simplemente informarse. Si bien la televisión desinforma y nos moldea a su antojo como decía Giovanni Sartori, en estos momentos el ser humano tiene las herramientas necesarias para conocer a fondo sobre cierto tema.

Por tanto, en la medida en que Internet es una diversión, un entretenimiento, la televisión resultará vencedora entre los “Perezosos” o las personas cansadas que prefieran el acto de mirar, mientras que Internet triunfará entre los “Activos” los que quieran dialogar y buscar (Sartori, 1997).

Cada vez que entramos a la red se presenta ante nosotros un mundo de posibilidades y el hombre actual tiene la capacidad de observar, comparar, analizar y construir opiniones basadas en múltiples fuentes de información que ofrece el Internet, pues como se sabe, cada sitio web esta conectado a otros tantos permitiendo así profundizar sobre cierto tema o cuestionamiento que tenga el cibernauta.

El Homo videns actual goza estar en comunicación con la sociedad y está informado sobre los acontecimientos de sus círculos sociales, pues con la llegada de las redes sociales la ciudadanía ha adoptado de una forma muy propia las herramientas que ofrecen estas redes como Facebook, que cuenta con mensajería instantánea, videos, fotos e incluso chat.

Al ofrecer un abanico tan amplio en cuanto a comunicación se refiere, las redes sociales y en específico Facebook cuentan con un esquema de retroalimentación muy específico pues permite que la comunicación sea más fluida y rápida, acarriando con todo esto a implementar entre la sociedad un nuevo lenguaje de comunicación siendo ésta una característica más del Homo videns actual.

El lenguaje empleado por las personas actualmente es muy preciso y concreto debido a que en ciertas páginas web o blogs el espacio para redactar o comentar algo está reducido a cierto número de caracteres generando que las personas sinteticen sus mensajes de comunicación.

El Homo videns actual es muy distinto al que planteaba a finales de los años 90's Giovanni Santori, desde la manera en cómo se comunica hasta su comportamiento ante los medios de comunicación son distintos, lo que es un hecho es que el hombre se ha venido adaptando a las innovaciones tecnológicas y tal parece que lo seguirá haciendo, ya que cada vez son más y más los avances tecnológicos a los que nos enfrentamos y la comunicación conforme pasa el tiempo es más estrecha y personalizada.

I.III Brecha Digital en Latinoamérica

La brecha digital en estos tiempos juega un rol muy importante, y es que se basa en el acceso que se tiene a la tecnología, así como la diferencia socioeconómica entre aquellas comunidades que tienen acceso a Internet y aquellas que no. Así mismo las TIC o Tecnologías de la Información y Comunicación son base clave para que un país goce de un desarrollo sustentable.

La brecha digital se define como la “Separación que existe entre las personas que utilizan las tecnologías de la información y comunicación como una parte rutinaria de su vida diaria y aquellas que no tienen acceso a las mismas y que aunque las tengan no saben cómo utilizarlas” (Santoyo y Martínez, 2003:8).

Las Inversiones que se lleven a cabo referentes a ciencia y tecnología, son pieza clave para que la brecha digital haga su función, en el caso de América latina, la inversión que se le otorga en cuanto al estudio, manejo y adquisición de la tecnología es del 3% a nivel mundial, aunado a ello, Brasil, Cuba y Costa Rica son quienes más invierten en este rubro, no dejando de lado que Argentina es quien cuenta con mayor número de investigadores (Zingoni,2010).

La comisión económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) asegura que en los últimos años se ha incrementado en la conectividad a Internet en los países que conforman América latina, pues Héctor Casanueva, embajador de Chile ante la ALADI, mostró un estudio que refiere lo siguiente “El 80% de los usuarios de Internet está en los países de la OCDE, con una penetración de la red de 30% promedio de la población, contra sólo el 2% en caso de los países en vías de desarrollo. Los países de la ALADI (todo el Mercosur, la Comunidad Andina, Chile, México y Cuba) tienen una penetración del 5% promedio, versus el 50% en el caso de Estados Unidos” (Casanova, 2003).

Existen hoy en día una serie de variables que imposibilitan que la brecha tecnológica se desarrolle más eficazmente y así contribuya a la mejora de América Latina, pues los recursos económicos influyen negativamente en este

aspecto, ya que el alto costo para adquirir un ordenador o cualquier tipo de telecomunicación es muy elevado, y más si a eso se le agrega los costos de los servicios de Internet, teléfono, etc.

Si bien la brecha tecnológica está tomando auge en los países de América Latina se debe de actualizar y preparar a la sociedad para que pueda gozar de los servicios que ofrece y de esa forma aprovecharlas, pero ¿Qué pasa cuando existen variables que obstaculizan la adquisición de las mismas?

La geografía que conforma a toda América Latina es en sí una disyuntiva que declina el buen funcionamiento y manejo de la brecha tecnológica pues al contar con ciudades pobladas de personas y kilómetros más adelante toparse frente a un pueblo en medio del campo, es en sí un factor que obstaculiza la veracidad de la brecha y por ende la desigualdad, pues bien se sabe que los países del norte son los más favorecidos con todos estos servicios pero a diferencia con los del sur, ellos no gozan de fuentes de empleo, de créditos, conduciendo con esto que su contacto y aprovechamiento de las TIC se vea muy delimitado. (UNESCO, 2005: 32)

La brecha digital se gesta por la falta de infraestructura y es que 2.000 millones de personas en todo el mundo no cuentan con el servicio de luz o corriente eléctrica impidiendo con esto el acceso a las nuevas tecnologías y la interacción con las mismas y si a eso se agrega el alto costo de las telecomunicaciones se vuelve más crítica la situación.

El lenguaje es uno de los principales obstáculos a los que se enfrenta América Latina, ya que la sociedad que está en constante uso con la información muchas veces no comprende lo que las páginas en el ciberespacio muestran pues al ser el inglés el idioma universal deja en desventaja a los otros idiomas, limitando el acceso a la información y la adquisición del conocimiento entre la sociedad que habita América Latina.

La banda ancha y el impacto que ésta tiene en la brecha digital es muy significativo, definiendo banda ancha como la capacidad necesaria para poder tener acceso a Internet la cual está vinculada con la velocidad y eficiencia con la que se trabaja en dicha red, se reduce a que es ésta quien proporciona el cúmulo de información que el usuario toma de la red (Santoyo y Martínez, 2003:16).

En el caso de América Latina la banda ancha que transita por la web es de muy baja potencia pues para el año 2001 la capacidad de Internet a nivel mundial era de 300 Gbps, sin embargo, el ancho de la banda que recorre de Estados Unidos hacia América Latina es tan solo de 3 Gbps a diferencia de los países desarrollados como EUA y Europa con 56 Gbps, logrando con esto que la brecha digital en este continente se vea más reducida y escasa en cuanto a TIC e información en la web.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) la pobreza afecta a un 40% de la población en Latinoamérica, de los cuales 177 millones son niños y jóvenes menores de 20 años (Martínez, 2003:19) aunado a ello, es evidente que en los países que envuelven América Latina hablar de brecha tecnológica es más que un tema poco fructífero y provechoso entre la sociedad.

La desigualdad entre la sociedad en la adquisición y manejo de las nuevas tecnologías donde a pesar de que el CEPAL informara que han aumentado en gran medida el flujo en cuanto a la conectividad de Internet y el uso frecuente de las TIC es desalentador el panorama que conlleva todo esto, pues la poca conectividad de los sectores que se localizan aislados de las grandes ciudades carecen de los servicios de la brecha tecnológica, sumando con esto que en verdad existe una desigualdad que retrasa el crecimiento y unanimidad de América Latina con respecto a la Brecha Tecnológica.

La brecha tecnológica se ha venido inmiscuyendo entre la sociedad que radica en América latina, pero aquí es donde se debe cuestionar y saber si realmente las telecomunicaciones que se ofrecen a la multitud son efectivas, o mejor dicho, si la

misma ciudadanía tiene acceso a ellas, pues los servicios de las mismas son elevados y la inmediatez muchas veces no es la más eficaz.

Un estudio que realizó La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) estima que más de 220 millones de habitantes de América Latina y el Caribe viven en pobreza, los cuales, más de 177 millones son niños y jóvenes menores de 20 años (Santoyo y Martínez, 2003:18) y así, no se puede hablar de una brecha digital fructífera y menos respecto a las TIC pues las personas no tienen los recursos suficientes para solventar los gastos que implica o bien, para la adquisición de las mismas.

El manejo de la brecha digital en Latinoamérica está muy segmentada pues sólo unos cuantos tienen acceso a las telecomunicaciones, truncando con ello que los distintos segmentos de la población puedan formar parte de este mundo globalizado, planteando lo anterior, se debe de buscar una paridad entre la sociedad para brindar por igual el acceso universal a las TIC y así las personas sea cual sea su nivel socioeconómico puedan aprovechar estas nuevas tecnologías que ofrece las tecnologías de la información y comunicación. (Zingoni,2010)

El rol de la brecha tecnológica y de las TIC son elementos indispensables para el desarrollo tanto de la sociedad como de la economía, en América Latina se debe trabajar en ello para lograr que la economía, sustentabilidad, infraestructura o la educación, como menciona Serrano Santoyo “La armonización de las TIC y los valores humanos en un desarrollo sostenible conducente a una sociedad más justa y en continuo progreso”(Santoyo y Martínez, 2003:108).

La brecha digital en América Latina aunque está en auge, se debe trabajar en ella ya que favorece al desarrollo en todos los aspectos, llámese político, económico, social, etc, aunque cada vez se está avanzado positivamente en este rubro aun falta mucho por hacer y poder llegar a conformar una sociedad de equidad y paridad en cuanto a las tecnologías de la información y comunicación.

I.IV Hipermedios

La gran evolución de las tecnologías de la información han generado una nueva forma de reinventar la manera en que se muestra la información en los multimedia, pues no sólo se basa en realizar una lectura, sino que además se le agrega video, audio, imágenes, gráficos, etc, generando con esto todo un sistema llamado hipermedios.

Por hipermedialidad de los contenidos se entiende como el “Resultado de la combinación de hipertexto y multimedia, donde hipertexto se entiende como la organización de una base de información en bloques discretos de contenido llamados nodos conectados a través de enlaces ” (Lapiente, 2009).

El término hipertexto fue creado en en los años setenta por el investigador Theodor Nelson, definiéndolo como “Escritura no secuencial” el modelo del hipertexto surgió a partir de que el hombre funciona mediante asociaciones, por ende, al crear texto interactivo donde se desglosen conceptos, videos, o simplemente más texto que facilite la comprensión de lo expuesto, logra la esencia del fin óptimo del hipertexto (Caridad, 2002:10).

La hipermedia permite a los usuarios que la utilizan una mejor interacción con la información presentada, ya que a través de los nodos que se van desprendiendo al estar leyendo algún hipertexto trae consigo en muchos casos audio, texto, imagen video, sonido y base de datos, permitiendo así un mejor entendimiento del texto y una mayor comprensión del mismo ante el usuario.

A la hipermediatividad también contribuyen la utilización de interfaces basadas en sistemas icónicos cuyos signos semejan los objetos representados y que se pueden animar, enlazar y transformar, y que han culminado en el desarrollo de entornos virtuales que integran hipersensorialmente la información (Lapiente, 2009).

Los hipermedios son una serie de herramientas que permiten al usuario utilizar los contenidos que ofrece la red para la administración de la información en el cual los datos son almacenados en una red de nodos conectados por enlaces en donde éstos cuentan con textos, áudios, gráficos, video, entre otros.

Claro está que los hipermedios son actualmente una herramienta de vital importancia pues la sociedad cada vez está más inmerge en los contenidos que ofrecen y la forma dinámica en que los proyectan, creando así que los seres humanos se estén familiarizando con los hipermedios y la variedad de aplicaciones que ofrece (Caridad, 2002).

Al ofrecer los hipermedios la información en “Nodos” genera que el usuario adopte una forma unilineal de contemplar el contenido, sin seguir una estructura a la par, logrando con esto que el aprendizaje y comprensión de lo expuesto quede muy bien asimilado en el usuario.

La cultura de los hipermedios ha venido a transformar la forma de ver los contenidos pues cada vez se hacen con técnicas que captan la atención del usuario por medio de audiovisuales, gráficos, etc. y así el receptor analiza y estipula sus propias conclusiones sobre lo que se le presenta (Delpino, 2007).

Educación en los hipermedios

La utilización de los hipermedios para la educación de la sociedad ha estado jugando un rol importante en los últimos años pues los hipermedios ofrecen grandes alternativas para mejorar la calidad de la misma, pues el uso de estos medios favorece al proceso de aprendizaje en varios aspectos: (Solorzano y Restrepo, 1991:15)

1. Los educadores pueden usar aplicaciones de hipermedios y adicionarles enseñanza, creando así ambientes para capacitación y entrenamiento de estudiantes.

2. Se puede brindar capacitación en el uso y manejo de maquinarias y equipos utilizando esta herramienta integral: videos con explicación y sonido.

3. Los estudiantes que tienen dificultad expresando ideas por escrito pueden ahora tener una nueva manera para comunicarse y una nueva clase de material del cual aprender.

4. Los niños y jóvenes de hoy están acostumbrados a ver televisión, escuchar música y jugar con juegos de computador y por lo tanto pueden encontrar en las aplicaciones hipermedios una forma más completa y atractiva para aprender.

Los hipermedios son muy utilizados en el ámbito de una forma dinámica de aprendizaje, pues ayuda a que ellos mismos diseñen sus instrumentos de trabajo mediante varias herramientas como video y audio y así desarrollar las ideas que ayuden a la comprensión de la información brindada (Caridad, 1992:23).

El tener acceso a los hipermedios en la educación favorece a que el usuario se exponga a diversas formas de comprender un mensaje, permitiéndole que él mismo pueda elegir la opción más viable para poder procesar y comprender el contenido “La primera hipótesis, en la utilización de multimedios, es que múltiples canales sensoriales permiten una mayor y mejor asimilación de contenidos” (Delpino, 2007).

Una segunda hipótesis se basa en la aplicación de los hipermedios exponiendo que su utilización desarrolla en el estudiante que aprenda por sí mismo, pues al estar frente un cúmulo de información él decide como quiere y desea aprender y así llegar a conclusiones tanto deductivas como inductivas a través de su

racionamiento (Delpino, 2007).

Los hipermedios crean un trabajo en conjunto, ya que al estar los estudiantes conectados en la web pueden retroalimentar el contenido expuesto con información nueva, argumentada, agregar cosas que favorezcan a la comprensión de lo que se muestra, adicionando nuevas ideas al trabajo (Santoyo y Martínez, 2003:16).

Se puede concluir partiendo de que en realidad los hipermedios son hoy en día herramientas de gran utilidad y aprovechamiento para la educación de los seres humanos pues al ser cada día más perfeccionistas las técnicas y procesamiento de inteligencia artificial en base en el desarrollo gráfico proveen a los educadores material interactivo que facilita su labor al momento de compartirlo con los estudiantes y así lograr una formación más amplia y especializada de la sociedad.

II REDES SOCIALES

II.I La sociedad en red

Hablar de redes sociales no es un concepto innovador en pleno siglo XXI, desde la aparición del hombre han existido las redes sociales sólo que a través de los años éstas han venido evolucionando por diversos factores entre ellos el Internet pero no fue hasta que John Barnes utilizó el término “Redes sociales” en su estudio “Class and Committees in a Norwegian Island Parish” (1954) definiendo red como: “Conjunto de puntos unidos por líneas. Los puntos de la imagen son personas o a veces grupos, y las líneas indican que individuos interactúan mutuamente. Podemos pensar claro está, que el conjunto de la vida social genera una red de este tipo” (Barnes, 1998:32).

Las redes sociales a través del tiempo se han estado modificando logrando con ello distintas formas de relacionarse, interacción, comunicación e intencionalidad desarrolladas en el tiempo quien a su vez dependiendo del contexto social, momentos históricos, etc. asumen formas diferentes (Dabas en Covi, 2003:30).

Silvia Navarro define a las redes sociales como “Aquel entretejido formado por las relaciones sociales que, en los diferentes ámbitos de la vida, y con diferente grado de significatividad, vinculan a un sujeto con otro” (Navarro, 2004: 47) donde la red social constituye la base de cada persona contribuyendo a su propio reconocimiento como individuo.

Con la aparición de Internet en los años 80’s trajo consigo toda una revolución mundial, donde poco a poco las personas fueron adentrándose en dicha red para explorarla y conocer lo que ofrecía y donde el mismo Internet se perfeccionaba más y más ofreciendo un abanico de actividades que podían realizar los cibernautas.

Los orígenes históricos de las redes sociales virtuales se remontan de 1994 a 1995 cuando algunos sitios de Internet fueron añadiendo con las capacidades técnicas de entonces y en ámbitos más bien restringidos, la oportunidad de agregar comentarios en foros, mensajería instantánea y eventualmente listas de amigos y así los sitios de ese entonces empezaron a tener una cierta comunicación con los usuarios que visitaban sus páginas (Marker,2007).

Justo en el año de 1995 Randy Conrads fue el pionero de las redes sociales virtuales mediante la creación del sitio web “Classmates” el cual consistía en brindar la opción de que las personas mantuvieran contacto con amigos y excompañeros de escuela.

“Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones. Un sistema que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos” (Zamora, 2009).

Las redes sociales son una nueva forma de comunicación entre las personas que utilizan el Internet como un medio para compartir información a través de estructuras desarrolladas por empresas particulares.

En las redes sociales de Internet se tiene la opción de interactuar con otras personas aún sin conocerse llegando a incrementarse el círculo social del usuario, cada nuevo integrante que ingresa transforma la red social de alguna u otra manera (Zamora, 2009).

El poder de las redes sociales se encuentra básicamente en que éstas agrupan a personas en segmentos definidos y les da a los usuarios la oportunidad de interactuar con personas no sólo de su círculo social, sino de todo el mundo, logrando con ello, compartir con sus amigos virtuales infinidad de cosas como fotografías, videos, estados de ánimo, etc. (Herrera, 2009).

En los últimos años, la vida diaria de los jóvenes se ha visto envuelta en la fascinación y entretenimiento que representan las diferentes redes sociales en Internet, y es que debido a la innovación que ofrecen en cuanto a nuevas y más dinámicas formas de comunicación e interacción entre la sociedad han tenido un gran impacto estos sitios web.

Funcionan bajo estándares particulares comenzando por la genealogía de las redes sociales y la teoría “Seis grados de separación” la cual fundamenta que todas las personas están conectadas a través de no más de seis personas, teoría propuesta en 1967 por el psicólogo Stanley Milgram de la Universidad de Harvard (Meza, 2009).

El constante cambio y crecimiento de las redes sociales ha convertido a la comunicación en una nueva forma de multimedia, ya que existen videos, fotografías y audio las cuales son herramientas que masifican y potencializan su uso.

Las redes sociales funcionan mediante las suscripciones de personas hacia una red y así pasar a la creación de su perfil, al contrario de otras herramientas de socialización en Internet, como foros o chats, donde se mantiene el anonimato por lo general, en las redes sociales hay que aportar datos reales, ya que el objetivo es que la gente que ya se conoce pueda contactarse y encontrarse en la misma red bajo su nombre real (Bravo, 2008).

Así mismo las redes sociales varían en cuanto a sus aplicaciones dependiendo cual sea, existen unas que incluso limitan a los usuarios en caracteres al publicar algo, otras tantas tienen incluso juegos, test, etc. como es el caso de Facebook.

“Las redes sociales se construyen a partir de gente que conoce gente. Una persona crea un grupo en el que va añadiendo primero a sus amigos y después, cada uno de éstos va invitando a los suyos” (Admin, 2010).

Las redes sociales son la base de las relaciones interpersonales por Internet. Existen cientos de redes sociales de todo tipo, y hasta categorizadas por sus intereses y preferencias, localización geográfica, objetivos, etc.

Hay un importante desarrollo en el sector de las redes sociales, en las que cada una cuenta con diferentes modelos de diseño de página, formas de interactuar, aplicaciones y reglas acerca de su uso y privacidad. En el año 2001 y 2002 surgieron los primeros sitios que impulsaban las redes de amigos.

Actualmente se estima que existen 145 redes sociales en Internet clasificadas, mismas que tienen como finalidad el crear relaciones interpersonales virtuales para compartir información, datos, fotos, etc, pero de esos sitios los que tiene más usuarios básicamente son cinco, Facebook, Twitter, Tuenti, Myspace y Hi5.

Lo que es un hecho es que las redes sociales han venido a revolucionar la forma de comunicación entre la sociedad y más entre los jóvenes, llegándose a convertir en una nueva forma de interacción y comunicación entre amigos y personas de todo el mundo y claro está que el futuro de los sitios sociales seguirá en aumento y evolución constante.

II.II Determinismo tecnológico

La aparición de una nueva tecnología produce cambios en la sociedad de alguna u otra forma en todas sus esferas mental, física y status socio-económico, este fenómeno se observa en toda la historia de la humanidad desde el Homo erectus hasta el Homo sapiens, así ocurrió con las civilizaciones antiguas con la invención de la imprenta, el telégrafo, teléfono, radio, la televisión, los satélites, las computadoras y los nuevos medios como Internet, revelando la evolución del pensamiento humano.

La evolución de la tecnología no es más que la innovación del pensamiento humano, en un esfuerzo por desarrollar formas de superar los obstáculos y así tener una comunicación más activa (Medeiros, 2001).

Durante finales de los años 60's y principios de los 70's el filósofo y crítico de las teorías de la comunicación Marshall McLuhan implementó la teoría del "Determinismo tecnológico" sosteniendo que la tecnología y sobre todo los medios de comunicación forman el pensamiento de los individuos, cómo sienten, sus comportamientos y cómo la misma sociedad se organiza y opera (Choque, 2009).

El determinismo tecnológico trata de explicar los fenómenos sociales e históricos tomando como base los cambios tecnológicos, Robert Park estudioso de la Universidad de Chicago en 1940 señaló que los dispositivos innovadores cambian la estructura y funcionamiento de la sociedad adaptándose a la misma (Park, 1999).

McLuhan afirma que los medios son la esencia de la vida civilizada, que las formas dominantes de los medios dados en la sociedad forman y determinan los sentidos de los humanos y dan la base para la organización social y la vida colectiva (McLuhan, 1998).

Una de las primeras justificaciones analíticas del determinismo tecnológico apareció en 1920-1930 con la teoría del "Impacto de la innovación" de la "Escuela

sociológica de Chicago” Ogburn sostuvo que las innovaciones originaban los cambios en las costumbres y en las instituciones. Señaló también, que el proceso de adaptación de las normas sociales a las innovaciones se desarrolla en lapsos muy variables de tiempo (Katz, 1998).

De acuerdo a varios estudiosos del tema como Marshall McLuhan, Neil Postman y Daniel Chandler consideran a los medios de comunicación como la principal causa de los cambios en la sociedad y postulan que dichos medios son vistos como la condición fundamental para mantener el patrón de organización social (Castells, 1997).

McLuhan afirma que "El mensaje de cualquier medio o tecnología está cambiando la escala, el ritmo y patrón que se introduce en la vida humana" (McLuhan, 1998). Los medios de comunicación afectan en la manera en cómo los individuos actúan e interactúan en lo que responde a los mensajes mediante la modificación de la organización social de la vida cotidiana.

McLuhan parte de un nuevo concepto de medio “El medio es el mensaje” él postula que si únicamente se entiende el mensaje como contenido o información se deja de lado una de las características más importantes de los medios: su poder para modificar el curso y funcionamiento de las relaciones y actividades humanas. El mensaje de un medio es todo cambio que ese medio provoca en las sociedades o culturas (Quilantán, 2006).

Neil insiste en que la utilización de la tecnología depende en gran medida de la estructura de la misma. Las herramientas que se usan para determinar la visión del mundo. "Para un hombre con un lápiz, todo se ve como una lista. Para un hombre con una cámara, todo se ve como un cuadro. Para un hombre con un ordenador, aparecen todos los datos " (Postman, 2009).

Pues sin más preámbulo, se puede afirmar que el determinismo tecnológico y lo que postula como los cambios de conducta, hábitos etc, son evidentes, Broncano reafirma la idea de que la tecnología ha desbancado al mundo físico, social y cultural del plano preponderante de la reflexión humana.

El ser humano se está preocupando por lo artificial y virtual antes que lo real y lo sensible. El hombre es consciente que el horizonte que le rodea se encuentra impregnado de utensilios tecnológicos, incluso hasta de lo que no se puede apreciar como las ondas electromagnéticas por las cuales fluye la información (López, 2008).

El profesor Staudenmaier (1994) postula que la tecnología actúa como motor del cambio social, ya que determina la historia, causa transformaciones sociales, condiciona y moldea conductas, costumbres, creencias y la sociedad tiene que aceptarlas como un mandato dogmático que no puede estar en discusión.

El desarrollo tecnológico se ha convertido en la única forma moderna de producir artefactos útiles y valiosos para las exigencias de la sociedad, además de dominar e incorporar la mayoría de las actividades humanas. Javier Echeverría menciona que el fenómeno social moderno más importante para la humanidad es el desarrollo tecnológico en todas sus manifestaciones (Echeverría, 1998).

Se puede concluir definitivamente que “El determinismo Tecnológico” adjudicado por Marshall McLuhan está comprobado pues desde la invención del desarrollo tecnológico en pleno siglo XXI la sociedad ha estado en constante evolución, pues ha adoptado diferentes formas de conducta y hábitos impuestos por los mismos medios.

En estos tiempos la sociedad no se gestiona sobre la tecnología y lo que causa la misma, simplemente adopta lo que le ofrece y busca el entendimiento de ésta para adaptarse a un mundo globalizado que depende mayoritariamente si no es que

totalmente del determinismo tecnológico y así no quedase rezagada por no formar parte del mundo actual y de las distintas innovaciones que ofrece a la ciudadanía.

Una cosa es segura, que el resultado ha sido que dichas tecnologías emergen como instrumentos transversales a la sociedad, pues penetran y se integran prácticamente en todas las actividades y hoy no es posible prescindir de ellas, puesto que en sí mismas pautan el tiempo, la manera de trabajar, aprender, comunicarse y de gobernar (Echeverría, 1998).

La tecnología en la actualidad, es la generadora de grandes cambios sociales y culturales a los cuales el individuo se ha adaptado en términos generales tanto en las relaciones laborales como familiares. Ya no es posible pensar en el desarrollo humano sin tomar en cuenta a los medios tecnológicos, la tecnología se ha convertido en la única forma moderna de producir las exigencias de la sociedad actual, además de dominar e incorporar en sí la mayoría de las actividades humanas (Sánchez, 2009).

Pero también, no se puede dejar de reconocer que las propias tecnologías son artefactos que determinan a la sociedad. La propuesta del determinismo tecnológico manifiesta que los aspectos técnicos condicionan y modifican las relaciones sociales en el momento en que los usuarios los aceptan como mediadores en su entorno.

II.III Sociología de la producción de mensajes

Las audiencias actualmente están moldeadas en torno a los medios de comunicación y el contenido que ofrecen a la multitud, pues son básicamente ellos los emisores del gran bagaje de mensajes que la sociedad capta a cada momento, Lozano Rendón afirmaba que al ser la empresa la emisora de los mensajes solían deformar o tergiversar la información mostrada, de tal suerte en que el mensaje sea percibido en las audiencias como ellos quieren que la misma sociedad los capté o los interprete (Lozano, 1996).

Dentro del enfoque positivista de las teorías de la comunicación y particularmente con respecto al estudio sobre los emisores, se encuentra el enfoque llamado sociología de la producción de mensajes. De acuerdo con Lozano (1996) el estudio de los procesos de elaboración y selección de noticias evoluciona a un enfoque más completo y amplio, al que se puede denominar sociología de la producción de mensajes (Duarte, 2002).

La teoría de la sociología de la producción de mensajes nace en la década de los setenta, considerando la marcada evolución de los medios y la necesidad de ser analizados, su base central es como lo menciona Lozano Rendón “El estudio de los procesos de elaboración y selección de noticias” (Lozano, 1996:58).

La sociología de la producción de mensajes, estudia básicamente las actitudes personales y orientaciones de los comunicadores o de quienes hacen y preparan la información para un medio a través de ciertas condicionantes.

Los mensajes que reciben las personas son construidos por los medios de comunicación pues el medio no sólo selecciona los mensajes de la realidad y los transmiten tal cual, sino que sus valores profesionales, sus características específicas y políticas moldean el contenido de los mensajes y los hacen reflejar visiones parciales y mediatizadas de la realidad (Frankenberg, 2010).

Para iniciar con un entendimiento completo de los medios de comunicación y su impacto social requiere analizar a fondo los procesos de producción y distribución de los mensajes, pues el contenido y el impacto en la audiencia dependen de lo que haya ocurrido en las diferentes etapas y procedimientos de su elaboración.

Partiendo del supuesto de que los medios son quienes deforman o manipulan la información acorde a sus propios beneficios, ya sean ideológicos, económicos, etc, se pretende en este apartado conocer ¿Cuál es la intención y el impacto de la producción de un mensaje a través de los diferentes medios de comunicación? y así pasar posteriormente a las condicionantes actuales en lo que respecta a las redes sociales.

Este enfoque tiene como finalidad central el estudiar las diversas condicionantes que inciden en la producción de los mensajes en los medios y que determinan que ciertos contenidos se difundan y otros no. La pregunta que se formula ésta perspectiva teórica es ¿Qué factores, desde dentro y desde afuera de las organizaciones de los medios, afectan el contenido de los medios? (Lozano, 1996).

Según McQuail, la investigación relativa a los medios de comunicación vistos como organizaciones comienza a constituirse en tendencia o tradición de estudio, cuando la producción de los mensajes en los diferentes medios deja de apreciarse solamente como el resultado de la creatividad, capacidad, valores personales o formación de los individuos que los elaboran, y cuando se aprecia "El grado en el que los requerimientos de una organización formal del trabajo (una burocracia) se anteponen a las preferencias de los comunicadores que laboran en ella" (McQuail: 1987).

Los medios son instituciones que rodean a la sociedad de hoy en día, afectan la cultura, los hábitos de consumo y políticos donde a su vez, se ven afectados por los cambios con respecto a las creencias de la audiencia, sus gustos, intereses y comportamientos.

Joshua Meyrowitz en su libro *No Sense of Place*, presentó información referente a los efectos que causaba en la sociedad el uso constante de los medios de comunicación, puntualizando que “Los padres desconocían lo que sabían sus hijos y los hijos desconocían lo que sus padres sabían que ellos sabían, los medios socavan estas diferencias conductuales, porque incluye a niños y adultos en una sola esfera o contexto de información” (Meyrowitz, 1985).

En el libro “El impacto de los medios” de Shirley Biagi postula que los adultos están en contacto con los medios más de la mitad del tiempo que pasan despiertos, a lo largo del día, una persona promedio pasa más horas con los medios que sin ellos, llámese televisión, radio, prensa, Internet, etc, de igual forma al estar en contacto con dichos medios pueden repercutir en la audiencia de alguna u otra forma, a veces influye en la manera de comunicarse con otras personas, en su conducta, su estado de ánimo, genera juicios, entre otras variantes, donde se puede decir que tanto es el impacto de los medios masivos que pueden llegar a manipular o transformar a alguna persona (Biagi, 2006: 3).

Otro punto el cual debe ser abordado desde el impacto de la producción de un mensaje a través de los medios masivos son los estereotipos, los patrones, las etiquetas que se le asignan a algo o alguien, el periodista Walter Lippmann en un apartado de su libro *Public Opinion*, fue quien identificó las tendencias de los medios para hacer generalizaciones sobre otras personas a partir de ideas fijas.

“Cuando hablamos de la mentalidad de un grupo de personas, los estereotipos, los patrones, tienen un papel tan decisivo en construir el mundo mental que responde el carácter nativo...la incapacidad para hacer esta diferencia explica la mentalidad colectiva y la psicología de las razas” (Biagi, 2006: 280).

En lo que respecta a la violencia en los medios de comunicación y el impacto que tienen en la sociedad, en el año de 1982 el *Institute of Mental Health* realizó un estudio sobre la violencia en los mass media concluyendo lo siguiente:

1. Existe una correlación entre la violencia televisada y la conducta agresiva, pero no hay forma de prever quién será afectado ni por qué.
2. Aquellos que ven mucha televisión son más miedosos, menos confiados y más aprehensivos que los que ven poca.
3. Es más probable que los niños que ven programas "Pro sociales" actúen de forma responsable.

En lo que respecta a Internet y en específico a las redes sociales, si bien el Internet ha venido a revolucionar la tecnología, sino también ha tenido un fuerte impacto en las formas de expresión e incluso modifica de manera notoria y con una velocidad increíble uno de los modelos más primitivo de comunicarse el hombre: la escritura.

Así, entre los jóvenes han surgido nuevos modelos de expresión textual con el objetivo de alcanzar una lectura más clara, cómodo y casi intuitiva, logrando así una nueva forma de escritura que consiste en la reducción de palabras o en otros casos en el cambio de consonantes o letras, usualmente son palabras de uso constante que se han aligerado para mayor rapidez en la escritura.

El impacto en cuanto a la forma de producirse un mensaje se ha visto modificado, pues las letras muchas veces se cambian por lo que comúnmente se conoce como "Emoticons" que no son otra cosa más que expresar a través del uso de signos de puntuación para intentar representar los distintos estados de ánimo de la persona que los escribe, de forma muy escueta y entendible por todos independientemente de su idioma. A estos símbolos se les llama "Emoticons" (proviene del inglés Emotional Icons o iconos emocionales) y representan "Emociones gestuales" (IUED, 2002).

III Facebook en alumnos de la Universidad Vasco de Quiroga.

Para el trabajo de campo empleado en este proyecto de investigación se utilizó el método estadístico partiendo de la definición de la estadística como una ciencia que estudia la recolección, análisis e interpretación de datos (Mundarain, 2009).

En lo que respecta al tamaño del universo se obtuvo un total de 1519 alumnos en el sistema semestral y cuatrimestral, dato que arrojó la base de datos de la Universidad Vasco de Quiroga el día 02 de mayo de 2011, el cual fue proporcionado por el Lic. Josué Herrera Maldonado Jefe del Departamento de Control Escolar.

El método estadístico

Al fungir el método estadístico como una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación, donde el manejo de datos tiene por propósito la comprobación, se puede concretar que el método estadístico fue la herramienta ideal para trabajar el objeto de estudio, puesto que la investigación que se desarrolló fue de tipo cuantitativa y donde se tenía como fin a través de dicho método la comprobación de la hipótesis o en cierto punto la refutación de la misma.

¿Por qué utilizar un método estadístico?

Como se abordó en los cinco puntos anteriores se debe en primera instancia definir ¿Por qué se utilizó para el objeto de estudio un método estadístico?

Primeramente se eligió este método con base en la metodología que tiene como base el objeto de estudio pues al ser un método de tipo cuantitativo que se basa en observaciones cuantificables y susceptibles de tratamiento estadístico, buscan detectar tendencias generalizables en el comportamiento y en las actitudes de las

personas, de tal manera que cualquier investigador, siguiendo el mismo método estadístico llegue a los mismos resultados (Lozano, 1996).

Así mismo, partiendo de la pregunta central de esta investigación, se pretendía conocer los usos que le otorgan los jóvenes de 18 a 24 años de edad a la red social Facebook, y como se mencionó en el párrafo anterior, el método estadístico ofrece conocer tendencias comunes de comportamiento, mismas que tenían que ser descubiertas en la investigación y en donde a través de la aplicación de encuestas se logró dar respuesta a la pregunta central y de igual forma a las preguntas particulares.

El objetivo básico de la estadística es hacer inferencia acerca de una población con base a la información contenida en una muestra. Es decir, se pretende conducir a un resultado acerca de una población, por ende, al ser utilizado el método estadístico se logró deducir tomando como referencia los resultados que arrojó el vaciado de datos, los diversos usos que le otorgan al Facebook entre otros aspectos relacionados al comportamiento y manejo de esta red social en los jóvenes.

¿Cómo se utilizó el método estadístico en esta investigación?

Al ser el método estadístico un instrumento de investigación científica apoya el trabajo del investigador desde el planteamiento del problema, la formulación de la hipótesis y el diseño del tamaño de la muestra, así como las técnicas estadísticas para el análisis de los datos obtenidos en el trabajo de campo (Ramírez, 2001).

Otro punto a destacar, es que el método científico encuentra en los métodos estadísticos una herramienta fundamental para alcanzar sus objetivos y como ésta aporta información valiosa a los datos obtenidos de un proceso de investigación cualitativa con el fin de obtener conclusiones más asertivas.

Se puede concluir entonces que el método estadístico fue el instrumento por el cual el objeto de la investigación se llevó a cabo ya que al seguir este método se logró llegar a los resultados óptimos por medio de las cuatro etapas que lo conforman, contribuyendo por ende a la interpretación y explicación del fenómeno social que se estaba estudiando.

El método estadístico se conforma por cuatro etapas:

I. Recolección (medición)

II. Recuento (cómputo)

III. Presentación e interpretación

IV. Conclusiones

Para el mejor entendimiento de cada etapa y la función que ejercieron cada una de éstas en esta investigación, a continuación se desglosa el rol que desempeñaron en lo que respecta al trabajo de campo.

I. Recolección (medición)

En esta etapa se recoge la información cualitativa y cuantitativa señalada en el diseño de la investigación. En vista de que los datos recogidos suelen tener diferentes magnitudes o intensidades en cada elemento observado, a dicha información o datos también se les conoce como variables. Por lo anterior, puede decirse que esta etapa del método estadístico consiste en la medición de las variables.

La recolección o medición puede realizarse de diferentes maneras; a veces ocurre por simple observación y en otras ocasiones se requiere de complejos procedimientos de medición; en algunas ocasiones basta con una sola medición y en otras se requiere una serie de ellas a lo largo de amplios lapsos de tiempo.

La calidad técnica de esta etapa es fundamental ya que de ella depende que se disponga de datos exactos y confiables en los cuales se fundamenten las conclusiones de toda la investigación. (Obregón, 1998: 17)

En lo que respecta a esta etapa aplicada al objeto estudio de la investigación que se llevó a cabo, con el propósito de acatar los parámetros de la muestra, se decidió tomar una recopilación de datos tomando como base la técnica de la encuesta, ya que a través de la misma los resultados que arrojan las encuestas son representativos de determinada población.

Así mismo el tipo de levantamiento que se efectuó al momento de la aplicación de las encuestas fue de tipo personal y los tópicos utilizados en la misma se encasillaban en las conductas, usos y hábitos del encuestado acerca del uso que le otorgaban al Facebook.

Elección de la muestra

En lo que respecta a la selección de la muestra representativa se tomó como base a Jesús Galindo y su libro “Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación” (Galindo, 1998) ya que cabe mencionar que dentro de la teoría del muestreo y probabilidad existen diversos procedimientos para el cálculo de la muestra. A continuación se presenta la formula que se empleó para determinar el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{Npq}{ME^2 + \frac{N-1}{NC^2} + PQ} \quad \Bigg| \quad n = \frac{1500 (.5)(.5)}{(1.96)^2 + \frac{1500 - 1}{(0.05)^2} + 0.25}$$

Tomando a “N” como el tamaño del universo en esta investigación tendría un valor de 1519, dato que surge a partir del resultado total de alumnos universitarios con los que cuenta la Universidad Vasco de Quiroga en su base de datos en sistema semestral y cuatrimestral.

El valor de “p” se genera con base en la probabilidad de ocurrencia de la muestra, asumiendo que el mayor punto de incertidumbre es del 50 por ciento, ésta debe ser expresada como probabilidad (.5) surgiendo así el valor de “q” como (.5)

“Me” significa el margen de error que podría arrojar los resultados de las encuestas, dando así un +/- 5%, expresado en probabilidad como (.05).

Por último “Nc” es el nivel de confianza o exactitud, otorgándole un valor de (1.96)

Tras lo anterior dicho y ya al haber sustituido los valores y despejando la fórmula se llegó a un resultado:

El cálculo del tamaño de la muestra fue de **307** jóvenes a encuestar de la Universidad vasco de Quiroga.

II Recuento (cómputo)

En esta etapa del método estadístico la información recogida es sometida a revisión, clasificación y cómputo numérico.

En términos generales puede decirse que el recuento consiste en la cuantificación de la frecuencia con que aparecen las diversas características medidas en los elementos en estudio.

En este apartado la investigación se enfocó en registrar la información obtenida de los 307 encuestados en una base de datos donde al diseñar una tabla se fue

vaciando una a una cada cédula de encuesta con las respuestas o reactivos que el encuestado contestó.

Después de realizar el vaciado de datos de todas las cédulas se realizó a través de fórmulas de estadística los resultados generales de cada reactivo de la encuesta para dar paso a la presentación de los resultados a través de gráficas que ejemplificaran los resultados.

III Presentación e interpretación

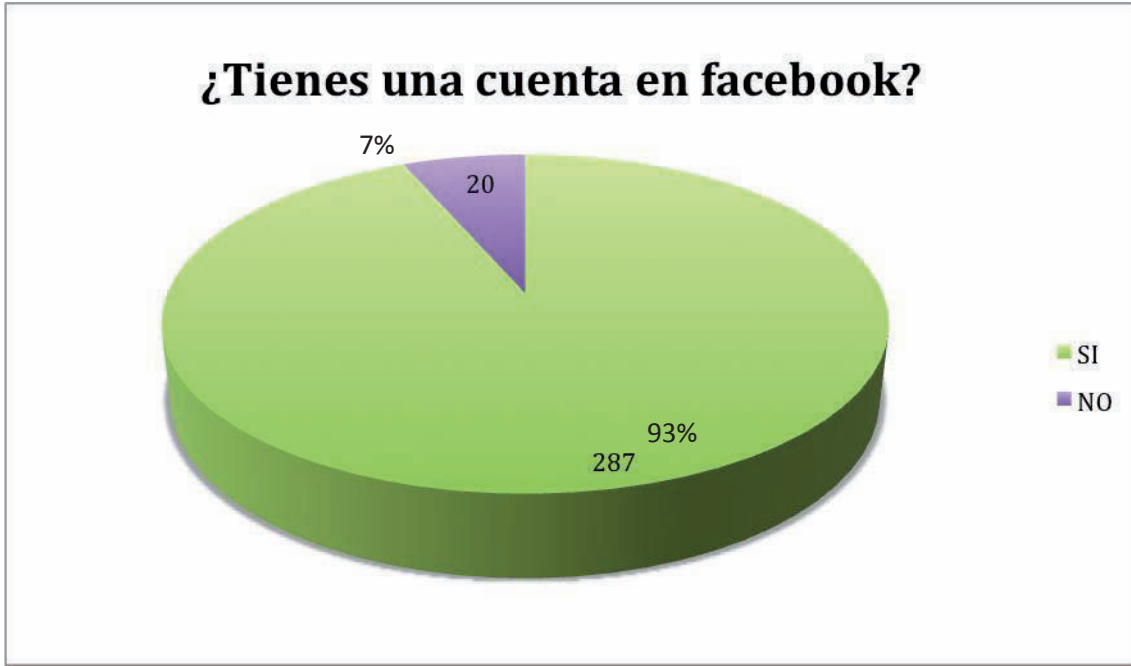
En esta etapa del método estadístico se elaboran los cuadros y los gráficos que permiten una inspección precisa y rápida de los datos.

La elaboración de cuadros, que también suelen llamarse tablas, tiene por propósito acomodar los datos de manera que se pueda efectuar una revisión numérica precisa de los mismos.

Presentar la misma información tanto en un cuadro como en su correspondiente gráfico permite obtener una clara idea de la distribución de las frecuencias de las características estudiadas.

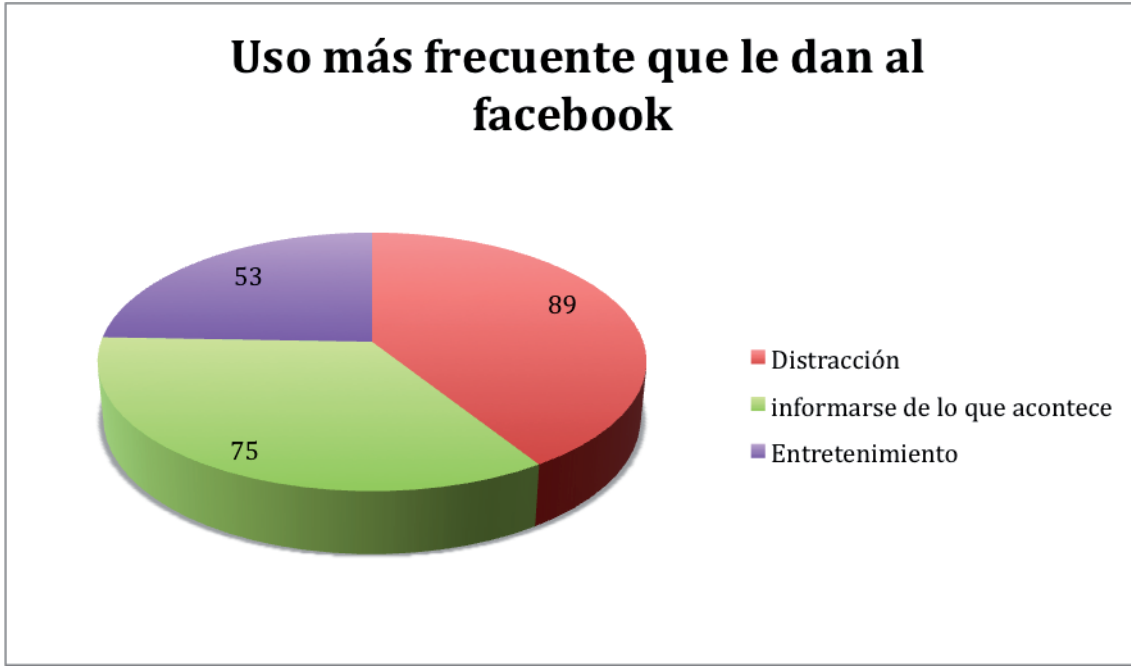
Para la investigación de campo que se realizó, en este caso se optó por mostrar gráficas circulares para representar de forma visual los resultados que arrojaron las encuestas.

Reactivo número uno de la cédula de encuesta:



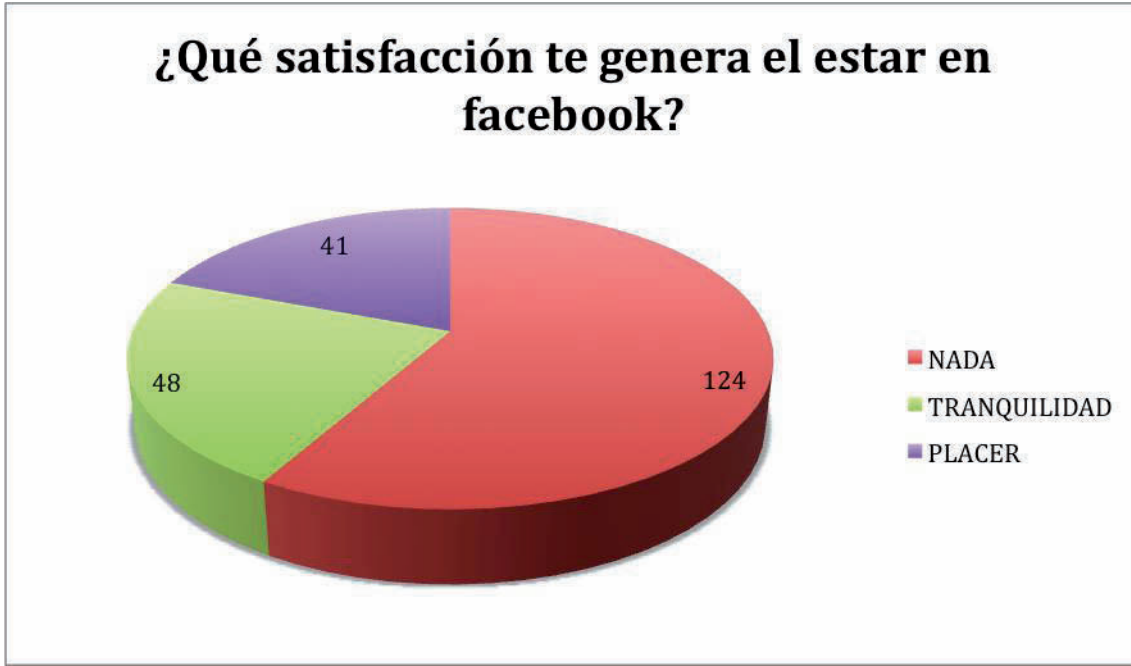
Como se puede observar solamente el 7% de los encuestados no tienen una cuenta en Facebook, lo anterior confirma nuestra hipótesis, dado que nosotros teníamos como supuesto que la mayoría de los alumnos de la UVAQ utilizaban Facebook. Sin embargo el tener una cuenta en Facebook no es una referencia de conocimiento, posteriormente conoceremos los usos que los usuarios le otorgan a esta red social.

Reactivo número dos de la cédula de encuesta:



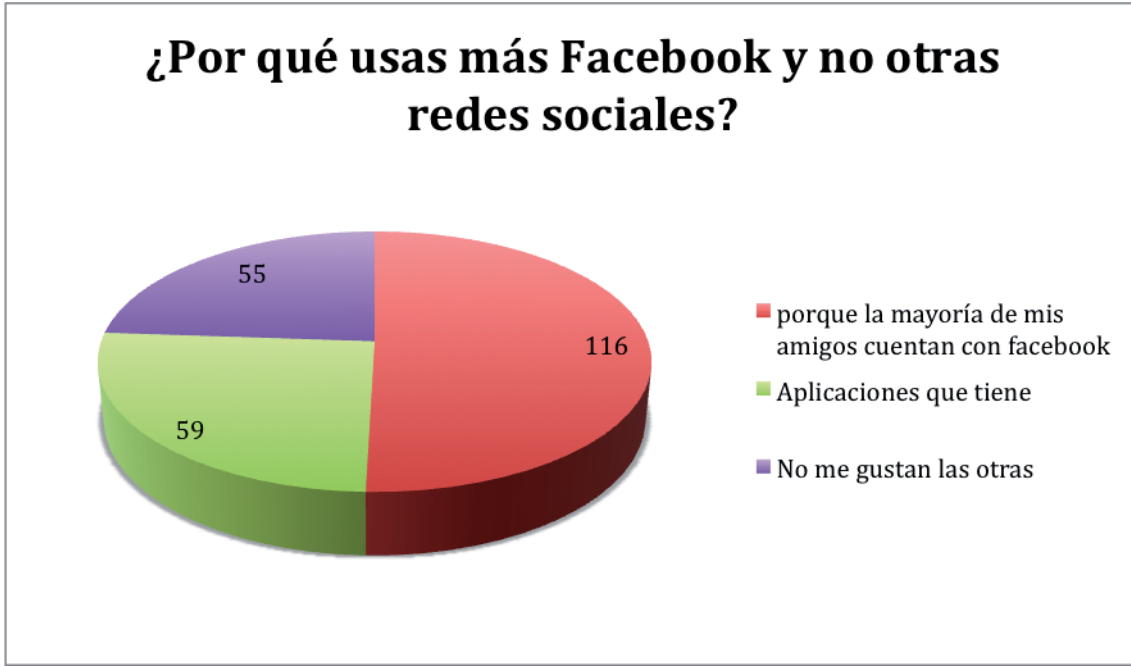
Al vivir en un mundo que nos rodea de información, entretenimiento y sobre todo en una era digital de interconexiones y comunicación, con los resultados del gráfico superior se puede comprobar una vez más nuestra hipótesis pues es evidente que los jóvenes usan el Facebook mayoritariamente como un medio de distracción. Pero refuta un poco con la misma hipótesis, pues los datos arrojaron que utilizan este medio para informarse de lo que acontece,

Reactivo número tres de la cédula de encuesta:



Un total de 124 encuestados se afirma que el estar navegando en Facebook no les produce ninguna satisfacción, dato que refuta tagantemente nuestra hipótesis en cuanto a satisfacciión se refiere, pues se creía que el estar navegando por Facebook producía en los usuarios cierto placer, supuesto que es totalmente erroneo, según los datos arrojados, dando pié a que Facebook si es una red socia muy concurrida y donde también permite a los cibernatas distraerse en ella, pero al estar navegando por la misma no les produce ninguna satisfacción.

Reactivo número cuatro de la cédula de encuesta:



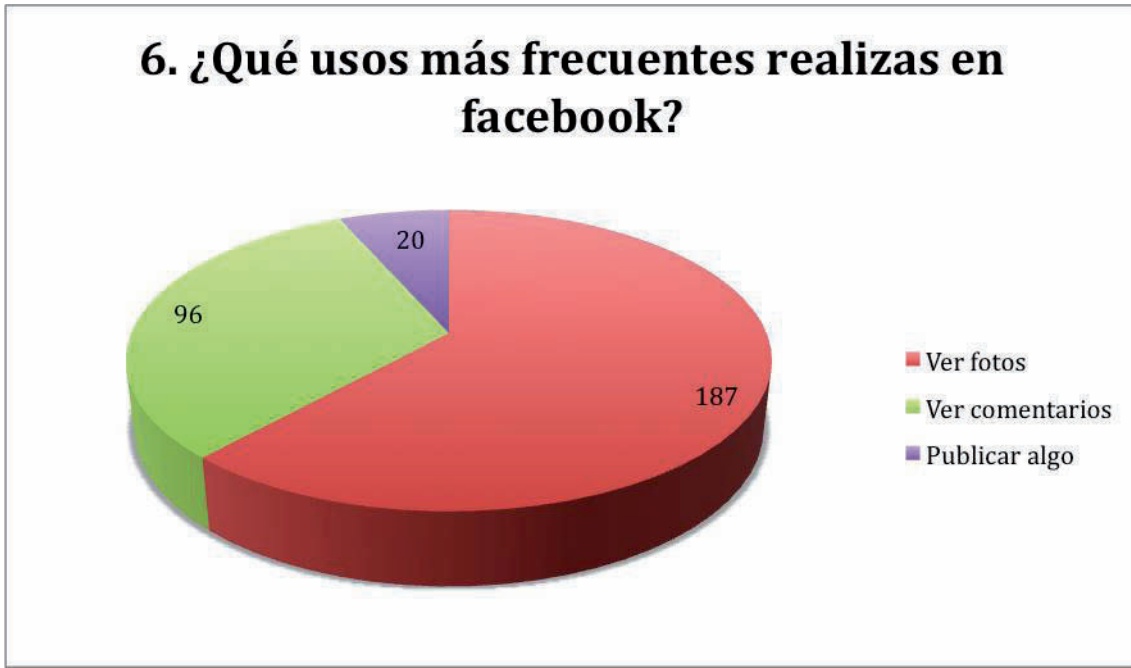
Al usar los jóvenes el Internet y las redes sociales surgió la duda del por qué utilizan Facebook y no otras redes sociales como Twitter, Tuenti , entre otras tantas, pues con la cuantificación de los datos levantados se pudo constatar que de un total de 287 jóvenes que cuentan con Facebook, 116 lo utilizan porque la mayoría de sus amigos cuentan con una cuenta en esa red social, dato que muestra que los jóvenes utilizan esta red porque es de esta forma como pueden estar más en comunicación con sus amigos, pues la mayoría de ellos tienen una cuenta ahí.

Reactivo cinco de la cédula de encuesta:



En un mundo globalizado por la era digital y las técnicas de información y conocimiento se entiende que los jóvenes pasan horas frente a una computadora realizando infinidad de actividades, pues en el caso del tiempo que ellos administran o mejor dicho navegan en esta red social es aproximadamente de una a tres horas diarias, lo interesante aquí no es el tiempo que pasan en Facebook sino las actividades que realizan en ese lapso de tiempo, pues como ya observamos en la gráfica anterior no les produce ninguna satisfacción el estar navegando en Facebook.

Reactivo seis de la cédula de encuesta:



En el reactivo cinco de la encuesta se constató que los jóvenes encuestados navegan de una a tres horas en Facebook, y es en el gráfico superior donde se muestra que el uso más frecuente que realizan en esa red social es ver fotografías, dato que refuerza lo que citaba (Jairo, 2009) pues Facebook es la página popular para subir fotografías con un estimado de 83 millones de imágenes diarias, comprobando así que no es de asombrarse que los usuarios activos de esta red esten constantemente viendo fotografías.

Reactivo siete de la cédula de encuesta:



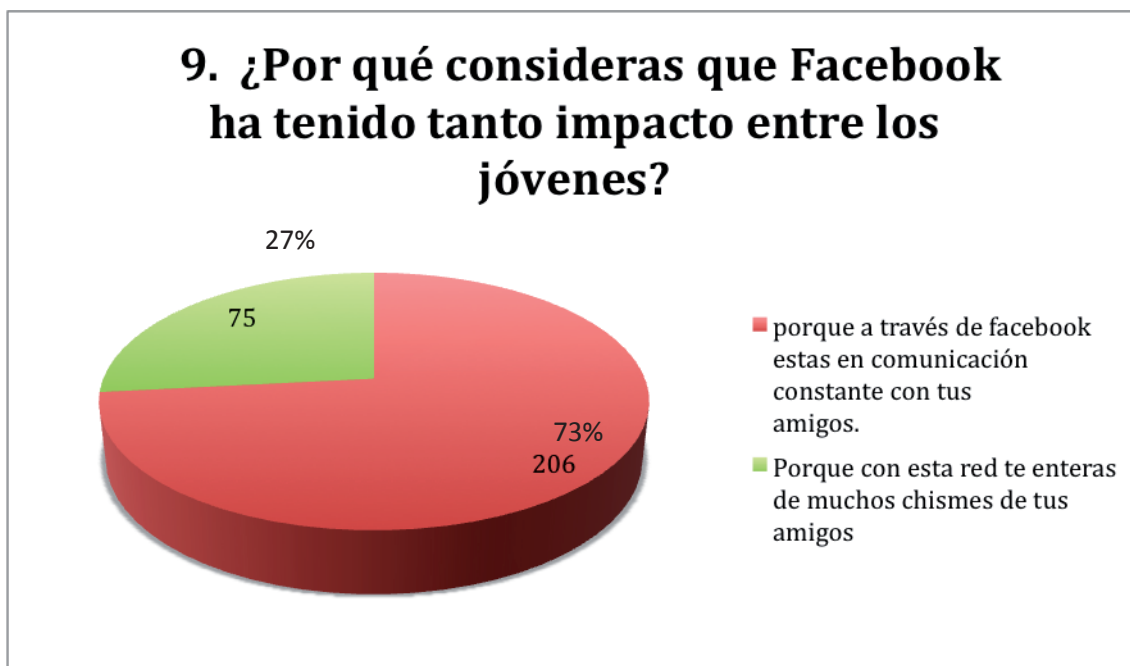
Un 67% del total de la muestra que tiene una cuenta en Facebook utiliza alguna aplicación, dato que denota que además de utilizar esta red como distracción, socializar y ver fotografías los usuarios le otorgan un plus más, la utilización de una de las tantas aplicaciones con las que cuenta Facebook, lo interesante aquí es conocer que actividades son las que frecuenta el cibernauta, donde el gráfico posterior nos dará la respuesta.

Reactivo número ocho de la cédula de encuesta:



Al contar Facebook con aplicaciones de todo tipo, desde juegos hasta consejos para sus usuarios de cualquier tipo, una totalidad de la muestra utiliza como aplicación primordial los juegos. No es de asombrarse los datos que arrojó esta pregunta pues el jugar genera distracción, pues recordemos que la mayoría de los que respondieron esta encuesta señalaban que el estar en Facebook los distraía.

Reactivo nueve de la cédula de encuesta:



Al contar actualmente Facebook con 800 millones de usuarios alrededor del mundo surgió la duda del por qué consideran que dicha red ha tenido tanto impacto entre los jóvenes, donde como se puede constatar en la gráfica de arriba de los 287 encuestados que tienen una cuenta en Facebook el 73% equivalente a 206 encuestados consideran que el impacto que tiene es porque a través de Facebook están en comunicación constantes con sus amigos, mientras que el 27%, expresado por 75 jóvenes coinciden en que el impacto es a causa de que con esta red social se enteran de muchos chismes de sus amigos.

IV. Conclusiones

Conclusiones sobre lo teórico

Después de analizar la información teórica en esta investigación y comparándola con nuestro objeto de estudio se llegó a las siguientes conclusiones:

La sociedad se ha visto envuelta en un cambio radical en lo que respecta a las tecnologías de la información y comunicación se refiere y el impacto que ha provocado en la misma, se pudo concluir que en realidad dichas tecnologías han sido de gran utilidad para las personas que las usan y más si se habla de Internet, pues gracias a éste ha permitido revolucionar a gran escala la forma de comunicación entre todos los individuos.

Así mismo se puede constatar que las tecnologías de información y comunicación han generado como su propio nombre lo dice, abundante aprendizaje entre la sociedad, pues al ser el Internet la red de redes más grande conocida hasta este momento ha permitido que la sociedad esté al tanto de lo que acontece no sólo a su alrededor sino en todo el mundo.

Al surgir la Web 2.0 en el año 2004, el Internet se revolucionó de una forma inmediata pues se empezaron a implementar contenidos para los cibernautas muy sofisticados y que hoy en día son todo un fenómeno “REDES SOCIALES” por ende, se puede decir que la manera de comunicarse entre la sociedad en este momento es muy distinta debido a dicha red, pues desde la manera de transmitir la información y el lenguaje que se utiliza en la misma es muy peculiar y único.

Se puede afirmar que la sociedad ha adoptado una nueva forma de comunicarse, pues se puede constatar que el lenguaje empleado en la red social es muy particular, así mismo se han adquirido nuevos modismos, palabras, guiños, etc, regidos por la misma web 2.0 y en donde el cibernauta se tiene que adaptar a

ellos para poder formar parte de la misma.

La web 2.0 ha educado al cibernauta en cierta forma, pues lo está adaptando a su propio lenguaje, y a su propio esquema de trabajo, logrando con esto que sea la misma red quien tenga el control de los usuarios.

Comparando lo que planteaba Giovanni Sartori en su publicación sobre el Homo Vindens hace más de 10 años con la realidad actual, es evidente que en realidad el hombre moderno tiene que estar bombardeado de imágenes para poder aprender y al mismo tiempo comprender lo que acontece a su alrededor, pues en el caso del Facebook o de los diferentes multimedios se puede decir que se está informando o al menos conociendo algo nuevo que anteriormente le era desconocido.

Con la aparición de los hipermedios, la sociedad adoptó una forma muy novedosa de observar y relacionarse con la información, ya que al tener éstos no sólo texto sino video, fotos, audios, entre otras cosas, sin duda alguna todo eso modificó el comportamiento del ser humano, y en estos tiempos poder apreciar esos cambios es muy notorio.

Los hipermedios son actualmente herramientas de gran utilidad y aprovechamiento para los seres humanos, y es que hablando en específico del Facebook, los usuarios pueden acceder a varias aplicaciones de todo tipo e incluso conocer personas, pero lo más significativo de todo eso es que en realidad son los mismos hipermedios quienes han venido a modificar al ser humano en cuanto a la información y entretenimiento se refiere.

En lo que respecta a las redes sociales se puntualiza que son hoy en día la manera más rápida y eficaz de estar en comunicación con personas de todo el mundo, pero lo que es de admirarse es que siempre han existido sólo que con el pasar de los años éstas han venido innovándose a las exigencias de la sociedad,

debido a la aparición del Internet en los años 80's dichas redes revolucionaron drásticamente pasando a un plano digital donde pueden comunicarse con miembros del ciber espacio de manera inmediata.

Al ser el hombre una persona por naturaleza que comunica, las redes sociales acapararon su atención desde tiempos remotos y ahora que vive en un mundo globalizado, son las personas quienes proveen el flujo de las mismas pues saben que mediante ellas están en constante comunicación y al mismo tiempo se informan de lo que acontece en su círculo social y en el mundo entero.

En lo que respecta a la teoría "Determinismo tecnológico" desarrollada por Marshall McLuhan en los años 70's se resalta que en realidad como él mismo lo manifiesta, los medios de comunicación en conjunto con la tecnología forman la manera de pensar y los comportamientos de cada persona, pues al estar relacionándose con ellos, el individuo se forja con lo que éstos le ofrecen y le muestran adoptando todo ese bagaje que los medios de comunicación le otorgan.

La teoría de "Sociología de la producción de mensajes" como la misma establece, las audiencias se rigen en base a los medios de comunicación y al contenido que les muestran ya que son ellos quien establecen que mensajes quieren mostrarle a la sociedad y de qué forma hacerlo para que asimile el mensaje tal como pretende que lo capte el receptor.

A pesar de que la "Sociología de la producción de mensajes " nace en los años 70's con el fin de analizar los medios, en pleno siglo XXI es evidente que los mensajes que se muestran a la sociedad están tergiversados conforme a intereses propios de una empresa para fines particulares y es la sociedad la que asimila los mensajes de una forma en particular acarriando como consecuencia que el receptor se genere una realidad distorsionada sobre algo o alguien.

Conclusiones sobre el trabajo de campo

En lo que respecta al trabajo de campo y las conclusiones generadas con base en el vaciado de datos de las encuestas a los estudiantes de la Universidad Vasco de Quiroga, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes:

Primeramente se puede partir de la generalidad de que la mayoría de los jóvenes de la UVAQ tienen una cuenta en Facebook pues del total de los alumnos encuestados que fueron 307 solamente 20 estudiantes no tienen cuenta en esa red social, acarreado con esto que en verdad Facebook es una red social que esta presente entre los jóvenes de hoy en día.

En otro punto también resultó que los jóvenes utilizan ésta red social debido a que la mayoría de sus amigos tienen una cuenta en Facebook, dato que nos lleva a la segunda respuesta que tuvo mayor puntaje en el vaciado de datos pues otros tantos usan dicha red social por las diversas aplicaciones con las que cuenta y de igual forma se descubrió que la utilizan porque simplemente no les gustan las demás que existen actualmente.

Facebook es una red social que impone la misma juventud pues crea cierta compenetración con ciertos círculos sociales.

El tiempo aproximado que navegan los jóvenes universitarios de la UVAQ en la red social Facebook es de una a tres horas al día aproximadamente, aunque también cabe señalar que otros tantos pasan menos de una hora, dato que sorprendió al momento de hacer los resultados pues en un mundo globalizado rodeado de la era digital y tecnología es algo extraño que sólo pasen una hora navegando en dicha red.

La investigación arrojó un resultado importante, ya que la gran mayoría de los usuarios de Facebook utilizan alguna aplicación de las diferentes gamas que ofrece esta red social.

Al contar actualmente Facebook con más de 800 millones de usuarios alrededor del mundo surgió la duda del por qué consideran que dicha red ha tenido tanto impacto entre los jóvenes, donde se pudo concluir algo muy interesantes, ya que se comprobó que es a través de Facebook que ellos están en comunicación constante con sus amigos, donde en segundo término señalaban que es porque con esa red social se enteran de muchos chismes de sus amigos.

Facebook es hoy en día la red social más usada por los estudiantes de la Universidad Vasco de Quiroga por la gran variedad de aplicaciones con las que cuenta la misma, que van desde chat hasta juegos y aplicaciones únicas , dándole un plus que posiciona a esta red por encima de las existentes.

Si bien Facebook llegó a revolucionar las redes sociales, los jóvenes también encontraron en esta red un espacio para estar en constante comunicación con sus amigos, pero al mismo tiempo se puede decir que el uso que más le otorgan a la misma es previsualizar fotografías que suben al Facebook los usuarios, y por otro lado otra de sus actividades favoritas es el ver los comentarios de las publicaciones que suscriben los usuarios.

Conclusiones sobre el supuesto de investigación

En lo que respecta al supuesto de investigación que se planteó en un principio se puede decir que se reforzó, pero por otro lado contrastó algunos elementos inmerges en la misma, a continuación se plasma la hipótesis de la investigación:

“El uso que le dan al Facebook los jóvenes de 18 a 24 años de edad de la Universidad Vasco de Quiroga, en su mayoría lo utilizan como mera distracción y para estar socializando. Así mismo las sensaciones que conlleva en los usuarios esta red social se centra en el morbo y en el placer a tal grado de convertirse en la página web más utilizada por los jóvenes de dicha universidad” .

Tras lo anterior expuesto, se puede afirmar ya al haber graficado e interpretado los datos obtenidos tras el levantamiento de las encuestas que el primer supuesto que se planteó se confirmó, pues se llegó a la conclusión de que los jóvenes de la Universidad Vasco de Quiroga utilizan la red social Facebook como un medio de distracción principalmente, aunado a ello, otro punto a favor para la hipótesis fue que también de la misma manera en como los jóvenes utilizan Facebook para distraerse le dan otro uso, el de informarse de lo que acontece en su círculo social.

Por otra parte la hipótesis no coincidió al momento de descubrir o conocer las sensaciones que les produce a los usuarios de Facebook estar navegando en esa red social, pues en el supuesto de investigación se afirmaba que los jóvenes sentían morbo y al mismo tiempo placer estando conectados en Facebook, pero la realidad fue muy distinta a la establecida en la misma.

Primeramente se concluyó que a los usuarios no les produce ninguna sensación el estar navegando por Facebook, dato que contrasta drásticamente lo expuesto en la hipótesis, pero de igual forma no se desfasó en gran forma, pues como

segunda sensación que satisfacen los jóvenes se encuentra el placer y al mismo tiempo se produce en ellos una cierta tranquilidad,

Como último apartado y supuesto que se planteó, se suscribe el hecho de que los jóvenes de la Universidad Vasco de Quiroga y el uso que le otorgan a las aplicaciones que ofrece Facebook, se llegó a suponer que lo que más utilizaban ellos eran los juegos y las frases de Me gusta, se pudo concluir que en efecto, el supuesto estaba en lo correcto, ya que de los jóvenes que utilizan alguna aplicación la mayoría utiliza juegos y posteriormente las frases de Me gusta y en tercer lugar acuden a leer una frase de infinidad de tópicos que van desde música hasta consejos personales.

Conclusiones generales

Se comenzó esta investigación con una inquietud que surgió por parte del investigador acerca de conocer el uso que le otorgan los jóvenes de 18 a 24 años de edad de la Universidad Vasco de Quiroga al Facebook. Tras lo anterior dicho se pasó a la formulación de una hipótesis sobre el uso que ellos, se reunió información teórica y más adelante se recopilaron datos.

Todo el proceso mostrado en el párrafo anterior ha servido para formular un conocimiento con base en los resultados obtenidos en el trabajo de campo que se efectuó.

Al utilizar un proceso metodológico de tipo cuantitativo basado en el levantamiento de encuestas como método estadístico, permitió que la investigación y la pregunta de investigación central y particulares se pudieran contestar a través de la cuantificación y análisis de los datos obtenidos.

La metodología aplicada resultó ser la más óptima para nuestro fin último, ya que en primera instancia hemos obtenido datos que se consideran de gran importancia en el ámbito de la investigación y el quehacer del uso que los jóvenes le otorgan a la red social con mayor auge en estos momentos, Facebook.

Al usar la teoría de usos y gratificaciones para llegar a los objetivos que se plantearon y con los resultados que se obtuvieron, considero que dicha teoría fue la más apta para desarrollar esta investigación y llegar a los fines de la misma.

Las preguntas de investigación que se formularon fueron respondidas en su totalidad a través de las encuestas que se realizaron y en donde se dio respuesta a las mismas, pues de las cuatro preguntas formuladas, se logró dar respuesta al uso que le otorgaban los jóvenes a Facebook, así como las satisfacciones que les generaba el estar en esa red social, las aplicaciones que utilizaban y el por qué

utilizan esta red social.

En lo que respecta a los objetivos de la investigación de igual forma se cumplieron cada uno de ellos mediante el método de la encuesta y la teoría utilizada, pues se logró conocer el uso que le dan al Facebook, comprender el por qué utilizan esa red social, así como determinar la frecuencia con que utilizan esta red y así mismos entender y explicar por qué Facebook ha tenido tanto impacto entre los jóvenes.

Se logró dar respuesta a cada objetivo mediante la aplicación de la encuesta, ya que dentro de la cédula estaban inmerges preguntas que tras hacer el vaciado de datos y contabilizarlos daban respuesta a los objetivos de la investigación.

Cabe mencionar que los datos que se obtuvieron con la base de datos del vaciado de las encuestas sorprendieron mucho, pues al momento del conteo salieron respuestas inesperadas que coinciden con la mayoría de los encuestados contraponiendo hasta cierto punto la hipótesis que se estipuló en un principio.

En algunos casos las respuestas obtenidas no tenían relación alguna con lo que se esperaba obtener, pero aun así eso optimizó el quehacer de la investigación pues como en todo objeto de estudio al manejar un método cuantitativo no se sabe a ciencia cierta los resultados que se obtendrán antes de haberla aplicado.

Así mismo las conclusiones a las que se llegó lograron abrir una mejor perspectiva del uso que le otorgan los jóvenes al Facebook, pues más adelante se concentran resultados muy interesantes que surgieron en esta investigación.

Lo que si es un hecho es que sin duda alguna esta investigación fue muy interesante y está llena de datos interesantes sobre el determinado uso que hacen los jóvenes del Facebook, pues al tener tanto impacto actualmente pudimos constatar que es lo que más se realiza en esa red social así como otros punto que

son de gran interés.

Tras todo lo anterior expuesto se puede concluir que en verdad la red social Facebook es una herramienta que utilizan los jóvenes para estar en constante comunicación con sus amigos, pues es a través de ésta que ellos se relacionan virtualmente con sus personas allegadas.

De igual forma el uso que le otorgan al Facebook es para informarse de los chismes que transitan por la red socialy es que los usuarios de Facebook así como lo utilizan para socializar le otorgan el uso de los dimes y diretes tanto así que pasan a lo largo del día de una a tres horas frente a esta red social.

Por último, concluimos que Facebook es la reina de las redes sociales y el impacto y uso que en los jóvenes ha tenido es de admirarse y tomarse en cuenta pues ellos le otorgan usos específicos a la misma que bien se pudieron constatar en los párrafos anteriores y en donde se puede atestiguar que le otorgan usos que van encaminados a la constante comunicación y socialización con sus amigos.

Referencias de Consulta

Alp (2010) "Cuántas personas navegan en Internet en el mundo" disponible:

<http://www.dyanfield.com/2010/02/cuántas-personas-navegan-en-internet-en.html>

Ambrosi Alain (2005) "Palabras en juego" disponible:

http://www.casanas.com.ar/artsAdj/Palabras_en_juego-221.pdf

Arugete Gustavo (2001) "Jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector en la Universidad Di Tella" disponible:

<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>

Barnes John (1998) "Class and Committees in a Norwegian Island Parish" disponible:

<http://www.soc.unicen.edu.ar/newsletter/nro10/capacitaciones/stanek.htm>

Biagi Shirley (2006) "Impacto de los medios: Introducción a los medios masivos de comunicación" disponible :

[http://books.google.com.mx/books?id=Mjs7Gb5leBgC&pg=PA3&lpg=PA3&dq=Shirley+Biagi+\"El+impacto+de+los+medios\"&source=bl&ots=1sR4BGpKM8&sig=yftNzd0ZKEp710j2KXapyTDP10Y&hl=es&sa=X&ei=Q_Q0T-LxNMrO2wXI_7yOAg&ved=0CDYQ6AEwAw#v=onepage&q=Shirley%20Biagi%20\"El%20impacto%20de%20los%20medios\"&f=false](http://books.google.com.mx/books?id=Mjs7Gb5leBgC&pg=PA3&lpg=PA3&dq=Shirley+Biagi+\)

Bravo Alberto (2008) "Redes sociales: una nueva forma de relacionarte"

disponible:<http://www.hoymujer.com/Especiales/Redes,sociales,nueva,forma,62107,09,2008.html>

Caridad Mercedes (2002) “Una introducción a los sistemas de hipermedios”
disponible:<http://www.ucm.es/BUCM/revistas/byd/11321873/articulos/RGID9292120009A.PDF>

Casanova Héctor (2003) “La brecha digital de América Latina” Chile,
disponible:<http://www.ceo.cl/609/article-37770.html>

Castells Manuel (1997) “La sociedad red” disponible:
<http://es.scribd.com/doc/55952938/Castells-La-Sociedad-Red>

Cobo Romaní Cristobal y Pardo Kuklinski Hugo (2007) “Planeta web 2.0 ”
disponible: <http://es.scribd.com/doc/57598837/Planeta-Web-2-0>

Dabas Elina (2003) “Redes sociales, familia y escuela” disponible:
<http://www.lsf.com.ar/libros/23/REDES-SOCIALES-FAMILIAS-Y-ESCUELAS/>

Delpino Juan Alberto (2007) “Hipermedios y Educación” disponible:
<http://juanalbertodelpino.blogspot.com/2007/10/hipermedios-y-educacin.html>.

De Moragas (1982) “El enfoque de usos y gratificaciones” disponible:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/correa_g_a/capitulo2.pdf

Duarte León Gustavo A. (2002) “Teoría e investigación de la comunicación en América Latina. Situación actual” disponible:
<http://es.scribd.com/doc/28873592/Teorias-e-investigacion-de-La-Comunicacion-en-A-L-Gustavo-Leon-Duarte>

Echeverría Ezponda Javier (1998) “Tercer entorno, telépolis y la vida cotidiana”
disponible:
<http://suse00.su.ehu.es/liburutegia/liburuak/congresos/014/14007011.pdf>.

El-Admin (2010) “La importancia de las redes sociales ” Disponible:
<http://www.tallerdecomputocancun.com/blog/index.php/2010/05/la-importancia-de-las-redes-sociales/>

E. Park Robert (1999) “Comunicación y sociedad” disponible:
http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=327

Eriksen (2001) “Web 2.0 inteligencia colectiva o medios fast food” disponible:
<http://www.materiabiz.com/mbz/2020/nota.vsp?nid=32596>

Frankenberg Lorena (2010) “Comunicación y Sociedad” disponible:
http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=355

Galindo Cáceres Luis Jesús (1998) “Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación” disponible:
http://books.google.com.mx/books?id=5a0Jdv7lp9oC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Giraldo López Luz Estella (2008) “El uso de las tics en los procesos de enseñanza” disponible:
http://www.colombiaaprende.edu.co/html/docentes/1596/articles-172430_archivo.pdf

Gómez A. (2008) “La investigación” disponible en:
<http://soniamorav.wordpress.com/2011/05/>

Hérrnandez Martha Alelú (2007) “Estudio de encuestas” disponible:
http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf

Hernández Ramirez María Elena (1997) “La sociología de la producción de noticias” disponible:
http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/30_1997/209-242.pdf

Herrera José Manuel (2009) "El poder de las redes sociales 2.0"
disponible: <http://www.virket.com/posicionamiento-en-buscadores/el-poder-de-las-redes-sociales-2-0/>

Herrera Júan (2008) "Método cuantitativo" disponible:
<http://juanherrera.files.wordpress.com/2008/11/investigacion-cuantitativa.pdf>

Imaña Tania (2010) "Facebook, tejiendo la telaraña de las redes sociales,
disponible: <http://www.razonypalabra.org.mx/n62/bolivia/timana.html>

Instituto Universitario de Educación a Distancia IUED (2002) "Emoticones"
disponible: http://www.uned.es/iued/guia_actividad/emoticones.htm

Jairo (2009) Los jóvenes y las redes sociales en España, disponible:
<http://www.facebooknoticias.com/2009/10/02/los-jovenes-y-las-redes-sociales-en-espana/>

Katz Claudio (1998) "Determinismo tecnológico y determinismo histórico-social"
disponible: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/907/90711314002.pdf>

Lamarca Lapuente María de Jesús (2009) "Hipermedia y Multimedia" disponible:
<http://www.hipertexto.info/documentos/hipermedia.htm>

Lozano Rendón José Carlos (1996) "Teoría e investigación de la comunicación de masas" disponible:
http://books.google.com.mx/books?id=3RX6zepLH7sC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Marker Graciela (2007) "La historia de las redes sociales" disponible:
<http://www.informatica-hoy.com.ar/redes-sociales/La-historia-de-las-redes-sociales.php>

McLuhan M., y McLuhan, E. (1998). Leyes de los medios. La nueva ciencia. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Alianza Editorial Mexicana.

McQuail Dennis (1987) “De la masa a la perspectivas de la comunicación masiva” disponible:

<http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/mcquail.pdf>

Meyrowitz Joshua (1985) “No sense of place” disponible:

http://instare.com/cms/index.php?option=com_myblog&show=No-Sense-of-Place-The-Impact-of-Electronic-Media-on-Social-Behavior-Joshua-Meyrowitz-.html&Itemid=57

Meza Jesús (2009) “Redes sociales, ¿ Cómo funcionan?” disponible:

<http://www.gestiopolis.com/economia/funcionamiento-de-las-redes-sociales.htm>

Molina Sánchez Ana Sofía (2009) “Uso de las redes sociales en Internet”

disponible: <http://www.scribd.com/doc/19556955/Usos-redes-sociales>

Mundarain Martín (2009) “La estadística” disponible:

<http://www.monografias.com/trabajos60/estadistica/estadistica.shtml>

Navarro Pedreño Silvia (2004) “Redes sociales y construcción comunitaria”

Madrid España: CCS

Neil Postman (2009) “Cinco cosas que necesitamos saber sobre el cambio tecnológico” disponible:

<http://www.diegoleal.org/social/blog/blogs/index.php/2009/04/16/neil-postman-cinco-cosas-que-necesitamos?blog=2>

Nielsen (2010) “El tiempo promedio de los usuarios en las redes sociales.”

Disponible: <http://www.facebooknoticias.com/2010/02/03/82-mas-de-tiempo-en-las-redes-sociales/>

Organización de las Naciones Unidas UNESCO (2005) “Hacia la sociedad del conocimiento ” disponible:

<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf>

Ramirez Luis (2008) “Investigaciones académicas sobre Facebook” disponible:

<http://luisramirez.cl/blog/?p=1288>

Ramírez Ramírez Antonio (2001) “La estadística, instrumento de investigación científica” disponible: <http://portalsej.jalisco.gob.mx/unidades-upn->

[ip/sites/portalsej.jalisco.gob.mx.unidades-upn-](http://sites/portalsej.jalisco.gob.mx/unidades-upn-)

[ip/files/pdf/antonio_ramirez_ramirez.pdf](http://files/pdf/antonio_ramirez_ramirez.pdf)

Sartori Giovanni (1997) “La sociedad teledirigida” disponible:

<http://es.scribd.com/doc/13042160/Giovanni-Sartori-Homo-Videns>

Serrano Santoyo Arturo y Martínez Martínez Evelio (2003) ”La brecha digital: mitos y realidades” disponible:

http://www.labrechadigital.org/labrecha/LaBrechaDigital_MitosyRealidades.pdf

Solórzano Bertha Alicia y Zea Restrepo Claudía María (1991) “Hipermedios y multimedios: hacía su utilización en educación”

disponible:<http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/articles->

[127596_archivo.pdf](http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/articles-127596_archivo.pdf)

Varela J. (2000) “Teoría de usos y gratificaciones” disponible:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/correa_g_a/capitulo2.pdf

Zamora Marcelo (2009) “Redes sociales y educación, comunidades de aprendizaje 2.0” disponible: <http://daluimp.lacoctelera.net/post/2009/07/08/redes-sociales-y->

[educacion-comunidades-aprendizaje-2-0](http://daluimp.lacoctelera.net/post/2009/07/08/redes-sociales-y-educacion-comunidades-aprendizaje-2-0)

Zingoni Claudio (2010) “La brecha digital en Latinoamérica” disponible:

<http://claudiozingoni.blogspot.com/2010/09/la-brecha-digital-en-latinoamerica.html>

