



# **UNIVERSIDAD DE CUENCA**

## **FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

### **CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

LA TEORÍA DE LOS USOS Y GRATIFICACIONES APLICADA A LAS  
REDES SOCIALES: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EN ESTUDIANTES  
DEL COLEGIO DE BACHILLERATO “MACAS”, DE LA CIUDAD DE  
MACAS, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, AÑO 2016.

*Trabajo de Titulación previo a la obtención del  
título de Licenciada en Ciencias de la  
Comunicación Social, mención Periodismo*

#### **Autora:**

Arely Gissela Rivadeneira Campoverde

C.I.1400519250

#### **Director:**

Mgs. Wilson Orlando Gárate Andrade

C.I. 0101937894

**Cuenca - Ecuador**

**2016**



UNIVERSIDAD DE CUENCA

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal el conocer los usos que dan y las gratificaciones que se reciben de las redes sociales los estudiantes del Colegio de Bachillerato Macas, año 2016, ubicado en la ciudad de Macas, provincia de Morona Santiago.

Para lograr este objetivo, se planteó una investigación de tipo descriptiva porque se describieron las características de una situación específica en un tiempo determinado. Fue cuantitativa porque se basó en datos estadísticos expresados en tablas y gráficos numéricos a partir de los resultados obtenidos en la aplicación de encuestas a una muestra de 243 estudiantes adolescentes y 38 docentes de la institución educativa; y, fue de tipo proyectivo porque se planteó una solución ante un problema encontrado, enfocado en usar las redes sociales en el ámbito educativo. La investigación encontró que las redes sociales cumplen una función de entretenimiento y medio de información para que los estudiantes puedan estar al tanto de eventos sociales a los que acuden, para interactuar personalmente con sus amigos y puedan estar al tanto de noticias internacionales y locales; es decir, que las redes sociales no son un sustituto de relaciones interpersonales. En tal sentido, se ha planteado la creación de un Club de Periodismo Escolar Digital como estrategia de aprovechamiento de las redes sociales con fines comunicativos y educativos, puesto, se evidenció que los docentes no están utilizando las tecnologías y redes sociales educativas para su aprendizaje.

**Palabras clave:** comunicación social, comunicación 2.0, redes sociales, usos y gratificaciones, periodismo escolar digital.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

## ABSTRACT

The main objective of present research is to know the uses and rewards that students received from social networks, applied on Macas Highschool located in the Macas city, Morona Santiago province.

To achieve this objective, a descriptive research was applied because the characteristics of a specific situation described in a given time. It was quantitatively because it was based on statistics expressed in tables and numerical graphics from the results of the application of surveys to a sample of 243 adolescent and 38 teachers in the highschool; and was a projective research to solution a problem encountered focused on using social media in education was raised.

The research found that social networks play a role of entertainment and information medium for students to be aware of social events we attend to personally interact with their friends and to keep abreast of international and local news; that is, that social networks are not a substitute for interpersonal relationships. In this regard, it has proposed the creation of a Digital School Journalism Club as a strategy of leveraging social networks for communication and educational purposes, since, it became evident that teachers are not using the technologies and educational social networks for learning.

**Keywords:** social communication, 2.0 communication, social networks, uses and gratifications, digital school journalism.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	1
RESUMEN.....	2
ABSTRACT .....	3
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	4
CLAUSULA DE DERECHOS DE AUTOR .....	6
CLAUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL .....	7
DEDICATORIA .....	8
AGRADECIMIENTO .....	9
INTRODUCCIÓN .....	10
CAPÍTULO I .....	13
ACCESO Y USO DE REDES SOCIALES EN POBLACIÓN ESTUDIANTIL.....	13
1.1. La Teoría de Usos y Gratificaciones .....	13
1.2. La Teoría de Usos y Gratificaciones aplicada a las redes sociales.....	19
1.3. Las redes sociales y su aplicación en la educación.....	26
1.4. El uso de las redes sociales en la población estudiantil: ventajas y desventajas .....	32
CAPÍTULO II .....	39
USO DE LAS REDES SOCIALES EN ADOLESCENTES ESTUDIANTES DEL COLEGIO DE BACHILLERATO MACAS.....	39
2.1. Metodología .....	39
2.1.1. Métodos .....	39
2.1.2. Técnicas.....	39
2.1.3. Instrumentos.....	40
2.1.4. Operacionalización de variables.....	41
2.1.5. Contexto.....	46
2.1.6. Población y muestra.....	46
2.1.7. Procedimiento.....	47
2.2. Presentación y análisis de resultados de los estudiantes .....	48
2.2.1. Información general .....	48
2.2.2. Uso personal de redes sociales.....	51
2.2.3. Uso educativo de redes sociales.....	61



UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.2.4. Gratificaciones .....	68
2.2.5. Necesidades .....	79
2.3. Presentación de resultados de los docentes .....	93
2.4. Discusión de resultados.....	102
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>106</b>
<b>PROPUESTA .....</b>	<b>106</b>
3.1. Título de la propuesta .....	106
3.2. Antecedentes.....	106
3.3. Justificación .....	107
3.4. Objetivos .....	110
3.5. Público objetivo .....	110
3.6. Actividades .....	112
3.7. Plan de acción.....	116
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>120</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>122</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>124</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>129</b>



UNIVERSIDAD DE CUENCA

## CLAUSULA DE DERECHOS DE AUTOR



Universidad de Cuenca  
Clausula de derechos de autor

---

Yo, Arely Gissela Rivadeneira Campoverde autora del Trabajo de Titulación LA TEORÍA DE LOS USOS Y GRATIFICACIONES APLICADA A LAS REDES SOCIALES: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EN ESTUDIANTES DEL COLEGIO DE BACHILLERATO "MACAS", DE LA CIUDAD DE MACAS, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, AÑO 2016, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, el uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autora.

Cuenca, julio de 2016

Arely Gissela Rivadeneira Campoverde

C.I. 1400519250



UNIVERSIDAD DE CUENCA

## CLAUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL



Universidad de Cuenca  
Clausula de propiedad intelectual

---

Yo, Arely Gissela Rivadeneira Campoverde autora del Trabajo de Titulación LA TEORÍA DE LOS USOS Y GRATIFICACIONES APLICADA A LAS REDES SOCIALES: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EN ESTUDIANTES DEL COLEGIO DE BACHILLERATO "MACAS", DE LA CIUDAD DE MACAS, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, AÑO 2016, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, julio de 2016

---

Arely Gissela Rivadeneira Campoverde

C.I. 1400519250



UNIVERSIDAD DE CUENCA

## DEDICATORIA

A:

Dios, primero por darme la vida y ser mi guía y sustento en todo tiempo, a Él le dedico principalmente mi esfuerzo, trabajo y victorias.

Mis padres, por ser mi ejemplo y motivación para luchar por mis sueños, a ellos les dedico este logro en mi preparación profesional, ya que con amor y sabiduría me inculcaron buenos valores y por ellos hoy puedo alcanzar una meta importante en mi vida.

A mi hermano Jhersson, por enseñarme que siempre vale la pena soñar, a él también le dedico mi trabajo ya que con sus palabras y consejos no me permitió desmayar.

A mi compañero de batallas y esposo Daniel, a él por confiar en mí, por apoyarme y acompañarme en los buenos y malos momentos, a él le dedico este trabajo porque supo ser la ayuda que necesité y de su mano hoy puedo disfrutar este día especial en mi carrera profesional.

*Gissela*





UNIVERSIDAD DE CUENCA

## AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer infinitamente a Dios, por haberme dado la oportunidad de hoy culminar una etapa importante en mi preparación profesional, solo a Él sea la Gloria de todos los triunfos que alcance en mi vida; a mi Mamá, por animarme a continuar cuando parecía que iba a desmayar, por sus consejos que me ayudaron a luchar por lo que quiero; a mi Papá, por demostrarme que con esfuerzo y perseverancia todo se puede alcanzar en la vida, por permitirme ver con su ejemplo lo gratificante que es cosechar cuando se ha trabajado duro, a ellos, los mejores padres que Dios me ha dado, les agradezco eternamente.

Agradezco también a mi hermano, por su amor y cuidado hacia mí, por estar siempre pendiente y apoyarme en todo lo que hago; a mi esposo amado, por comprenderme y compartir conmigo los días de alegrías y enojos, por ser la ayuda necesaria para motivarme cada día a ser mejor; a todos ellos gracias por todo, gracias por tanto y perdón por tan poco.

Finalmente, quiero agradecer a dos grandes profesores que estuvieron dispuestos a ofrecerme su apoyo y conocimiento cuando lo solicité, a mis estimados y queridos maestros: Wilson Gárate Andrade y Hugo Guillermo Ríos, a ellos les debo mucho de mis conocimientos y mi gratitud eterna para con ellos.

*Gissela Rivadeneira*



UNIVERSIDAD DE CUENCA

## INTRODUCCIÓN

El incesante avance tecnológico que vivimos en la actualidad ha puesto a disposición de los usuarios, un sinnúmero de aparatos electrónicos y sistemas de comunicación, mejor conocidos como: Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). En medio de este boom tecnológico, sin duda alguna, la estrella principal es la Internet, y con ella, todas las posibilidades de comunicación ilimitada y veloz, como las que brindan las redes sociales, que son medios de interacción electrónica por excelencia que permiten a las personas vincularse virtualmente y compartir diferentes tipos de información y datos a nivel mundial. El Ecuador no ha sido indiferente a este fenómeno, pues de acuerdo con Del Alcazar (2015): “de los 8,5 millones de usuarios de Internet que se reportan en Ecuador, Facebook tiene aproximadamente 8,1 millones de usuarios y Twitter cuenta con alrededor de 2 millones”.

Frente a este elevado uso de los medios de comunicación masivos surgen teorías y conceptos que tratan de explicar la razón de su impacto entre la población, especialmente entre los más jóvenes. Así, según un estudio sobre el uso de tecnologías de la información y la fractura digital entre adultos y adolescentes, realizado por Busquets (2006), se indica que “para los jóvenes, las redes son un espacio de socialización vital y necesario” (p. 6)

Entre las teorías que estudian el trasfondo en el uso de las redes sociales, está la Teoría de Usos y Gratificaciones, la cual plantea que las personas tienen una implicación con los medios y una interacción intensa provocada por un conjunto de necesidades, características psicológicas, contexto social, actitudes y percepciones que van influyendo en el comportamiento que las personas tienen frente a un medio de comunicación. En tal sentido, algunos estudios previos han encontrado que “según la edad, se hace un tipo de uso u otro en las redes, y los comportamientos y objetivos en el momento de formar parte de estas comunidades no son siempre los mismos” (Busquets, 2006, p. 6). De tal modo, Así, la teoría de usos y gratificaciones muestra que los usuarios de los medios son capaces de seleccionar los mensajes para



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

satisfacer algunas de sus necesidades (informativas, de entretenimiento, de relación social, de evasión, etc.).

Teniendo en cuenta la premisa de que el uso de las redes sociales no es una cuestión fortuita, sino que existe una razón, casi siempre desapercibida, por la cual los jóvenes se han vuelto más interesados en utilizarlas; resulta de interés conocer las pautas de uso, para comprender este fenómeno y aplicarlas en el espacio académico para sacar provecho de estas herramientas comunicativas.

En tal sentido, el presente trabajo de investigación tiene por objetivo general conocer el uso que dan y las gratificaciones que reciben de las redes sociales los estudiantes del Colegio de Bachillerato Macas, año 2016. Sus objetivos específicos son: a) Determinar los beneficios de los usos de las redes sociales en poblaciones estudiantiles a través de la fundamentación teórica; b) Diagnosticar el estado actual aplicando la teoría de usos y gratificaciones con relación al uso de redes sociales en los alumnos del colegio de Bachillerato Macas; y, c) Establecer una propuesta de uso educativo a través de la utilización de redes sociales.

Para lograr este objetivo, se ha planteado una investigación de tipo descriptivo y proyectivo porque facilita el conocimiento de la realidad del uso de las redes sociales en estudiantes de bachillerato para tener una visión general de la situación actual y a partir de ella plantear una propuesta de mejoramiento con enfoque educativo y comunicativo. El trabajo metodológico está basado en el uso de técnicas como la revisión bibliográfica, la aplicación de encuestas a una muestra de 243 estudiantes adolescentes y la entrevista a 38 docentes de la institución educativa ubicada en la ciudad de Macas, provincia de Morona Santiago, durante el período lectivo 2015-2016.

El informe final se compone de tres capítulos principales: el primero expone la fundamentación teórico conceptual en torno a la Teoría de Usos y Gratificaciones y las Redes Sociales; el segundo capítulo presenta los resultados de las encuestas y entrevistas aplicadas en la institución educativa



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

para conocer la situación actual en torno al uso, gratificaciones y necesidades que los estudiantes encuentran en las redes sociales, y el tercero presenta el planteamiento de una propuesta de aprovechamiento de las ventajas comunicativas de las redes sociales para crear un club de periodismo escolar digital en el Colegio de Bachillerado “Macas”.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

## CAPÍTULO I

### ACCESO Y USO DE REDES SOCIALES EN POBLACIÓN ESTUDIANTIL

#### 1.1. La Teoría de Usos y Gratificaciones

Hasta mediados del siglo XX, se consideraba que la audiencia era un mercado pasivo y un simple receptor del mensaje que le proporcionaban los medios de comunicación, y estos determinaban la forma de actuar de la audiencia, influyendo en las personas para que consuman lo que se produce. Sin embargo, dice María Dolores Montero (1993) en su libro *La información periodística y su influencia social*; desde la mitad de los años sesenta, la aparición y creciente implantación de la televisión en los hogares a nivel mundial, provocó que los estudios sobre la comunicación, que hasta entonces eran empíricos, se encaminarán hacia la acción para estudiar en la práctica, sobre la influencia de los medios en el público.

El nuevo medio de comunicación (la televisión) atrajo la atención de los investigadores por su capacidad para alcanzar sectores de audiencia cada vez más amplios. Con el tiempo, estos estudios introducirían nuevos elementos en la concepción de los medios masivos de comunicación a nivel global. (pág. 32)

Así, según señala José Lozano (2007) en su libro *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, fueron apareciendo nuevas tendencias e investigaciones que replanteaban la pregunta tradicional respecto al poder y los efectos de los medios de comunicación, cambiándola por un nuevo enfoque: “en vez de preguntar ¿qué hacen los medios con la gente?, los partidarios de este nuevo enfoque propusieron cuestionar ¿qué hace la gente con los medios?” (pág. 118)

En este contexto, las investigaciones de Lozano (2007) evidencian que uno de los primeros trabajos tuvo lugar en Ohio en el año 1940, cuando los sociólogos Paul Lazarsfeld, Harold Laswell y Bernard Berelson y emprendieron una investigación buscando documentar empíricamente, a través de la



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

aplicación de encuestas en panel, la manera en que los medios de comunicación masiva ejercían influencia en los votantes para la selección y apoyo de ciertos candidatos presidenciales, convirtieron dicha investigación en el estudio científico de la comunicación de masas. En primera instancia, este estudio determinó que los medios de comunicación masiva no tenían una influencia decisiva en los votantes, al contrario los votantes eran sustancialmente persuadidos por miembros de sus grupos primarios o de referencias, considerados como líderes de opinión. Sobre esto, Lozano (2007) señala que las investigaciones de Lazarsfeld, Lasswell y Berelson concluyeron que:

El impacto de los medios es, por lo común, muy limitado, debido a que la lealtad al partido elegido y las conexiones sociales interfieren y neutralizan los mensajes de los medios masivos, en los que no se tienen tanta confianza como en la propia familia, los amigos y los compañeros de trabajo. La influencia no va directamente de los medios al individuo, sino que llega a la mayoría de las personas a través de un número pequeño de personas informadas que filtran las noticias para todos los demás (los llamados líderes de opinión). (pág. 28)

De acuerdo con el libro *Audiencia, fenómeno fan y ficción televisiva*, escrito por María Grandio (2009), en 1944 Paul Lazarsfeld realizó otro estudio en el cual preguntó a la audiencia qué pensaba, sentía y apreciaba sobre el uso personal que hacían de los medios de comunicación. Entre las respuestas que encontró, las personas mencionaron que los medios tenían funciones como: proporcionar relajación, estimular la imaginación u ofrecer una base común para las relaciones sociales.

Mientras que, señala Grandio (2009), en 1948 Harold Laswell desarrolló su investigación sobre el consumo de los medios de comunicación, con lo cual se fueron rompiendo aún más los paradigmas de una audiencia receptora y pasiva. Al contrario, se iba demostrando que el consumidor de medios de comunicación era un sujeto participante de la información que recibía y que



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

recurría a los medios para satisfacer diferentes necesidades y con motivaciones específicas.

Con estos resultados obtenidos se puede observar que el uso que los oyentes hacen de los medios de comunicación, está regido por las ideas que su entorno siembre en ellos, es decir, que los mensajes transmitidos por los medios de comunicación influirán en el oyente solo en la medida en que dichos mensajes estén acordes con los criterios de quienes lo rodean, pues son estos últimos quienes realmente tienen la capacidad de persuadir la decisión de la audiencia y dirigir su elección hacia una y otra opción. Por lo tanto, el receptor elige quedarse solo con aquellos mensajes que estén acordes a las preferencias o necesidades que se le han planteado en el círculo social en que se desarrolla.

Más tarde, en el año de 1987, de acuerdo con Edison Otero (2004) en su libro *Teorías de la comunicación*, Elihu Katz, sociólogo estadounidense destacado en la historia de la investigación en comunicación, quien basado en el aporte de Lazarsfeld (1944) con respecto al modelo de usos y gratificaciones de la audiencia, realizó varios trabajos con los que se implantó las grandes tendencias de la investigación en comunicación. En uno de sus trabajos, Katz identificó tres paradigmas contrarios a lo planteado por Lazarsfeld: el institucional, el crítico y el tecnológico:

El paradigma institucional afirma que los medios no son agentes de persuasión sino de información y que sus efectos ocurren al nivel cognitivo y no en el corto plazo. En cuanto al paradigma crítico, se trata evidentemente de la teoría crítica de la sociedad, y el paradigma tecnológico que hace referencia al cambio en la organización de las sociedades. (Otero, 2004, pág. 28)

Con esto, Katz plantea que los medios de comunicación no ejercen mayor influencia en los oyentes, por lo que no están en capacidad de persuadirlos; al contrario el oyente utiliza los medios con un afán informativo, cuyos efectos se



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

observan en el nivel que sus conocimientos se ven enriquecidos por los mensajes transmitidos por los medios de comunicación.

Más adelante, según Otero (2004), en la década de los 90's, Elihu Katz y Daniel Dayan llevaron a cabo un estudio con el fin de poner a prueba es concepción del propio Katz, y contrastarla con otras teorías. De esta manera, analizaron las tendencias de la investigación en comunicación, entre las que, para la época, eran reconocidas cuatro escuelas importantes en el campo de la investigación sobre los efectos que los medios de comunicación tienen en la audiencia: la investigación sobre la persuasión, el paradigma crítico, la investigación sobre usos y gratificaciones, y la teoría tecnológica. Al respecto de los resultados obtenidos, Otero (2004) señala:

La investigación sobre persuasión se refiere a cambios en las cogniciones de los individuos, en el corto plazo, producidos por los mensajes de los medios. El paradigma crítico se refiere a refuerzos en los arreglos de poder en la sociedad, en el largo plazo. En cuanto a usos y gratificaciones, dice relación con refuerzos de las necesidades cognitivas, afectivas e integrativas de los individuos, en sus roles y en el corto plazo. El paradigma tecnológico implica cambio en la organización de las sociedades en el largo plazo. (pág. 28)

Con ello, Katz y Dayan dejaron demostrado que las dos primeras teorías subestiman el poder de la audiencia sobre los medios de comunicación. Mientras tanto, Federico Boni (2008), en su libro *Teorías de los medios de comunicación*, señala la teoría de usos y gratificaciones reconoce que hay necesidades de tipo cognitivo, afectivo, de evasión e integrativo, que la audiencia tiene muy en cuenta al momento de elegir lo que desean escuchar o ver en estos medios:

... las *cognitivas* (adquisición y esfuerzo de los conocimientos), las *estético-afectivas* (mediante la experiencia estética y emotiva), las de *evasión* (entretenimiento y disminución de las tensiones) y las *integradoras*, tanto en el *plano de la personalidad* (concesión de





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

estatus que se deriva de estar al día e informarnos) como en el *plano social* (mediante el esfuerzo de los contactos interpersonales, con la familia, los amigos, etc.). (Boni, 2008, pág. 221)

Posteriormente, según lo señala Gustavo Hernández (2008) en su libro *Aprender a ver televisión en la escuela*; Katz, Blumer y Gurevitch (1985) estudiaron a fondo el modelo de los usos y gratificaciones, demostrando que los usuarios de los medios de comunicación son agentes activos *per se* y tienen la capacidad de seleccionar mensajes que gratifiquen sus necesidades psicológicas, pues con ello alcanzan “la confirmación de sus valores personales a través de personajes y situaciones; son capaces de identificarse y/o proyectarse en las personas valoradas en los medios” (Hernández, 2008, pág. 109). Es por esto, que se atribuye la Teoría de Usos y Gratificaciones a Katz, Blumer y Gurevitch.

Así, estas investigaciones fueron dando relevancia al enfoque de los usos y gratificaciones (formulados originalmente como *uses and gratifications*), la cual tiene como objetivo de estudio la identificación de aquellas gratificaciones o satisfacciones que el público obtiene mediante el uso de los medios de comunicación.

Sobre esto, Katz, Blumer y Gurevitch (1985), citados en el libro *Teorías de la Comunicación: Ámbitos, métodos y perspectivas* de Miguel Alsina (2001), señalan que los postulados de la teoría de los usos y gratificaciones son cinco:

1. Se concibe al público como un grupo activo. El uso de los medios de comunicación por los individuos se supone dirigido a unos objetivos.
2. En el proceso de la comunicación de masas corresponde al miembro del público buena parte de la iniciativa de vincular la gratificación de la necesidad y la elección de los medios.
3. Los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades. Además, las necesidades atendidas por los



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

medios masivos sólo son una parte de las múltiples necesidades humanas.

4. Las personas son suficientemente conscientes como para poder informar sobre sus intereses y motivaciones al hacer uso de los medios de comunicación.
5. Los juicios de valor sobre la significación cultural de la comunicación masiva deben quedar en suspenso mientras se exploran las orientaciones del público. (Alsina, 2001, pág. 130)

De tal manera, se establece que la audiencia tiene implicación con los medios de comunicación, así como una interacción intensa con sus contenidos, dado que la relación está basada en un conjunto de necesidades psicológicas y contextos sociales que influyen en el comportamiento que la audiencia tiene frente a los medios.

Pero, la principal novedad de esta teoría y su aporte a la investigación de los medios de comunicación, es que considera a la audiencia como una entidad fragmentada, es decir, que cada individuo dentro de la audiencia reacciona de manera distinta a un mismo mensaje. Sin embargo, de acuerdo con Guillermo López (2004) en su libro *Comunicación electoral y formación de la opinión pública*, la finalidad de una investigación basada en usos y gratificaciones, no es la de observar esas distintas reacciones (efectos) frente a un mensaje; sino que busca “averiguar los motivos por los que la audiencia ha escuchado unos mensajes, y no otros, en relación a las “gratificaciones” que recibe por consumir unos medios u otros”. (pág. 161)

En tal sentido, se trata de conocer ¿qué es lo que las personas hacen con los medios de comunicación?, ¿por qué y para qué los consumen?, ¿qué uso hacen de ellos? “Se pasa del <<dime qué ves y te diré quién eres>> al <<dime quién eres y te diré qué ves>>” (Boni, 2008, pág. 221)

Aunque, autores como Hernández (2008), critican esta teoría como individualista, mentalista y psicólogo, debido a que deja de lado las



significaciones colectivas de las audiencias, dejando abierta la inquietud de si esas necesidades son genuinamente sentidas por el usuario o por el contrario son creadas por los propios medios de comunicación. Sin embargo, si bien la teoría de los usos y gratificaciones tiene un punto de vista individualista que fragmenta a la audiencia; también hay que tener en cuenta que, en defensa de esta teoría, se recupera el principio de la comunicación con el cual se da un mayor protagonismo al individuo, otorgándole una mayor interacción y devolviéndole ese enfoque como un medio que está al servicio de la comunidad.

De ahí que, el presente tema de investigación ha sido planteado para evaluar el uso que los individuos hacen de los medios de comunicación, con un enfoque actual de las redes sociales, y comprobar si estos medios son satisfactorios de las necesidades del público, o es el público quien se rige a lo que las redes le imponen. Además, es resulta importante estudiar el comportamiento frente a los nuevos medios de comunicación masiva, puesto que podrían presentarse hallazgos que aporten al desarrollo y diseño de contenidos en virtud de las necesidades que presenten los usuarios.

## **1.2. La Teoría de Usos y Gratificaciones aplicada a las redes sociales**

Las redes sociales son prácticamente modernas, pues su aparición tuvo lugar en el siglo XXI, y son medio de interacción digital a través de las cuales se puede compartir información que es transmitida mediante aparatos de nueva generación que conforman lo que comúnmente se conoce como *Tecnologías de las Información y Comunicación* (TIC), como por ejemplo, el ordenador, los teléfonos inteligentes, las tablets, entre otros.

De manera más concreta, de acuerdo con Borja Fernández (2010) en su trabajo *Las redes sociales*, señala que las redes sociales se las define como “sitios web que permiten a los usuarios entrelazarse para poder comunicarse entre sí, con los amigos que se encuentran dentro de su propia red, en la cual pueden intercambiar fotos, videos, mensajes instantáneos, comentarios, etc.” (pág. 7)



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Estas plataformas virtuales de internet se caracterizan por reducir el tiempo de respuesta, acortar distancias, efectivizar la transmisión de datos, y otros muchos beneficios que han revolucionado el uso de las comunicaciones en la actualidad. Entre las redes sociales de mayor uso a nivel mundial, se destacan:

- Facebook: creada el año 2004 por el estadounidense Mark Zuckerberg. Es la más utilizada, y los usuarios se pueden organizar por grupos, unirse en redes concretas en relación a sus intereses y gustos.
- YouTube: creada en 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim. Permite a sus usuarios acceder a una serie de contenidos mediante vídeos.
- Twitter: creada en 2006 por Jack Dorsey. Permite una entrada máxima de 140 caracteres para compartir principalmente noticias.
- Instagram: creada en 2010 por Kevin Systrom y Mike Krieger. Permite a sus usuarios subir fotos, así como ver las fotos de otros perfiles.

A pesar de que algunos de los modelos de comunicación masiva o *mass media* tradicionales aún están vigentes y la gente los sigue utilizando, como la televisión que mantiene una presencia fuerte a pesar del tiempo. Sin embargo, dice Alfonso Vásquez en su libro *Incidencia de la brecha digital en grupos de iguales a partir de la interactividad entre la identidad física y la identidad digital*, es indudable que la proliferación de la comunicación más bien de tipo digital, caracterizada por la conectividad e interactividad virtual, ha generado expectativas y brinda oportunidades de comunicación que anteriormente se consideraban impensables, siendo las más evidentes, la continua y veloz retroalimentación de datos y la multidireccionalidad en la emisión de mensajes que pueden ser enviados/recibidos desde cualquier lugar del mundo.

El efecto Internet que ha transformado las redes sociales en comunidades virtuales, ha revalorizado el concepto y ha puesto en boca de todos de nuevo el término “red social” debido a la presencia



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

masiva de internautas en las redes sociales generadas o soportadas a través de Internet. (Vázquez, 2014, pág. 152)

En este contexto, es evidente que la aparición de la Internet, ha dado lugar a una fuente de comunicación de gran importancia y de gran escala. Este suceso ha captado la atención de investigadores y académicos de diversas áreas, que buscan acercarse más a las nuevas tecnología y estudiar este fenómeno. En tal sentido, varios son los investigadores, como Fátima Martínez (2011) o Beatriz Rivera (2010), quienes pretenden explicar el uso del Internet como medio de comunicación, pero también con un enfoque sociológico para analizar su impacto en los individuos, tomando en cuenta que se trata de un fenómeno sin precedentes y un medio de comunicación con características particulares.

Para llevar a cabo dichas investigaciones, los autores han encontrado necesario el resurgimiento de la aplicación de la Teoría de Usos y Gratificaciones, puesto que “por flexibilidad y enfoque se adecúa de manera natural a las características de los nuevos medios (móviles, Internet, etc.) para proporcionar un marco analítico nuevo” (Rivera, 2010, pág. 12). Sobre esto, Martínez (2011), señala:

... aún podemos refrendar la idea de Katz cuando se refería a que más importante que conocer qué es lo que hacen los medios con las personas, es conocer qué hacen las personas con los medios de comunicación. Esta cita sigue vigente hoy, especialmente, teniendo en cuenta que los medios de comunicación de masas siempre han sido un factor cultural cada vez con mayor incidencia en nuestros comportamientos. (pág. 463)

Así, la teoría de usos y gratificaciones de Katz, Blumer y Gurevitch (1985), ofrece un marco teórico-científico que resulta sólido para estudios sobre las motivaciones de los usuarios cuando se trata de reenviar mensajes virales; pues la teoría afirma que la interacción de los individuos con los medios de comunicación masiva, puede ser explicada en función del uso que le dan a los contenidos. De modo que, recordando a Katz (1959), citado por David



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fernández y Marina Ramos (2015), en su trabajo *Tecnologías de la persuasión, uso de las TIC en publicidad y relaciones públicas*; por más repetitivo que sea el mensaje o que provenga del más potente de los medios, este no puede ejercer influencia en un individuo, si es que ese mensaje no le sirve en el contexto socio-psicológico en que vive el individuo; es decir, si no responde a sus necesidades.

Esta teoría ha sido considerada una de las más influyentes en el estudio de los medios de comunicación masivos, ya que, a diferencia de otros enfoques o teorías, ha permitido comprender mejor qué necesidades cubre el contenido de la comunicación y las gratificaciones aportadas a los públicos de los medios de masas. (Fernández & Ramos, 2015, sp.)

Con los medios de comunicación digitales, a un más que lo que sucede con los medios tradicionales, las personas son quienes determinan el uso que le dan al contenido de la información que se transmite; así, las necesidades del usuario se combinan con las posibilidades que brinda la nueva tecnología, y dan lugar a diversos tipos de gratificaciones con estos medios. De tal manera que, en lugar de concentrarse en la naturaleza de la tecnología, el enfoque de los usos y gratificaciones se fundamenta en la psicología de las personas, sus necesidades diferenciales y las gratificaciones que reciben, para explicar su exposición a tal o cual medio de comunicación digital.

Con respecto a las redes sociales, el estudio sobre *El efecto de las motivaciones y la actitud en la intención de aceptar publicidad a través de la red social* de Rebeca Cordero y Libia Santos (2013), demuestra que hay una nueva motivación de permanencia en la red, y muestran que son el entretenimiento y la sociabilidad los principales motivos que generan una actitud positiva hacia la red social, y esta es un antecedente relevante en la intención de comportamiento de los usuarios ante herramientas comerciales. Este análisis en torno a la noción de los usos y las gratificaciones se respalda con la argumentación de James Katz y Ronald Rice (2006) en su libro *Consecuencias sociales del uso de Internet*: “en casa las personas utilizan las



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

tecnologías de la comunicación como elementos sociales y no como herramientas comerciales o empresariales” (pág. 59)

El estudio de las nuevas formas de comunicación, como el caso de la radio on-line; ha ocasionado que el modelo de los usos y gratificaciones sea tomado en cuenta nuevamente en el campo de la investigación de la comunicación de masas. Algunos de los estudios que se han realizado en torno a esta teoría aplicada a las redes sociales, se resumen a continuación:

Xavier Bringué y Charo Sádaba (2008) en su libro *La Generación interactiva en Iberoamérica*, aplicaron la teoría de los usos y gratificaciones para explicar el uso que se da a los mensajes de texto; encontrando que las personas que utilizan determinado medio de comunicación, están conscientes de su decisión, y hacen uso de esta tecnología porque buscan gratificaciones basadas en sus necesidades.

Por su parte, Antonio Fernández (2014) en sus estudios iniciales planteados en el libro *Interactividad y redes sociales*, encontró que las finalidades con las cuales las personas acceden a los medios de comunicación digital, son claramente indicadores de usos y gratificaciones cognitivas: “el seguimiento de eventos en directo, charlas y ponencias a las que poca gente tiene acceso, el intercambio de opiniones durante un evento o incluso los comentarios sobre películas o debates” (pág. 23).

De acuerdo a Vásquez (2014), es espectacular el aumento continuo de miembros que se suman a las redes sociales, especialmente de los sectores más jóvenes, con lo cual se ponen de manifiesto diversas actitudes frente al uso de estas nuevas tecnologías y la confianza que se pone en ellas, al punto de llegar a compartir toda una vida a través de la red, solo para expresar nuestros gustos y preferencias, así como nuestros momentos de felicidad y/o tristeza: “enlazamos aquellas informaciones que nos interesan y compartimos una amistad que está mucho más allá de la real, está plasmada en la pantalla del ordenador y proporciona otro tipo de gratificaciones, que complementa a la real” (pág. 152).



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Debido al acelerado avance tecnológico, se puede evidenciar que día a día van apareciendo nuevos equipos y plataformas de comunicación, por lo que es inevitable que la audiencia también cambie su manera de consumir los medios. Al respecto, Catherine Cruz (2014), en su investigación de *Análisis de los usos y gratificaciones de facebook entre nativos digitales al seguir a una figura política y el activismo que este genera*; manifiesta que cada vez se vuelve más difícil satisfacer las necesidades del público, razón por la que la web ha evolucionado tan rápido, empezando desde la web 1.0 (plataforma en la que solo se puede mirar o leer, y compartir información solo por correo electrónico), luego la web 2.0 (las personas se contactan por web social mediante subida y descarga de archivos), hasta la web 3.0 (permite la conexión de información en plataformas que proveen herramientas altamente intuitivas) que se utiliza en la actualidad; todo esto en solo aproximadamente 15 años, e incluso ya se habla de la web 4.0 que sería capaz de tomar decisiones, tal como una persona, una especie de inteligencia artificial.

Otra muestra de los usos y gratificaciones aplicada a redes sociales, es la que Dianna De la O señala en su trabajo *Internet y redes sociales*, donde destaca las siguientes características que enmarcan su utilización por parte del público: “proporcionar relajación, estimular la imaginación, generar una “interacción vicaria” con el fin de ofrecer una base común para las relaciones sociales; es decir, la búsqueda de compañía humana real que cubra la soledad del individuo” (pág. 12).

El enfoque de los usos y gratificaciones, no toma como punto de partida a los mensajes, sino que se pone su mira en el consumidor de estos medios y analiza su conducta comunicativa en función de la experiencia que adquieren al hacer uso de estos. Las gratificaciones que proporcionan las redes sociales tienden a superar las expectativas de sus usuarios, puesto que se van formando círculos de amigos de no paran de crecer, con lo cual proporcionan mayor dinamismo, creatividad y entretenimiento que trasciende a la interactividad.





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Para aquellos con relaciones interpersonales satisfactorias, Internet se utilizaba más para buscar información; para los que mantenían unas relaciones interpersonales insatisfactorias o cargadas de ansiedades, Internet se utilizaba como un medio alternativo de interacción social, y tales usuarios sentían una mayor afinidad por Internet. (Katz & Rice, 2006, pág. 60)

Finalmente, un interesante estudio llevado a cabo por Fátima Martínez (2011) sobre *La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales*, determinó que de las redes sociales se desprenden valores fundamentalmente positivos, que seducen a los adolescentes y son satisfactores de las necesidades propias de su edad, entre las que se mencionan:

**Amistad:** Las redes sociales exaltan la amistad, es el objetivo principal de estos medios que están orientados a ampliar los círculos de amigos, y a refrendar los gustos propios y de los amigos a través de “likes” o comentarios (Martínez, 2011).

**Compañía:** Sin duda uno de los factores resultantes más importantes de las redes sociales, ha sido mitigar la soledad mediante estas plataformas con las que somos capaces de transmitir alegría, cariño, etc. Esto es importante especialmente para quienes tienen dificultades para desarrollar habilidades sociales, pues les permite expresarse a través de mensajes de texto e interactuar de forma similar a la vida real (Martínez, 2011).

**Felicidad:** El uso de la red se convierte en un canalizador de sentimientos negativos, permite acceder a fuentes de entretenimiento y diversión; además que se encuentran amigos con quien conversar y compartir los sentimientos (Martínez, 2011).

**Cultura:** Las redes brindan la facilidad de compartir enlaces de diversa índoles (música, fotografías, periódicos, noticias, videos, etc.), que permiten descubrir o ampliar sus conocimientos y acceder a información apegada a su



interés o sus gustos, lo que no siempre sucede con los medios tradicionales (Martínez, 2011).

En tal sentido, esta investigación se propone analizar el uso y las gratificaciones que motivan a los adolescentes de nuestra localidad a conectarse a las redes sociales, y conocer qué buscan, qué los motiva y cómo usan estos medios de comunicación, y por lo tanto, se puedan tomar las diferentes medidas para aprovechar estos medios y llegar a los adolescentes.

### **1.3. Las redes sociales y su aplicación en la educación**

De la misma manera en que se ha visto anteriormente, las personas utilizan las redes sociales con fines relacionados al hogar, los amigos, etc., pero también estas redes tienen un papel dentro del entorno educativo, especialmente si se habla de los usuarios adolescentes y jóvenes. Al respecto, Antonio Franco (2012) en su investigación *La Tecnología y los jóvenes*, señala:

El número de usuarios de internet sobrepasó a los 2.000 millones para diciembre del 2010. (UIT), mientras que para el 2011 aumentó a 2.450 millones lo que implica que aproximadamente el 35% de la humanidad se encuentra conectado a internet por diversas tecnologías. En el 2006 el 18% de los habitantes tenía acceso a esta fuente de información y comunicación (sobre una población total de 6.500 millones, aproximadamente). (pág. 10)

Sin duda, cuando se trata de las tecnologías nuevas, los estudiantes adolescentes son los más entendidos, y los mayores usuarios, no solo para el entretenimiento, también saben cómo sacarle provecho a la Internet con fines académicos, por ejemplo, para realizar tareas, realizar consultas e incluso para enviar trabajos a sus docentes, quienes también empiezan a aplicar diferentes medios digitales dentro del currículo. Sin embargo, de acuerdo con María Ruiz (2004), en su libro *Las TIC, un reto para nuevos aprendizajes*; no todos los estudiantes hacen uso adecuado de las tecnologías y las redes, por lo cual requieren el direccionamiento y supervisión del docente o los padres de familia



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

para el aprovechamiento correcto de estos recursos, haciendo hincapié en su uso consciente:

El impacto de las TIC en el currículo no se puede reducir a un aprendizaje instrumental de las nuevas posibilidades y herramientas que se ponen en nuestras manos, sino que debe incluir (...) una educación tecnológica que trata de potenciar el buen uso de las tecnologías y de desarrollar una actitud crítica ante ellas, de ver sus posibilidades y limitaciones... (pág. 12)

La implementación de las nuevas tecnologías en el aula, le permite al docente desarrollar innovadoras herramientas pedagógicas y didácticas para una clase más personalizada con sus alumnos, favoreciendo un aprendizaje activo, exploratorio e investigativo.

Para ello, la incorporación de redes sociales al proceso educativo, debería estar basado en objetivos previos para cada área de estudio, de manera que su aplicación tenga sentido y responda a las necesidades de los estudiantes; además, que se debería aprovechar las ventajas comunicativas que brindan las redes sociales para integrar a la comunidad educativa (estudiantes, docentes, padres de familia, autoridades locales y comunidad), una de las tareas pendientes de la educación.

Así pues, las redes sociales pueden tener una incidencia tanto positiva como negativa en el campo educativo, dependiendo del tipo de uso que se les dé y la frecuencia con la que se las utilice, especialmente si se toma en cuenta que muchas veces las redes están asociadas a tecnologías multimedia, compras en línea y/o juegos de video, servicios de chat, en los cuales se puede permanecer mucho tiempo distraído. Al respecto, la Fundación AUNA (2015), encargada de analizar y publicar estudios referentes a la informática y tecnologías de la comunicación, en su trabajo *La Generación "e"*, señala:

... un 57% de las chicas de edades comprendidas entre los nueve y los 17 años emplea Internet para educación y formación, mientras



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

que de los estudiantes sólo un 39% lo utiliza para estos fines. Por el contrario, el 61% de los estudiantes de estas mismas edades lo utiliza para diversión frente al 45% de las chicas. Sin embargo, las mayores diferencias de uso por género se dan en los juegos on-line, utilizados mayoritariamente por los estudiantes, un 54% de ellos, frente al 26% de las chicas. (pág. 2)

Por tal razón, es menester buscar las maneras de aprovechar las oportunidades que brindan las redes sociales y que pueden resultar favorables para la educación, pues no se puede aislar la tecnología que es propia del desarrollo del ser humano.

Cuando se habla de redes sociales, generalmente se tiende a pensar inmediatamente en Facebook, Twitter o Instagram; sin embargo, también existen otras plataformas que utilizan un formato similar a las redes sociales pero diversas opciones especializadas para la educación e investigación, entre las cuales se destacan las siguientes:

**Edmodo.com:** Ofrece a los profesores y estudiantes un lugar seguro para colaborar, compartir contenidos y aplicaciones educativas, discusiones y notificaciones. Tienen por objetivo ayudar a los docentes a aprovechar el potencial de los medios sociales para personalizar el aula para cada estudiante. Cuenta actualmente con 14'000,000 de estudiantes y profesores.

**Eduredes.ning.com:** Es una red gratuita, cuya finalidad es la de actuar como punto de encuentro entre docentes y personas interesadas en la enseñanza y aprendizaje a través de las redes sociales.

**GoingOn.com:** Ofrece una solución bajo demanda para la construcción de redes sociales académicas privadas, en las cuales estudiantes y profesores puedan conectarse para colaborar y aprender (Valenzuela, 2013, pág. 11).

**Educaplay:** Esta plataforma e-learning ofrece recursos para usarlos dentro o fuera de la escuela. Permite la creación de instrumentos y actividades



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

educativas multimedia: mapas, crucigramas, juegos, test, etc., que ayudan al docente a registrar los resultados de esas evaluaciones y actividades.

Para poder establecer nuevos métodos de aplicación que potencialicen estas tecnologías en favor del desarrollo educativo, es necesario identificar primeramente, los aspectos positivos que las redes sociales tienen para brindar en pro de la educación. Por ejemplo, Javier Echeverría (2002), en su artículo “¿Internet en la escuela o la escuela en internet?”, resalta la capacidad de adaptación y de evolución social que permiten generar nuevas destrezas y habilidades en los estudiantes:

Este es el punto central en lo que se refiere a la educación, e incluso a la formación, porque la educación habrá de ser estrictamente interactiva en el espacio electrónico, si de verdad queremos denominarla educación. Se requiere una capacidad de inmersión mental en el tercer entorno. (pág. 202)

Sobre esto, Echeverría (2002) plantea el tercer entorno como es espacio de redes educativas telemáticas donde se desenvuelve una interacción de enfoque educativo, entre alumno-profesor y alumno-alumno, mediante imágenes, sonidos y textos.

Por su parte, Federico Naso, María Balbi, Nelson Di Grazia, & Jorge Peri (2012), en su artículo “La importancia de las Redes sociales en el ámbito educativo”, señalan las siguientes oportunidades que las redes sociales brindan a la educación:

- Permiten centralizar en un único sitio todas las actividades docentes, profesores y alumnos de un centro educativo.
- Aumentan el sentimiento de comunidad educativa para alumnos y profesores debido al efecto de cercanía que producen las redes sociales.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Mejoran el ambiente de trabajo al permitir al alumno crear sus propios objetos de interés, así como los propios del trabajo que requiere la educación.
- Aumentan la fluidez y sencillez de la comunicación entre profesores y alumnos.
- Incrementan la eficacia del uso práctico de las TIC, al actuar la red como un medio de aglutinación de personas, recursos y actividades. Sobre todo cuando se utilizan las TIC de forma generalizada y masiva en el centro educativo. (pág. 7)

María del Mar Muñoz, Sandra Fragueiro y María Ayuso (2013), en su artículo “La importancia de las redes sociales en ámbito educativo”, respaldan estas oportunidades educativas, y argumentan que las redes sociales permiten:

- Compartir no solo conocimientos, sino también experiencias.
- Hacen posible que los profesores ayuden a los alumnos a valerse por sí mismos, por ejemplo, a la hora de buscar información relevante para ellos, de tal manera que puedan aprender “haciendo cosas”.
- Fomentan el trabajo cooperativo entre los alumnos. (pág. 98)

Las redes sociales tienen un gran valor que ponen al servicio de la educación, siempre que se use adecuadamente, se trata de empezar o recuperar la interacción social con una posición de aprendizaje. No se trata solo de usar las redes sociales *per se*, es aprovechar las oportunidades y usarlas para satisfacer las necesidades educativas propias de una era moderna en que la interactividad tiene un nuevo enfoque. Por eso, es indispensable empezar a gestionar e impulsar el uso de las redes como una herramienta educativa tecnológica. Sobre esto, Esther Rodríguez y Fernández Miguel (2010) en su libro *Herramientas colaborativas de la Web 2.0 para la formación en competencias*, señalan:



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

El conocimiento ya no está en las aulas, ha traspasado las fronteras de ésta para encontrarse fuera de ellas, fuera de las paredes que la sustentan, hoy en día el conocimiento está en la web y en sus posibilidades. Por lo tanto, el aprendizaje es considerado como una actividad social en la que el conocimiento no está solo y únicamente en libros, el alumno aprende interactuando con los demás y qué mejor con herramientas que favorezcan dicha acción. (pág. 68)

Con las redes, el docente puede reconstruir la experiencia del aprendizaje formal, creando nuevos espacios educativos, a través de edublogs o diarios digitales, que le permiten mantener una comunicación de 24 horas y con información actualizada e interactiva que puede compartir con sus estudiantes para estimular al conocimiento y la reflexión de diversas temáticas, proporcionando experiencias educativas innovadoras en el marco de una comunidad virtual; lo que además le permite al docente adaptarse e integrarse en este mundo digital que los estudiantes conocen bien, utilizan e incluso lo dominan.

Esta no es una idea vaga, pues al contrario, son propuestas reales con tal importancia, que están incluidas en los ideales del propio sistema educativo nacional, consciente de que vivimos en una era tecnológica y quien no sabe utilizar estos recursos es considerado “analfabeto tecnológico”. En tal sentido, el Ministerio de Educación del Ecuador (2010), señala:

Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) son uno de los pilares básicos de la sociedad y hoy es necesario proporcionar al ciudadano una educación que tenga en cuenta esta realidad. Las posibilidades educativas de las TIC deben ser consideradas desde dos aspectos: su conocimiento y manejo adecuado. El conocimiento es consecuencia directa de la cultura de la sociedad actual. No se pueden entender el mundo de hoy sin un mínimo de cultura informática. (pág. 9)



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

De esta manera, el sistema educativo de ser constantemente renovado en función de estar lo más actualizado posible para adaptarse a este mundo de cambios que son imparables y no quedarse rezagado. Para lograrlo, el espacio educativo ha de diseñar nuevos escenarios, recursos y métodos pedagógicos, pues el éxito no depende solo de las tecnologías, sino del método que se siga para su aplicación. Esto además, contribuye a formar individuos competentes, capaces de responder a los requerimientos del mundo actual.

### **1.4. El uso de las redes sociales en la población estudiantil: ventajas y desventajas**

Como se ha dicho anteriormente, es innegable que vivimos en una época tecnológica en la que los niños y adolescentes hábilmente se han sumergido y han aprendido a manejar equipos y herramientas que cambian constantemente. Esto, les ha permitido, como nunca antes, abrirse a un horizonte infinito de información, conocimiento y experiencias que resultan interesantes para su desarrollo cognitivo y social. Sin embargo, esto también da lugar a una preocupación creciente por los riesgos que vienen de la mano de las nuevas tecnologías, muchos de los cuales han sido transmitidos en los diferentes medios de comunicación que dan a conocer sobre casos de estafas, acoso, etc. Al respecto, Patricio Cabello e Iciar Fernández (2010) en su trabajo sobre *La tecnología en la preadolescencia y adolescencia*, dicen:

Los estudios actuales de los que nos venimos haciendo eco, ponen de manifiesto el cambio cualitativo que se está dando en torno al uso de las nuevas tecnologías y los principales artífices de este cambio son los más jóvenes. Niños, niñas, adolescentes y jóvenes son agentes sociales con entidad propia (e identidad en proceso de construcción) que han propiciado que el salto generacional que estamos viviendo tenga unas consecuencias aún hoy difíciles de predecir. (pág. 18)





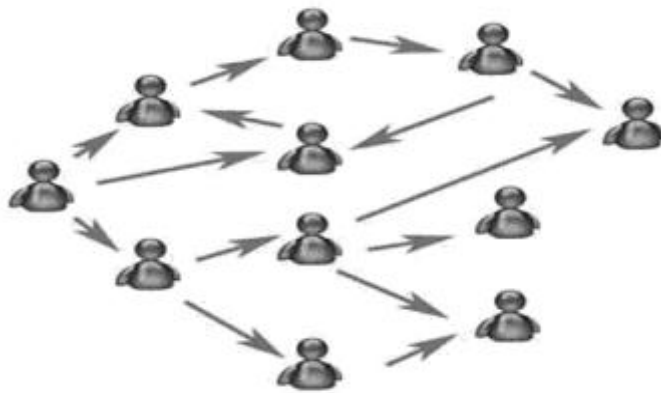
## UNIVERSIDAD DE CUENCA

En tal razón, es de esperarse que el uso de redes sociales entre los estudiantes adolescentes, tengan tantas ventajas como desventajas, entre las cuales se pueden mencionar las siguientes:

### **Ventajas:**

En términos de educación, se ha hablado ya sobre la posibilidad de aprovechar las redes sociales para actividades pluridisciplinares dentro y fuera del aula, donde los estudiantes pueden colaborar entre ellos y con el docente, a través del intercambio y divulgación de conocimientos, no solo a nivel de la escuela, sino con la localidad e incluso a nivel mundial, pues el alcance no tiene barreras y cada vez es mayor el número de usuarios porque en la red social cada persona está interconectada con otras personas, quienes a su vez van formando nuevos círculos de amistad que se enlazan:

**Gráfico 1. Sistema de redes sociales**



**Fuente:** (Fernández, 2010)

En general, las redes sociales mejoran la calidad de la educación, promueven la profesionalización del docente, incentivan a la investigación, son flexibles en tiempo y recursos, reducen distancias, brindan acceso a fuentes inagotables de información, permiten una transmisión de conocimientos entretenida, se facilita el trabajo en grupos, permite interactuar e intercambiar opiniones y datos con estudiantes a nivel mundial. Sobre estas ventajas, Carlos Ferro, Ana Martínez y María Otero (2009), en su investigación denominada



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

“Ventajas del uso de las TIC en el proceso de enseñanza-aprendizaje”, señalan:

- **Procesos formativos abiertos y flexibles:** No se limitan únicamente a las ofertadas en un entorno cercano, sino que se pueden elegir cursos y propuestas académicas impartidas por otros centros a nivel mundial.
- **Ruptura de las barreras espacio-temporales en las actividades de enseñanza y aprendizaje:** Elimina las barreras a las que se ha visto condicionada la enseñanza presencial tradicional.
- **Mejora la comunicación entre los distintos agentes del proceso enseñanza-aprendizaje:** Facilita la interacción entre docentes y estudiantes, así como el flujo de información y la colaboración entre ellos más allá de los límites físicos.
- **Enseñanza más personalizada:** El proceso de enseñanza-aprendizaje ofrece al estudiante una elección real de cuándo, cómo y dónde estudiar, pues rompe los esquemas de una educación formal tradicional.
- **Acceso rápido a la información:** Reducen el grado de obsolescencia de la información, y utilizando eficientemente las fuentes de información de la red.
- **Posibilidad de interactuar con la información:** El aprendizaje deja de ser una mera recepción y memorización de datos recibidos en la clase, pues estas nuevas tecnologías hacen posible el uso de métodos innovadores como la simulación de secuencias y fenómenos físicos, químicos o sociales en 3D.
- **Eleva el interés y la motivación de los estudiantes:** Incita a la actividad y al pensamiento, pues los estudiantes permanecen activos.
- **Mejora de la eficacia educativa:** Permite el diseño de nuevas metodologías didácticas y desarrollo de habilidades de expresión escrita, gráfica y audio visual.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- **Actividades complementarias de apoyo al aprendizaje:** Las TIC resultan muy útiles para realizar actividades complementarias y de recuperación en las que los estudiantes pueden autocontrolar su trabajo. (págs. 4-6)

De esta manera, la fuente de oportunidades que proporcionan las redes sociales educativas, se centran fundamentalmente en la facilidad de acceso y la posibilidad de un aprendizaje con actividades remotas e interactivas. Todo esto permite al estudiante organizar su tiempo para el aprendizaje y elegir entre millones de contenidos para fortalecer lo aprendido en la clase.

### **Desventajas:**

Este es el otro lado de las redes sociales, pues como se ha dicho, es tal la variedad de actividades e ilimitado el acceso a contenidos, que los adolescentes fácilmente pueden perderse en ella. En este sentido, uno de los mayores riesgos es la adicción a las redes sociales, y las tecnologías en general, que hacen que los estudiantes pierdan mucho tiempo en sitios virtuales que no siempre resultan enriquecedores para su educación, al contrario, los exponen a peligros en la red.

Un estudio realizado por Katz y Rice (2005), en estudiantes universitarios, demuestra que la mitad de ellos fueron expulsados de la institución educativa debido a sus fracasos académicos, ante lo cual, los estudiantes ha declarado que su fracaso se debe a su apego enfermizo a las tecnologías, cuyos efectos no solo son en el área educativa, sino que influyen incluso en su desarrollo psico-social:

La mitad de los expulsados de la universidad por fracaso académico indicaron que uno de los factores fue el uso excesivo de Internet, y que la comunicación sincrónica (los *chatrooms*, los dominios multiusuario [MUD] y la mensajería instantánea) está especialmente asociada con la dependencia de Internet. Posiblemente el 5% y el 10% de los estudiantes universitarios pueden sufrir efectos perniciosos de ansiedad, trastorno de sueño,



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

depresión e incluso síndrome de abstinencia con el exceso de tiempo *online*. (pág. 213)

Además de generar distracción en los estudiantes, el uso excesivo aumenta el ausentismo o la deserción escolar, pues prefieren quedarse en casa revisando los contenidos de la red, especialmente cuando se trata de estudiantes con pocas habilidades sociales, quienes centran su atención en las redes sociales que le brindan ese sentimiento de aceptación y de amistad virtual, totalmente diferente a su realidad física:

En cuanto a la interacción social, los estudiantes dependientes del Internet solían sentirse más solos que los otros estudiantes, utilizaban Internet para conocer a otras personas. (...) el uso excesivo se asocia con un rendimiento académico más pobre y que puede ofrecer un “refugio fácil y conveniente” para los estudiantes universitarios que viven lejos... (pág. 214)

De acuerdo con María Cacheiro, Cristina Sánchez y Lorenzo González (2015), en su libro *Recursos tecnológicos en contextos educativos*, otras desventajas de las nuevas tecnologías, son:

- La impersonalidad. Al poder crearse fácilmente una identidad diferente a la propia, las relaciones entabladas por medio de las redes sociales pueden no ser “reales”.
- La falta de veracidad, ya que la información disponible en este tipo de redes no siempre es fidedigna.
- Pertener a una red social no es sinónimo de productividad.
- Deambular en ellas se ha convertido en una adicción que puede crear altos niveles de dependencia y de aislamiento al alejarte de la posibilidad de conocer personas de tu entorno cercano.
- Numerosos casos de pornografía infantil, adolescencia y pedofilia se han encontrado en las diferentes redes sociales.
- El acceso a contenidos inadecuados, especialmente entre menores.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- El acoso cibernético o *ciberbullying*, por parte de personas conocidas y desconocidas dentro de la red. (pág. 89)

En esta problemática del acoso cibernético, los medios de comunicación juegan un papel muy importante, pues tiene la facilidad de llegar a más personas y transmitir campañas de concientización para la erradicación del acoso. Internet, como medio de comunicación, no se ha quedado atrás y algunas organizaciones lo están utilizando para emprender campañas contra el bullying y el ciberbullying.

Tal es el caso de la iniciativa internacional de protección del menor y del adolescente, emprendida por la organización Cartoon Network, “Basta de bullying, no te quedes callado”, que es una de las primeras en su tipo que involucra a varios países de América Latina, incluido el Ecuador:

... la campaña Basta de bullying ha desarrollado esta “caja de herramientas” para niños, niñas, adolescentes, adultos, docentes, autoridades escolares, padres y madres. Dedicada a la prevención y al abordaje efectivo del bullying (y ciberbullying), fue creada con el ánimo de ofrecer recursos para apoyar a los distintos actores a reaccionar ante esta problemática. (Cartoon Networks, 2013, sp.)

### Gráfico 2. Campaña contra bullying cibernético



Fuente: (Cartoon Networks, 2015)



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

A modo de conclusión de este primer capítulo, se puede decir que los estudiantes adolescentes pueden darle diferentes usos a las redes sociales, no siempre positivos ni negativos; por lo que se requiere de mayores investigaciones en torno a esta temática, para que los padres de familia y los docentes puedan estar al tanto de este fenómeno moderno y así, poder direccionar propuestas que permitan aprovechar acertadamente estos recursos.

De ahí que, la presente investigación se propone analizar los usos que los estudiantes adolescentes dan a las redes sociales y las gratificaciones que consiguen de ellas; con la finalidad de detectar posibles problemáticas y plantear una propuesta que permita aprovechar las redes sociales como un medio de comunicación en pro de la comunidad educativa.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

## CAPÍTULO II

### USO DE LAS REDES SOCIALES EN ADOLESCENTES ESTUDIANTES DEL COLEGIO DE BACHILLERATO MACAS

#### 2.1. Metodología

##### 2.1.1. Métodos

**Exploratorio:** este método permite destacar los aspectos fundamentales que inciden en el fenómeno de investigación, desde un primer acercamiento, en este caso a los estudiantes y docentes del Colegio de Bachillerato “Macas”.

**Descriptivo:** mediante este método se describen datos y características que facilitan el conocimiento de la realidad del uso que se dan a las redes sociales en el contexto de los estudiantes de bachillerato, de tal manera que se pueda tener una visión general de la situación actual.

**Cuantitativo:** El método cuantitativo se basa en datos estadísticos expresados en tablas y gráficos numéricos a partir de los resultados obtenidos en la aplicación de encuestas, para obtener datos reales y comprobables de la situación estudiada, en este caso, gracias a la aplicación de encuestas a docentes y estudiantes de bachillerato.

**Proyectivo:** Por último, el estudio también será de tipo proyectivo, puesto que se pretende plantear una solución ante un problema encontrado, a través del diseño de una propuesta para usar las redes sociales en el ámbito educativo del Colegio de Bachillerato “Macas”.

##### 2.1.2. Técnicas

**Investigación bibliográfica y lincográfica:** Recopilación y revisión bibliográfica documental en libros, revistas y sitios web, sobre los beneficios que existen en el uso de redes sociales enfocados en la teoría de usos y gratificaciones.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Encuesta:** la encuesta se basa en cuestionario con una serie de preguntas que serán aplicadas a los estudiantes de bachillerato, para obtener de primera mano sus opiniones y requerimientos en torno al uso y las gratificaciones de las redes sociales.

**Entrevista:** la entrevista consiste en preguntas abiertas que se realizarán a los docentes de bachillerato, cuyos resultados servirán como soporte de las respuestas obtenidas por parte de los estudiantes, y como fundamento para el respectivo análisis de la investigación. Esto, considerando que, basados en su experiencia profesional, los docentes pueden emitir opiniones relevantes para el estudio del uso de las redes sociales con fines educativos.

### 2.1.3. Instrumentos

**Cuestionario:** se formula en base a una serie de preguntas claras y precisas dirigidas a los estudiantes para responder puntos específicos que se desean conocer en torno al uso de las redes sociales con fines personales y académicos.

Para la elaboración del cuestionario dirigido a los estudiantes se ha considerado las categorías en que McQuail, Blumer y Brown (1972), han sugerido para clasificar las gratificaciones que las audiencias obtienen de los medios de comunicación:

1. Diversión: escape de la rutina y la carga de problemas; liberación emocional.
2. Relaciones Interpersonales: compañía sustituta, así como la utilidad social. Información útil en conversaciones sociales.
3. Identidad personal o psicología individual: incluyendo la referencia personal, la exploración de la realidad y el refuerzo de valores.
4. Vigilancia del entorno: información sobre cosas que podrían afectar a una persona o ayudarla a hacer o completar algo.

Con estas categorías, los autores permiten explicar de manera más clara cómo los aspectos sociales y psicológicos aportan mayor consistencia cuando





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

se trata de entender por qué la gente, en este caso los adolescentes, consumen algún determinado tipo de contenido y la manera en que lo hacen.

Por otra parte, se consideran también como variables, las necesidades que buscan satisfacer los individuos, dado que Elihu Katz (1987) considera que existen gratificaciones y necesidades que las personas cubren al elegir un medio de comunicación. En tal sentido, de acuerdo a la pirámide de necesidades de Abraham Maslow (1943), Katz (1987) presentó una clasificación de necesidades que todo aquel que hace uso de los medios tiene:

1. Necesidades Cognitivas: aquellas relacionados con el refuerzo de información, conocimiento y comprensión.
2. Necesidades Afectivas: aquellas relacionadas con el refuerzo de experiencias emocionales y de placer.
3. Necesidades de Integración Personal: aquellas relacionados con el refuerzo de credibilidad, confianza y estabilidad a un nivel individual.
4. Necesidades de Integración Social: aquellas relacionadas con el refuerzo de contacto con la familia, con las amistades y con el mundo.
5. Necesidades de Escape: aquellas relacionas con el escapismo, desahogo de tensión y el deseo de diversión.

### **2.1.4. Operacionalización de variables**

**Variable independiente:** Teoría de usos y gratificaciones

**Variable dependiente:** Redes Sociales

**Variabes intervinientes:**

- Usos
- Gratificaciones
- Necesidades



Tabla 1. Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ESCALA
Redes Sociales	Sitios web que permiten a los usuarios entrelazarse para poder comunicarse entre sí, con los amigos que se encuentran dentro de su propia red, en la cual pueden intercambiar fotos, videos, mensajes instantáneos, comentarios, etc. (Fernández, 2010)	Personal  Educativa	Tiene una cuenta personal.  En qué red social tiene una cuenta.  El docente utiliza alguna red social educativa.  Qué red social educativa utiliza	Si No  Facebook Snapchat Twitter My Space Instagram YouTube Tumblr Pinterest Twitch  Si A veces No  Edmodo Duolingo  Educaplay  GoingOn
Teoría de usos y gratificaciones	Reconoce que hay necesidades de tipo cognitivo, afectivo e integrativo, que la audiencia tiene muy en cuenta al momento de elegir los medios de comunicación. (Boni, 2008)	Usos Gratificaciones Necesidades	Encuesta aplicada a estudiantes adolescentes	Resultados estadísticos
Usos	Acción y efecto de usar (hacer servir una cosa para algo, ejecutar o practicar algo habitualmente). (RAE,	Uso personal	Tiene acceso a la red social en casa.  Tiene computadora en casa  Tiene internet en casa	Si No  Si No  Si No



UNIVERSIDAD DE CUENCA

	2015)		Desde que equipo accedes a tu red social.  Tiene acceso a la red social en el colegio.  Tienes acceso a internet en el colegio  La red social aporta a su rendimiento académico.  Usa las redes con fines académicos (tareas, investigación, etc.)  Cuántas horas al día dedica a revisar la red social.	Computado ra Tablet Teléfono celular  Si No  Si No  Si A veces No  Si A veces No  Menos de 1 hora 1 hora 2 a 3 horas Más de 3 horas
Gratificacion es	Recompensa de un servicio eventual. Incentivo, retribución. (RAE, 2015)	Diversión/entretenimie nto    Relaciones Interpersonales	Ver y compartir videos.  Ver y compartir fotografías.  Pasar el tiempo.  Revisar y escribir en el muro de mis amigos.  Hacer nuevos amigos.	Siempre A veces Nunca  Siempre A veces Nunca  Siempre A veces Nunca  Siempre A veces Nunca



UNIVERSIDAD DE CUENCA

		<p>Identidad personal</p> <p>Vigilancia</p>	<p>Expresar mis sentimientos.</p> <p>Recibir consejos de mis amigos.</p> <p>Dar a conocer mis gustos y preferencias sobre determinados temas.</p> <p>Estar informado sobre las actividades o eventos sociales de mis contactos.</p> <p>Comentar noticias que he escuchado o he visto.</p>	<p>Siempre A veces Nunca</p> <p>Siempre A veces Nunca</p> <p>Siempre A veces Nunca</p> <p>Siempre A veces Nunca</p> <p>Siempre A veces Nunca</p> <p>Siempre A veces Nunca</p>
Necesidades	El motivo o deseo es un impulso o urgencia por una cosa específica. (Maslow., 1947)	<p>Cognitivas</p> <p>Afectivas</p>	<p>Mantenerme informado sobre noticias internacionales y locales.</p> <p>Aprender de otras personas.</p> <p>Encontrar amigos que me escuchen.</p> <p>Compartir con personas que les guste las mismas cosas que a mí.</p> <p>Recibir "likes" en las</p>	<p>Siempre A veces Nunca</p> <p>Siempre A veces Nunca</p> <p>Siempre A veces Nunca</p> <p>Siempre A veces Nunca</p>



UNIVERSIDAD DE CUENCA

		Integración Personal	publicaciones de mi muro (fotos, comentarios, etc.)	Siempre A veces Nunca
			Ser popular.	
		Integración Social	Invitar o ser invitado a actividades sociales programadas por mis amigos.	Siempre A veces Nunca
			Mantenerme en contacto permanente con mi familia y amigos.	Siempre A veces Nunca
		Escape	Ser parte de un grupo	
			Enterarme de novedades sobre la vida de mis amigos.	Siempre A veces Nunca
			Revisar los videos y <i>memes</i> que comparten.	Siempre A veces Nunca
			Relajarme después de hacer los deberes.	Siempre A veces Nunca
			Recibir recomendacion es sobre películas, juegos, etc.	Siempre A veces Nunca

Elaborado por: Gissela Rivadeneira



### 2.1.5. Contexto

El trabajo de investigación será realizado en el Colegio de Bachillerato “Macas”, ubicado en la calle Hernando de Benavente, entre Dionisio Rivadeneira y Pedro Noguera, al norte de la ciudad de Macas, en la provincia de Morona Santiago, perteneciente a la Zona 6 del Ecuador.

### 2.1.6. Población y muestra

La población de estudio está compuesta por los 56 docentes y los 659 estudiantes de los 8 paralelos de primero a tercer año de Bachillerato General del Colegio de Bachillerato “Macas”.

Con respecto al grupo de docentes, se ha entrevistado a 38 docentes que aceptaron participar en esta investigación. Al respecto, se debe mencionar que los 18 docentes que no accedieron a las entrevistas, presentaron el justificativo de no contar con el tiempo necesario, decisión de abstenerse de participar, y algunos han quedado fuera de la investigación por motivos de organización de horarios con la investigadora.

Del grupo de estudiantes, se ha extraído una muestra de 243 estudiantes, con la finalidad de garantizar la obtención de datos con un número que pueda ser manejable y evitar posibles complicaciones que puedan presentar en el transcurso de la investigación. Para la obtención de esta muestra, se ha aplicado la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2pq}{e^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

De donde:

Z=Nivel de confianza 95% (desviación estándar 1,96)

P=Probabilidad de ocurrencia (50%)

Q= Probabilidad de no ocurrencia (50%)

N= Población (659)

e= error (5%)



n= tamaño de la muestra

Desarrollo:

$$n = \frac{659 \times 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,5^2(659 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{659 \times 3,8416 \times 0,5 \times 0,5}{0,0025(658) + 3,8416 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{632.90}{2.60}$$

$$n = 243.42$$

$$n = 243$$

### 2.1.7. Procedimiento

Se iniciará con el diseño un cuestionario para docentes y otro para estudiantes, con preguntas relativas al uso y gratificaciones de las redes sociales, y con especial enfoque en el uso que se le da desde el establecimiento al acceso de redes sociales a los estudiantes con fines pedagógicos. Para ello, se tomarán en cuenta el reglamento interno de la institución para conocer si existe algún tipo de prohibición a accesos de redes sociales dentro de clases; además que se analizará si en los procesos pedagógicos el docente aplica o no el uso de equipos tecnológicos como Tablet, computador y redes sociales para interrelacionarse y/o compartir información con sus alumnos, y así determinar la relación maestro-alumno y las redes sociales. Los datos obtenidos en esta etapa serán tabulados en el programa Excel para obtener tablas y gráficos estadísticos que faciliten la interpretación y análisis de los resultados.

Una vez conocido los resultados tanto bibliográficos como la opinión de los profesores y alumnos, establece una propuesta que beneficie a la institución educativa, a sus alumnos y docentes con el uso de las redes sociales.



## 2.2. Presentación y análisis de resultados de los estudiantes

### 2.2.1. Información general

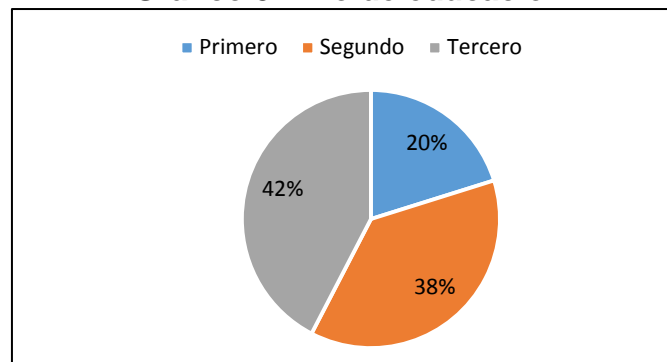
**Tabla 2. Año de educación**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Primero	49	20
Segundo	91	37
Tercero	103	42
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 3. Año de educación**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto a la organización de los estudiantes participantes por el año de estudio, se observa que un mayoritario 42% (103 estudiantes) está cursando el tercer año de bachillerato, mientras el 38% (91 estudiantes) está en segundo año de bachillerato, y el 20% (49 estudiantes) de los encuestados está cursando el primer año de bachillerato.

El número de estudiantes seleccionados por cada año de estudio es proporcional al número de estudiantes matriculados en el presente período lectivo, por lo tanto, hay más estudiantes en el tercer año de bachillerato. Entre las áreas de estudio de este grupo, se destacan: Sistemas, Ciencias Básicas, Contabilidad, Electromecánica, Automotriz.





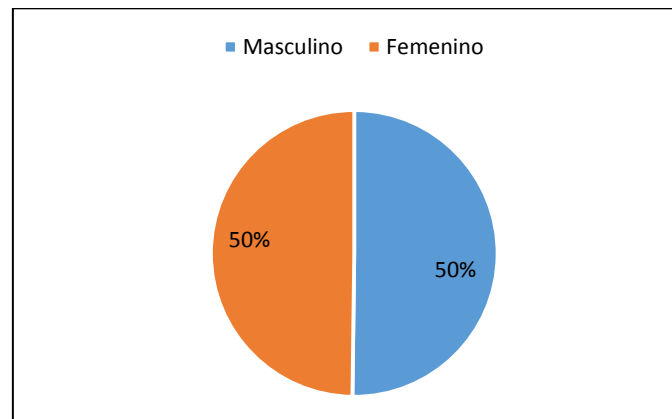
**Tabla 3. Sexo**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	122	50
Femenino	121	50
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 4. Sexo**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto al sexo del grupo de estudiantes encuestados, se observa que el 50% (122 estudiantes) corresponde al sexo masculino, mientras que el 50% (121 estudiantes) corresponden al sexo femenino.

Los porcentajes se muestran equitativos, es decir, no se presenta gran diferencia entre los participantes del sexo masculino frente al sexo femenino, por lo cual los resultados posteriores mostrarán respuestas procedentes en similares proporciones desde la perspectiva de ambos grupos, evitando que la investigación tenga una inclinación importante hacia alguno.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

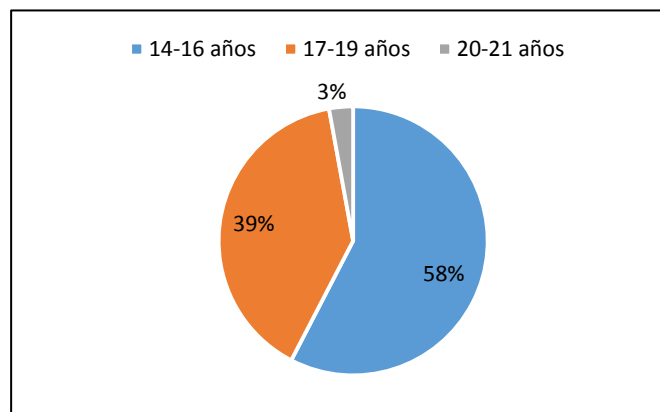
**Tabla 4. Edad**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
14-16 años	140	58
17-19 años	96	40
20-21 años	7	2
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 5. Edad**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

En cuanto a la edad de los encuestados, se puede observar que el 58% (140 estudiantes) tiene entre 14 y 16 años de edad, mientras el 40% (96 estudiantes) tiene entre 17 y 19 años, y hay un porcentaje mucho menor (2%) de estudiantes que tienen 20 o 21 años de edad.

De acuerdo a la clasificación que realiza la Organización Mundial de la Salud (1995) sobre la adolescencia, se observa que la mayoría de estudiantes encuestados se encuentra en la etapa de Adolescencia Media, que va de los 14 a 16 años, y se caracteriza por ser la adolescencia propiamente dicha, porque se completa prácticamente el crecimiento y desarrollo somático. Mientras que el otro grupo está en la etapa de Adolescencia Tardía, que va de los 17 a 19 años, es decir es la etapa final de la adolescencia, donde los estudiantes van adquiriendo más características de madurez.



### 2.2.2. Uso personal de redes sociales

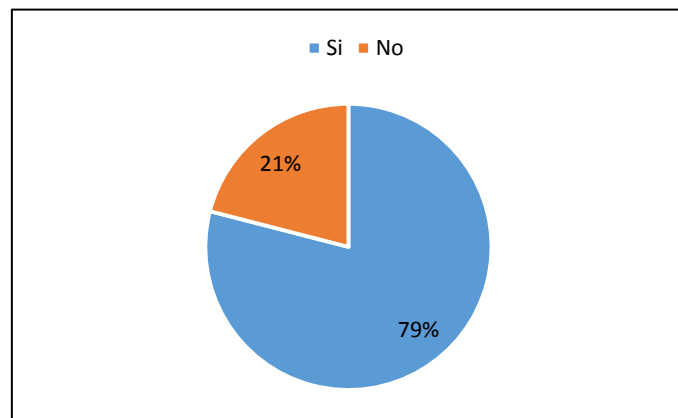
**Tabla 5. ¿Tienes una computadora en tu casa?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	192	79
No	51	21
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 6. ¿Tienes una computadora en tu casa?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con relación al uso personal que los estudiantes adolescentes le dan a las redes sociales, se ha empezado por analizar el acceso a recursos tecnológicos dentro del hogar para tener una visión previa sobre el uso de estos recursos.

En este sentido, se observa que el 79% (192 estudiantes) tiene computadora en su casa, y el 21% (51 estudiantes) no tiene computadora en su casa. Los datos muestran un número importante de estudiantes que no tienen acceso a una computadora en su casa, lo cual es de interés pues en la actualidad la mayor parte de las familias tiene este equipo en casa porque se considera un recurso necesario en casi todas las actividades diarias, especialmente en el área educativa pues es recurrente el envío de tareas que los estudiantes deben desarrollar en la computadora.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

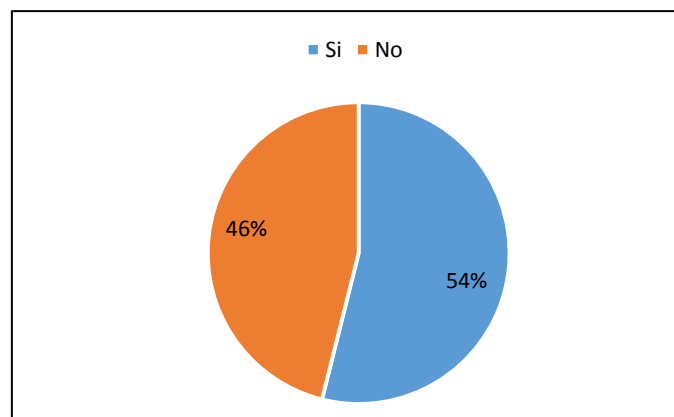
**Tabla 6. ¿Tienes internet en tu casa?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	131	54
No	112	46
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 7. ¿Tienes internet en tu casa?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto al uso de internet en la casa, recurso indispensable para acceder a las redes sociales, se observa que el 54% (131 hogares) sí tiene internet, mientras que el 46% (112 hogares) de los estudiantes encuestados indica que no tiene servicio de internet en su casa.

En el caso del internet, se observa que el porcentaje de estudiantes que no tienen acceso es mucho mayor a los que no tienen computadora, lo que indica que hay un buen grupo de hogares que no cuenta con las tecnologías actuales, aun considerando que el uso de estas tecnologías está en crecimiento a nivel mundial, y se vuelve cada vez más común que todos los hogares cuenten con internet, al punto que hoy se considera el internet como un servicio básico y un factor para la determinación de la situación económica de las familias.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

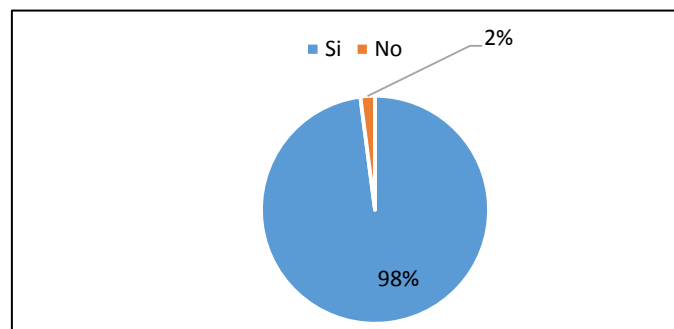
**Tabla 7. ¿Tienes una cuenta personal en redes sociales?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	238	98
No	5	2
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 8. ¿Tienes una cuenta personal en redes sociales?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Los resultados muestran que una rotunda mayoría del 98% (238 estudiantes) tiene una cuenta personal en redes sociales, mientras que solo el 2% (5 estudiantes) no tiene una cuenta en redes sociales.

Con estos resultados se hace posible el estudio planteado, puesto que la mayoría de estudiantes encuestados tiene una cuenta personal en redes sociales, con lo cual pueden expresar sus criterios al respecto de los usos, gratificaciones y necesidades desde su experiencia como usuarios de estas redes.

Por otra parte, los resultados muestran que el uso inminente de las redes sociales es una realidad en este grupo de estudio, así como lo es en los adolescentes en general, especialmente en esta generación que se destaca por vivir una época donde las tecnologías han ganado terreno en todos los campos de la vida diaria, como medios comunicativos e informáticos por excelencia.



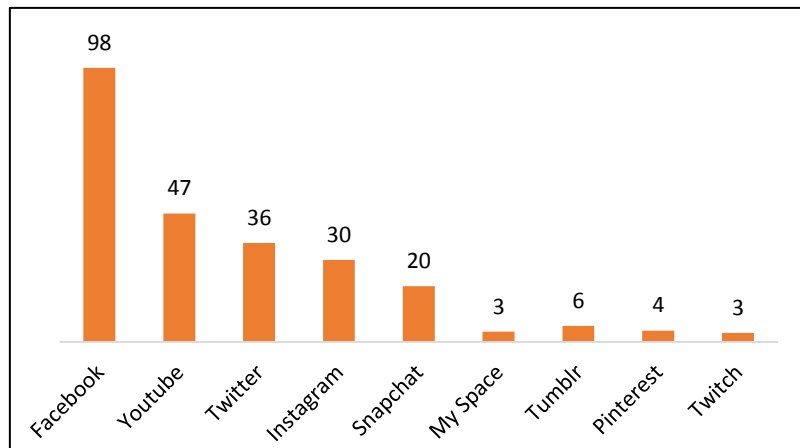
**Tabla 8. ¿En cuál de las siguientes redes sociales tienes una cuenta personal?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	238	98
YouTube	113	47
Twitter	87	36
Instagram	72	30
Snapchat	49	20
My Space	9	3
Tumblr	14	6
Pinterest	10	4
Twitch	8	3
TOTAL	603	—

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 9. ¿En cuál de las siguientes redes sociales tienes una cuenta personal?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto a la red social más utilizada, se observa que el 98% (238 estudiantes) tiene una cuenta abierta en la red social Facebook, el 47% (113 estudiantes) tiene YouTube, el 36% (87 estudiantes) tiene cuenta en Twitter, el 30% (72 estudiantes) tiene cuenta en Instagram, el 20% (49 estudiantes) tiene Snapchat, el 6% (14 estudiantes) tiene Tumblr, el 4% (10 estudiantes) tiene cuenta en Pinterest, el 3% (9 estudiantes) tiene My Space, y otro 3% (8 estudiantes) tiene Twitch, quedando un pequeño grupo del 2% (5 estudiantes)



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

que no ha señalado ninguna opción, lo que se asocia con el grupo que anteriormente indicó que no tiene red social.

Estos resultados evidencian que muchos de los estudiantes tienen más de una cuenta en las redes sociales, lo que indica que las redes sociales han generado impacto en las generaciones actuales y cada vez ofrecen plataformas más atractivas y variadas que provocan que los adolescentes tengan más de una cuenta.

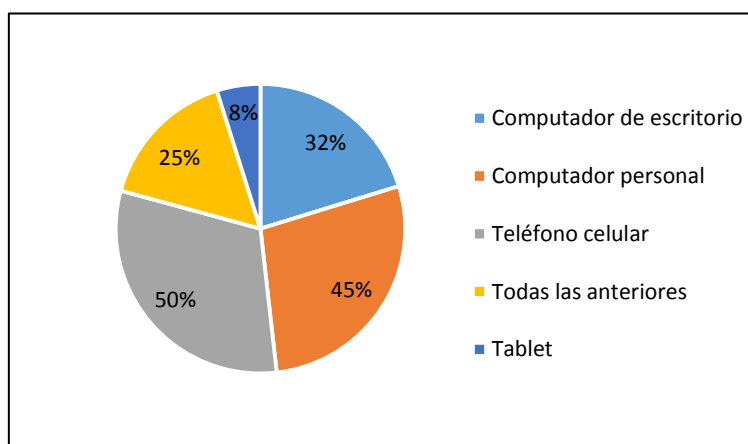
**Tabla 9. ¿Desde qué equipo visitas tu red social?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Computador de escritorio	79	32
Computador personal	109	45
Teléfono celular	121	50
Tablet	19	8
Todas las anteriores	62	25
Ninguna	5	2
TOTAL	390	---

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 10. ¿Desde qué equipo visitas tu red social?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

En cuanto al equipo tecnológico más utilizado para acceder a la red social, el 50% (121 estudiantes) utiliza el teléfono celular, el 45% (109 estudiantes) utiliza el computador personal o laptop, el 32% (79 estudiantes) accede desde un computador de escritorio, el 25% (62 estudiantes) tiene acceso a todos estos equipos, y el 8% (19 estudiantes) utiliza la Tablet.

De acuerdo con estos resultados, se puede observar cómo los estudiantes adolescentes se encuentran rodeados de aparatos tecnológicos que cada vez son más accesibles, puesto que el mercado está constantemente innovando en el campo de la información y comunicación, así los adolescentes tienen más opciones, de modo que si no cuentan con un computador, pueden tener un teléfono celular con similares funciones para acceder de cualquier modo a las redes sociales. De esta manera, el campo de la comunicación se vuelve amplio gracias a la facilidad de acceso a estos dispositivos.

**Tabla 10. ¿Cuántas horas al día dedicas a la red social?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 hora	68	28
1 hora	51	21
2 a 3 horas	61	25
Más de 3 horas	57	23
De vez en cuando	1	1
Ninguno	5	2
TOTAL	243	100

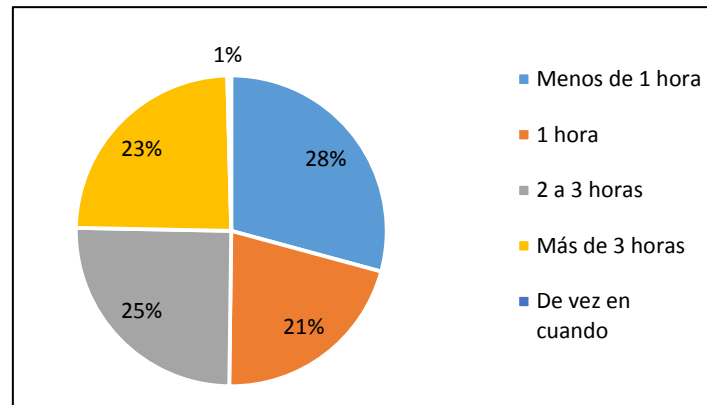
**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira





**Gráfico 11. ¿Cuántas horas al día dedicas a la red social?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto a las horas que los estudiantes adolescentes utilizan para revisar su red social, se observa que el 28% (68 estudiantes) se conecta menos de 1 hora, el 25% (61 estudiantes) utiliza entre 2 y 3 horas diarias, el 23% (57 estudiantes) utiliza más de 3 horas, y el 21% (51 estudiantes) pasa hasta 1 hora conectado.

Aunque no se observan números importantes de incidencia de las redes sociales dentro de las necesidades de los estudiantes, resulta de interés observar que muchos de ellos pasan dos o más de tres horas revisando su red social (59%), lo que indica que hay un alto nivel de consumo de contenidos informativos y comunicativos; y a la vez, es una muestra de cierta falta de control por parte de los adultos en casa, pues el margen de horas puede resultar demasiado para usuarios adolescentes.



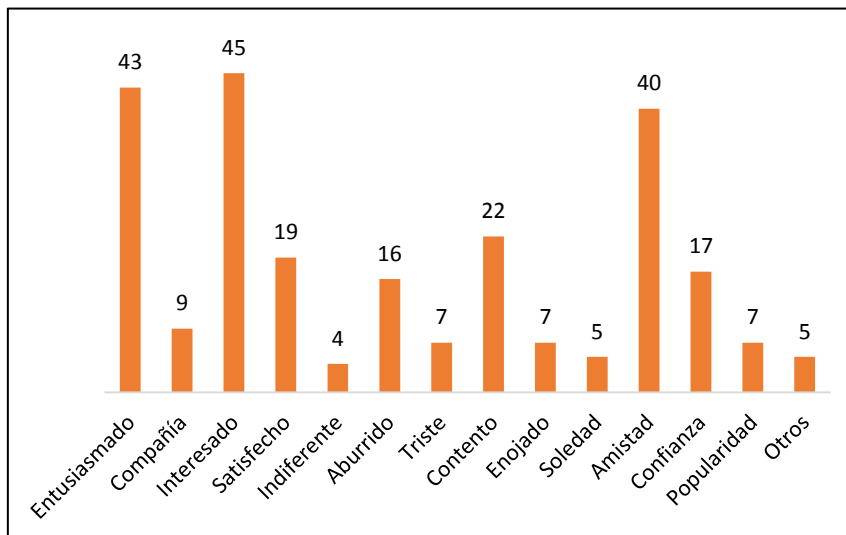
**Tabla 11. ¿Qué emoción sientes cuándo te conectas a la red social?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Entusiasmado	105	43
Compañía	22	9
Interesado	110	45
Satisfecho	47	19
Indiferente	9	4
Aburrido	40	16
Triste	17	7
Contento	54	22
Enojado	18	7
Soledad	12	5
Amistad	96	40
Confianza	41	17
Popularidad	18	7
Otros	12	5
TOTAL	601	---

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 12. ¿Qué emoción sientes cuándo te conectas a la red social?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto a las emociones que sientes los estudiantes adolescentes cuando están utilizando las redes sociales, se observa que el 45% (110



UNIVERSIDAD DE CUENCA

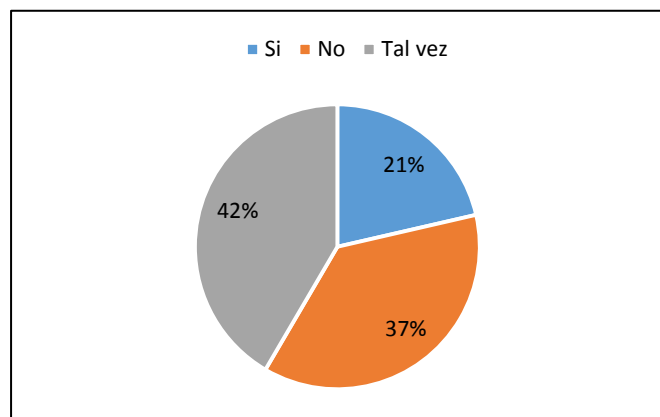
estudiantes) siente interés, el 43% (105 estudiantes) se siente entusiasmado, el 40% (96 estudiantes) siente amistad, el 22% (54 estudiantes) se siente contento, el 19% (47 estudiantes) siente satisfacción, el 17% (41 estudiantes) siente confianza, el 16% (40 estudiantes) siente aburrimiento, el 9% (22 estudiantes) se siente acompañado, el 7% (18 estudiantes) siente enojo, otro 7% (18 estudiantes) se siente popular, y con porcentajes más bajos, se expresan sentimientos de soledad, felicidad.

**Tabla 12. ¿Crees que tu vida diaria sería igual si no hubiera redes sociales?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	52	21
No	90	37
Tal vez	101	42
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato  
**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 13. ¿Crees que tu vida diaria sería igual si no hubiera redes sociales?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato  
**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

De acuerdo con los resultados, el 42% (101 estudiantes) considera que su vida diaria tal vez sería igual sin las redes sociales, el 37% (90 estudiantes) cree que su vida no sería igual sin las redes sociales, y el 21% (52 estudiantes) considera que su vida sería la misma si no hubiera las redes sociales.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Se considera que los estudiantes adolescentes mayoritariamente (considerando el número de “sí” y “tal vez”) consideran que su vida tendría algún cambio si las redes sociales no existieran. Sobre esto se puede señalar que los adolescentes están conscientes que las redes sociales tienen un papel dentro de su estilo de vida, aunque no se ha encontrado aún que este papel sea determinantes, sin embargo se observa que sin duda la aparición de estos medios de comunicación e interacción social han transformado la manera en que hoy se desarrolla el quehacer de los estudiantes adolescentes, al punto que hoy en día muchos adultos piensan que la vida de los adolescentes ha sido alienada por los contenidos de estas plataformas virtuales, alejándolos incluso de las relaciones de persona a persona.

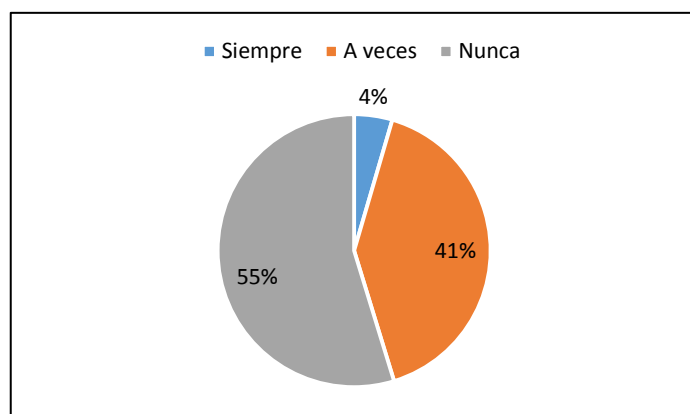
**Tabla 13. ¿Crees que las redes sociales influyen en tus decisiones?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	11	4
A veces	99	41
Nunca	133	55
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 14. ¿Crees que las redes sociales influyen en tus decisiones?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Con respecto a la influencia de las redes sociales en las decisiones de los estudiantes adolescentes, se observa que el 55% (133 estudiantes) considera que las redes nunca influyen, el 41% (99 estudiantes) indica que las redes a veces influyen en sus decisiones, y el 4% (11 estudiantes) indica que las redes sociales siempre influyen.

Considerando estos resultados con los obtenidos en la pregunta anterior, se encuentra que si bien la vida de los estudiantes no sería igual sin las redes sociales, estas no tiene mayor incidencia en sus decisiones, es decir, que las redes sociales se presentan como medios de comunicación que aportan a la interacción social de los adolescentes, pero no tienen tanto poder como para influir en sus decisiones.

### 2.2.3. Uso educativo de redes sociales

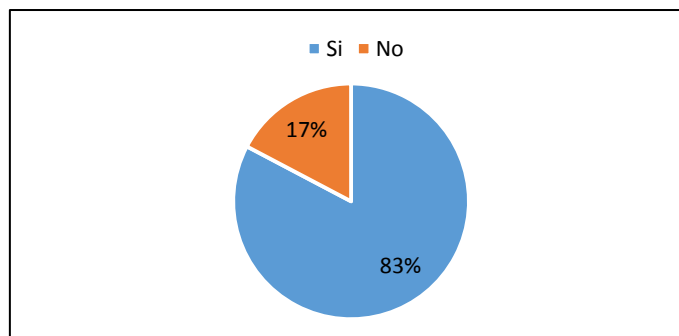
**Tabla 14. ¿Tienes internet en el colegio?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	201	83
No	42	17
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 15. ¿Tienes internet en el colegio?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Con estos resultados se empieza a analizar el uso y características de las redes sociales dentro del ámbito educativo, observando que en este colegio, de acuerdo con el 83% (201 estudiantes) en el colegio sí tiene acceso al internet, mientras que el 17% (42 estudiantes) señala que no tiene acceso al internet.

Estos resultados a primera vista llaman la atención porque no todos los estudiantes están de acuerdo, sin embargo, se debe mencionar que el grupo de estudiantes que indica no tener acceso a internet, corresponde mayormente a los de primer año de bachillerato que no usan con frecuencia los laboratorios de computación del colegio, además en este grupo se considera la pregunta desde el punto de vista de acceso al internet a través de wifi, lo cual no hay en este establecimiento, únicamente se puede acceder cuando los docentes los llevan al laboratorio de computación.

En general, se observa positivamente que en este establecimiento educativo provea de internet para que tanto los docentes como los estudiantes puedan diversificar y profundizar su enseñanza y aprendizaje con el uso de las nuevas tecnologías de la información, respondiendo a las demandas de la educación actual, al mundo actual.

**Tabla 15. ¿Accedes a tu red social en el colegio?**

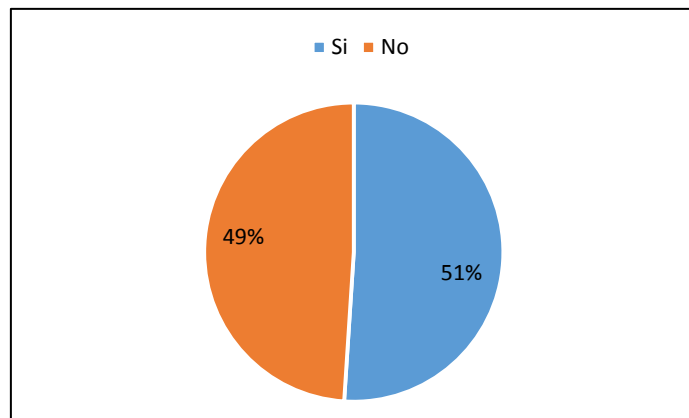
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	124	51
No	119	49
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira



**Gráfico 16. ¿Accedes a tu red social en el colegio?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Los resultados muestran que el 51% (124 estudiantes) de los encuestados sí accede a su cuenta en redes sociales cuando está en el colegio, mientras que el 49% (119 estudiantes) indica que no revisa su red social en el colegio.

Una vez que se ha observado que los estudiantes, en su mayoría, tiene acceso a internet en el laboratorio informático del colegio, resulta interesante evidenciar que hay un número más bien representativo de estudiantes que acceden o no a las redes sociales cuando están en clases, por lo que no se puede establecer rotundamente que los estudiantes sientan la urgencia o necesidad de revisar su cuenta incluso en su horario de clases.

Por otra parte, se puede señalar este resultado como una primera señal de que los docentes no usan redes sociales para impartir sus clases; sin embargo, este tema se confirmará o no, con los resultados posteriores.

**Tabla 16. ¿Crees que las redes sociales aportan a tu rendimiento académico?**

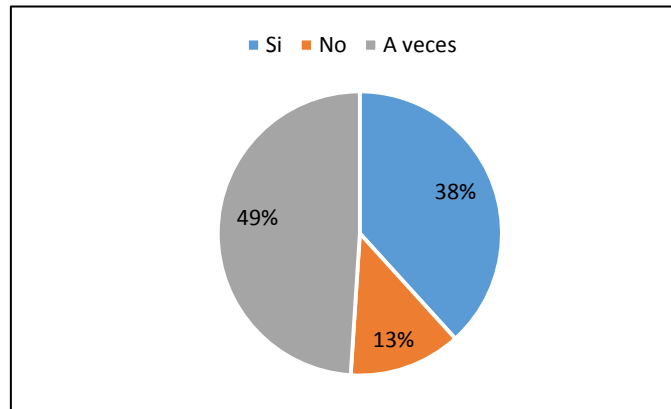
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	93	38
No	31	13
A veces	119	49
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira



**Gráfico 17. ¿Crees que las redes sociales aportan a tu rendimiento académico?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto al aporte del uso de las redes sociales al rendimiento académico de los estudiantes, se observa que el 49% (119 estudiantes) indica que las redes sociales a veces aportan a su actividad académica, el 38% (93 estudiantes) dice que las redes sociales sí aportan a su desarrollo académico, y solo el 13% (31 estudiantes) considera que las redes sociales no les aportan académicamente.

Se observa que el mayor porcentaje apunta a estudiantes que creen que las redes sociales definitivamente sí aportan académicamente o que lo hacen a veces, con lo que se infiere que los estudiantes aprovechan las redes sociales como fuente de consulta de información académica, para compartir información con sus compañeros o realizar trabajos, es decir, los estudiantes están buscando formas de aprovechar estas plataformas para fines académicos.





UNIVERSIDAD DE CUENCA

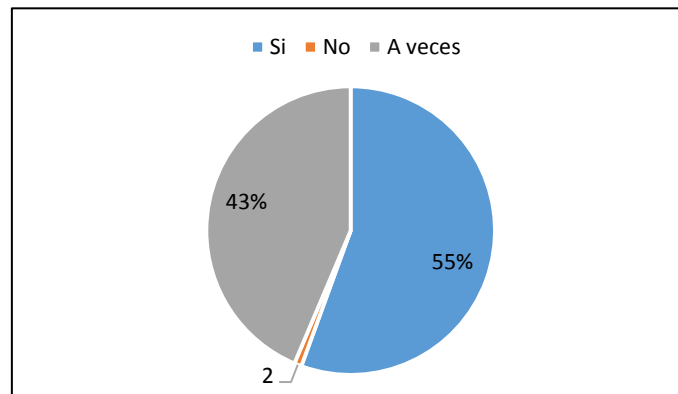
**Tabla 17. ¿Usas las redes sociales con fines académicos (hacer tareas, investigar, hacer consultas, etc.)?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	133	55
No	5	2
A veces	105	43
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 18. ¿Usas las redes sociales con fines académicos (hacer tareas, investigar, hacer consultas, etc.)?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto al uso de las redes sociales para las actividades académicas, el 55% (133 estudiantes) indica que sí usas estas redes para realizar tareas, investigar, hacer consultas, entre otras actividades, el 43% (105 estudiantes) señala que a veces las utiliza con ese fin, y solo el 2% (5 estudiantes) no las utilizan para eso.

Con la finalidad de reforzar la pregunta anterior, sobre el aporte académico de las redes sociales, se ha preguntado indirectamente por las actividades educativas que se realizan en las redes sociales, encontrando que la mayor parte de los estudiantes, están aprovechando las redes sociales para hacer sus tareas, consultar a sus compañeros o incluso al profesor, etc. Sin embargo,



UNIVERSIDAD DE CUENCA

comparando esto con los resultados de la pregunta anterior, se encuentra que si bien una rotunda mayoría usa siempre o a veces las redes para actividades académicas, no todos los estudiantes están de acuerdo con que esto aporta a su rendimiento, entonces las redes resultan ser un medio para la actividad estudiantil.

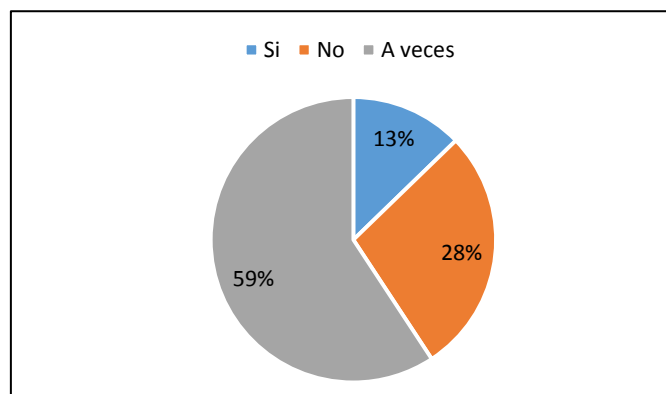
**Tabla 18. ¿En el colegio, los profesores utilizan las redes sociales para impartir clases o enviarte tareas?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	31	13
No	68	28
A veces	144	59
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 19. ¿En el colegio, los profesores utilizan las redes sociales para impartir clases o enviarte tareas?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Sobre el uso de redes sociales por parte de los docentes, el 59% (144 estudiantes) indica que a veces se usan las redes sociales para impartir las clases o mandar tareas, mientras que el 28% (68 estudiantes) dice que no se utilizan las redes sociales en la clases, y el 13% (31 estudiantes) indica que los docentes sí utilizan las redes sociales para dar clases y enviar tareas.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Los resultados obtenidos en esta parte, muestran que los docentes de este establecimiento educativo, sí incluyen las redes sociales en el currículo educativo, no se trata de un recurso educativo constante ni está presente en todos los casos porque hay estudiantes que indican que sus profesores no las utilizan, pero se observa positivamente que hay un interés por parte de algunos docentes de aprovechar estas plataformas tecnológicas de vez en cuando.

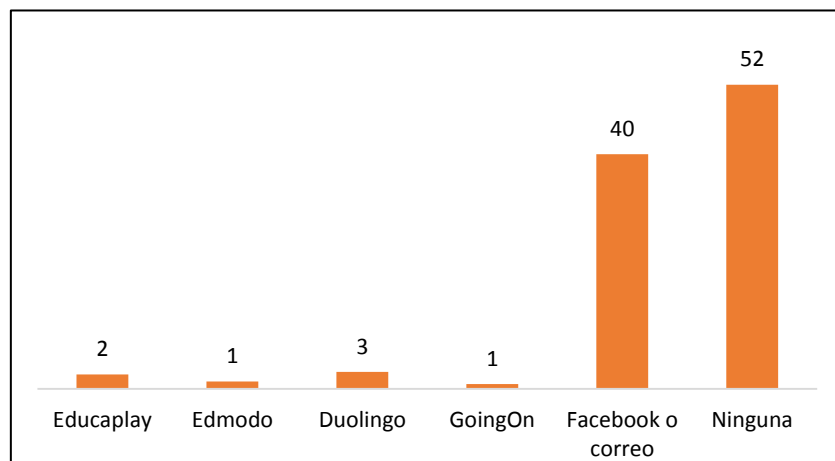
**Tabla 19. ¿Qué red social educativa utilizan tus profesores?**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Educaplay	6	2
Edmodo	3	1
Duolingo	7	3
GoingOn	2	1
Facebook o correo	98	40
Ninguna	127	52
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 20. ¿Qué red social educativa utilizan tus profesores?**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto al uso exclusivo de redes sociales diseñadas para el área académica, se observa que el 52% (127 estudiantes) indica que los docentes



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

no usan ninguna de estas redes ni otras fuera de esta lista, el 40% (98 estudiantes) indica que los docentes utilizan Facebook u correo electrónico para las actividades académicas, el 3% (7 estudiantes) indican que se usa Duolingo, el 2% (6 estudiantes) señala a Educaplay, y el 1% (3 estudiantes) señala que el docentes utiliza la red social educativa Edmodo.

Reforzando la pregunta anterior sobre el uso de redes sociales por parte de los docentes, se observa que en realidad no se están utilizando las redes o plataformas tecnológicas para la actividad académica o los estudiantes no están enterados del recurso que utilizan los docentes, pues al presentarles el listado de opciones educativas la mayoría indica que los docentes no las usan, orientándose la mayoría a Facebook y correo electrónico.

Respecto del uso mayoritario de Facebook con fines académicos por parte de los docentes, se debe mencionar que no es conveniente que se utilice esta plataforma para interactuar con los estudiantes, puesto que es un medio diseñado para relaciones de tipo interpersonal, por lo que ser “amigo” de los estudiantes en esta red social podría interferir entre el aspecto personal y académico, siendo más recomendable que los docentes utilicen plataformas diseñadas exclusivamente para la educación, de manera que los estudiantes se enfoquen mejor en la actividad académica, además que las opciones que estas plataformas educativas ofrecen son bastante adecuadas para actividades como control de tareas, foros educativos, diseño de material, etc.

### 2.2.4. Gratificaciones

#### 1. Diversión

**Tabla 20. Ver y compartir videos**

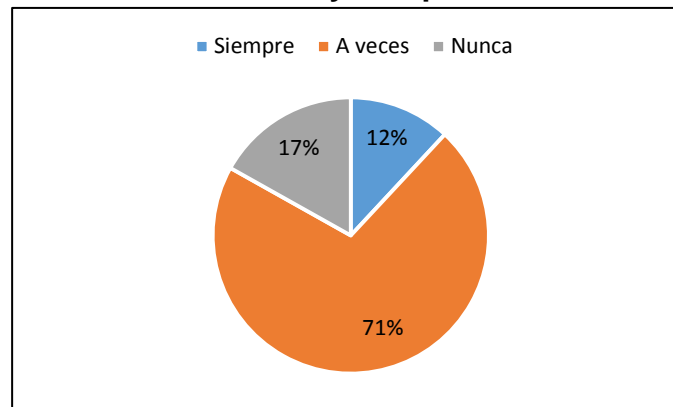
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	29	12
A veces	173	71
Nunca	41	17
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira



**Gráfico 21. Ver y compartir videos**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto al tipo de gratificaciones que perciben los estudiantes de las redes sociales, el 71% (173 estudiantes) indica que a veces siente gratificación al ver y compartir videos, el 17% (41 estudiantes) nunca siente gratificación al ver y compartir videos, y el 12% (29 estudiantes) siempre siente gratificación cuando mira y comparte videos en la red social.

Sobre este factor de entretenimiento se observa que, considerando los resultados de “siempre” y “a veces”, que la mayor parte de los estudiantes adolescentes encuentra en las redes sociales una fuente para entretenerse y divertirse, es decir que capta su atención este incentivo que proveen las redes sociales de poder ver videos en una misma plataforma.

**Tabla 21. Ver y compartir fotografías**

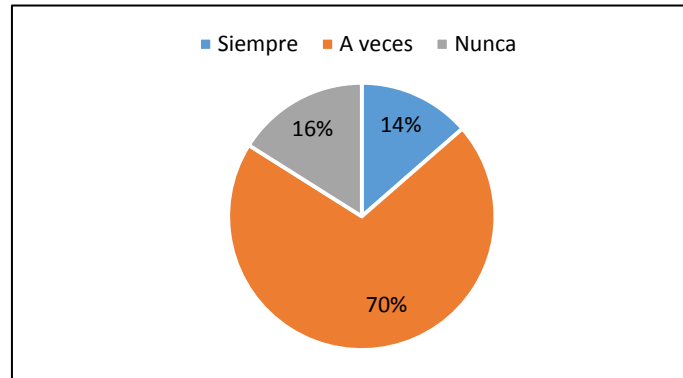
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	33	14
A veces	171	70
Nunca	39	16
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira



**Gráfico 22. Ver y compartir fotografías**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto al uso de las redes sociales para ver y compartir fotografías, el 70% (171 estudiantes) indica que a veces lo usa con ese fin, el 16% (39 estudiantes) indica que nunca usa las redes sociales para eso, y el 14% (33 estudiantes) indica que siempre la usa para compartir y ver fotografías.

Al igual que la pregunta anterior, el hecho de compartir fotografías entretiene a la mayor parte de adolescentes, aunque muchos de ellos no lo hacen siempre. Es necesario tener en cuenta que uno de los objetivos por los que fueron creadas estas redes sociales fue justamente la interacción social mediante fotografías, es así que los estudiantes adolescentes encuentran un incentivo en ver las fotografías de sus amigos, así como compartir las suyas. Por otra parte, actualmente es común encontrar que no solo se comparten fotografías personales, sino que muchos publican imágenes de la naturaleza, de artistas reconocidos, etc.

**Tabla 22. Pasar el tiempo**

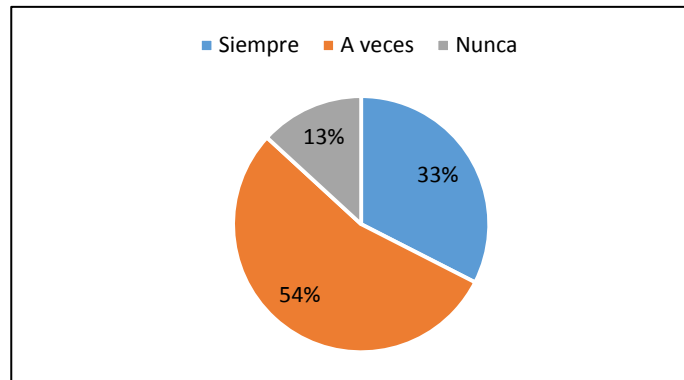
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	79	33
A veces	132	54
Nunca	32	13
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira



**Gráfico 23. Pasar el tiempo**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto al uso de las redes sociales para pasar el tiempo, el 54% (132 estudiantes) a veces usa las redes sociales con ese fin, el 33% (79 estudiantes) siempre la usa para pasar el tiempo, y el 13% (32 estudiantes) nunca usa las redes solo para pasar el tiempo.

Sin duda estos resultados demuestran que la mayor gratificación que sienten los adolescentes al usar las redes sociales es pasar el tiempo, es decir, la utilizan como un medio para la diversión y el entretenimiento, por lo que tiene sentido observar que la mayor parte de los estudiantes ubican sus respuestas en la categoría “a veces”, lo que da los primeros indicios de que en este grupo las redes sociales no se han convertido en una “adicción” y que la vida de los estudiantes no se ve invadida por estas tecnologías de la comunicación.

## 2. Relaciones interpersonales

**Tabla 23. Revisar y escribir en el muro de mis amigos**

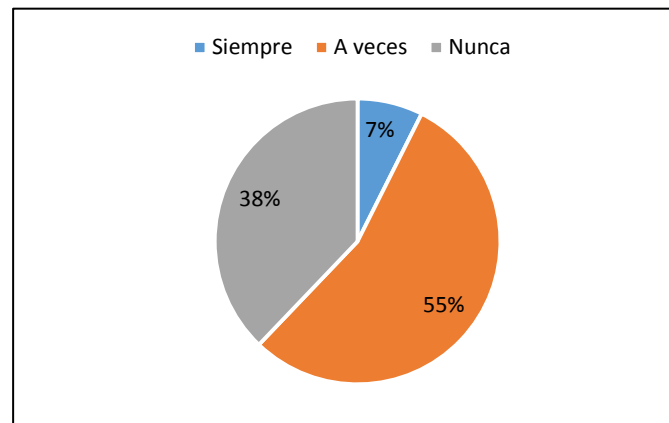
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	18	7
A veces	133	55
Nunca	92	38
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira



### Gráfico 24. Revisar y escribir en el muro de mis amigos



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

En cuanto a revisar y escribir en el muro de los amigos, el 55% (133 estudiantes) a veces usa las redes para esto, mientras el 38% (92 estudiantes) nunca lo hace con ese fin o siente gratificación con ello, y el 7% (18 estudiantes) siempre usa las redes sociales para revisar y escribir en el muro de sus amigos.

Sobre esta gratificación de tipo interpersonal, los resultados muestran que aunque mayormente los estudiantes adolescentes encuentran motivación en revisar y escribir en el muro o cuenta de los amigos; sin embargo, hay porcentaje importante de estudiantes que no lo hacen con ese fin, por lo que no se puede establecer que revisar la información que publican sus amigos sea una gratificación importante en este grupo.

Con respecto a esta pregunta, como factor de comunicación, se puede señalar que los estudiantes no están haciendo un uso estricto de la comunicación como medio de interacción con los amigos, puesto que no escriben publicaciones en sus muros, lo cual es una de la principales formas para comunicarse y relacionarse en las redes sociales, pues a partir de esto se empiezan a dar una serie de comentarios entre amigos.





UNIVERSIDAD DE CUENCA

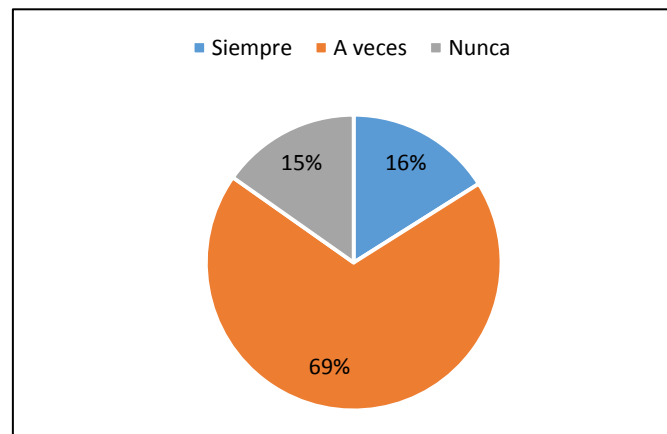
**Tabla 24. Hacer nuevos amigos**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	39	16
A veces	167	69
Nunca	37	15
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 25. Hacer nuevos amigos**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto a la gratificación de usar las redes sociales para hacer nuevos amigos, se observa que el 69% (167 estudiantes) a veces las usan por ese motivo, el 16% (39 estudiantes) siempre les gratifica hacer nuevos amigos, y el 15% (37 estudiantes) no lo usan con ese motivo.

Nuevamente se observa que si bien la mayoría de estudiantes no siempre está intentando hacer nuevos amigos, sin embargo es evidente que encuentran una retribución de las redes sociales en la oportunidad de conocer gente nueva o de incluir a gente que ya conocen dentro de su red de amigos. Es así que dentro del factor de relaciones interpersonales, la mayor gratificación que reciben los estudiantes adolescentes es hacer nuevos amigos.



### 3. Identidad personal

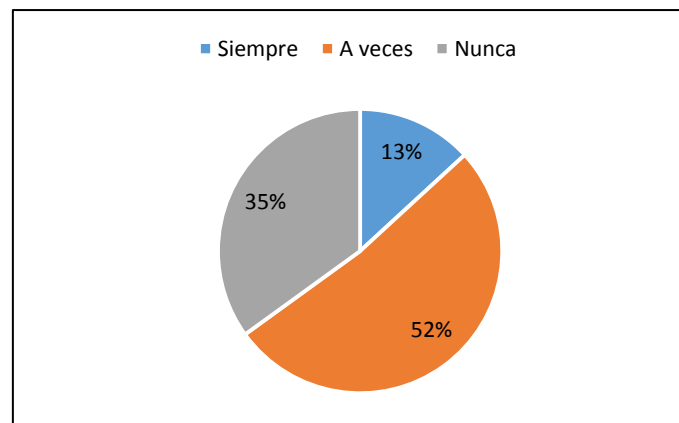
**Tabla 25. Expresar mis sentimientos**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	32	13
A veces	126	52
Nunca	85	35
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 26. Expresar mis sentimientos**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

En cuanto al uso y gratificación que sienten los estudiantes al utilizar las redes sociales para expresar sus sentimientos, se observa el 52% (126 estudiantes) a veces siente gratificación con esta característica, el 35% (85 estudiantes) nunca utiliza las redes para expresar sus sentimientos, y el 13% (32 estudiantes) siempre las usan para expresar lo que sienten.

En este factor de identidad personal como gratificación de las redes sociales, considerando los porcentajes de “siempre” y “a veces”, se observa que muchos estudiantes usa con frecuencia las redes para expresar sus sentimientos a



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

través de sus publicaciones, lo cual pueden hacerlo de forma directa, escribiendo lo que sientes, o de forma indirecta, compartiendo canciones, frases prediseñadas, con imágenes, etc.

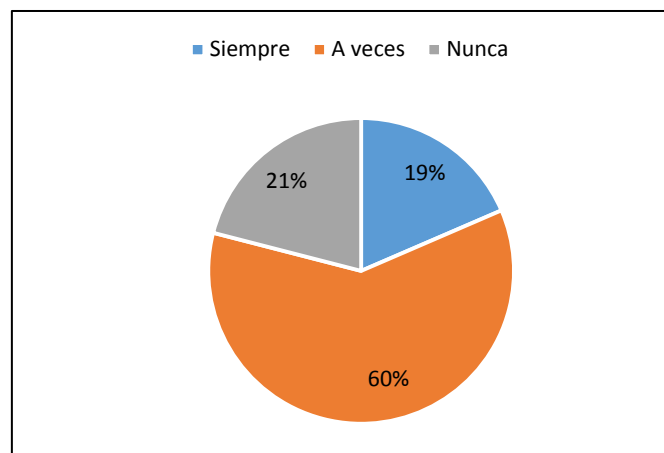
**Tabla 26. Recibir consejos de mis amigos**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	45	19
A veces	147	60
Nunca	51	21
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 27. Recibir consejos de mis amigos**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

El 60% (147 estudiantes) a veces usan las redes sociales para recibir consejos de sus amigos, el 21% (51 estudiantes) no las utiliza para recibir consejos de sus amigos, y el 19% (45 estudiantes) siempre utilizan las redes sociales con la finalidad de recibir consejos.

De acuerdo con el número de respuestas obtenidas en la opción “a veces” se puede señalar que las redes sociales sirven para los estudiantes



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

adolescentes como medio para compartir lo que sienten y a la vez recibir la atención y el consejo de sus amigos, lo cual plantea dos opciones: los estudiantes no siempre tienen dificultades que sientan que deben compartir en las redes sociales, o, los estudiantes no gustan de pedir consejos a través de este medio virtual, pues lo más probable es que este tipo de situaciones las prefieran manejar personalmente con sus amigos, dando lugar al mantenimiento de la comunicación cara a cara.

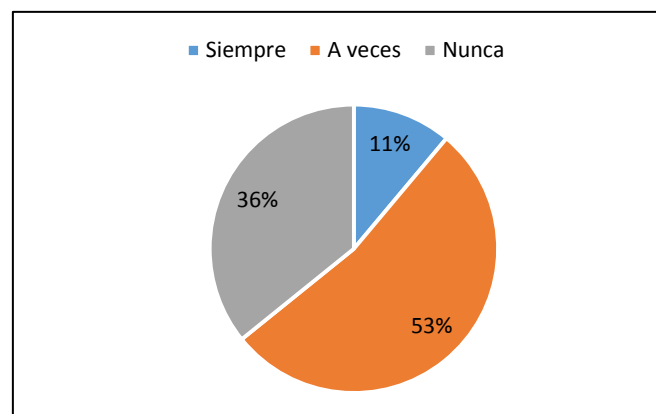
**Tabla 27. Dar a conocer mis gustos y preferencias sobre determinados temas**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	27	11
A veces	129	53
Nunca	87	36
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 28. Dar a conocer mis gustos y preferencias sobre determinados temas**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto al uso de las redes sociales para dar a conocer sus gustos y preferencias sobre determinados temas, se observa que el 53% (129 estudiantes) a veces usan las redes con esta finalidad, el 36% (87 estudiantes)



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

no la usan para dar a conocer estas características, y el 11% (27 estudiantes) siempre las usan con esta finalidad.

Al igual que la pregunta anterior, se observa un porcentaje importante de estudiantes que no sienten que reciben un incentivo para dar a conocer sus gustos y preferencias a través de las redes sociales, es decir que el uso de estos medios de comunicación como herramienta para desarrollar su identidad personal no es recurrente en este grupo.

### 4. Vigilancia

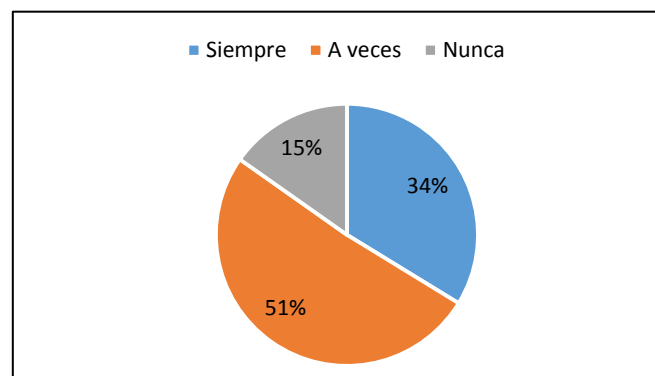
**Tabla 28. Estar informado sobre las actividades o eventos sociales de mis contactos**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	82	34
A veces	124	51
Nunca	37	15
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 29. Estar informado sobre las actividades o eventos sociales de mis contactos**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

En este caso los resultados muestran que el 51% (124 estudiantes) usa las redes sociales para mantenerse informado sobre las actividades o eventos sociales de sus contactos, el 34% (82 estudiantes) siempre usan las redes para estar informados, y el 15% (37 estudiantes) no las usa con este objetivo.

Las redes sociales como elemento de vigilancia, considerando los resultados de “siempre” y “a veces”, con frecuencia representan una gratificación para los estudiantes adolescentes quienes están utilizando estos medios para mantenerse informados sobre actividades o eventos sociales que comparten sus amigos, lo cual también lleva a pensar que a través de las redes sociales, los estudiantes buscan oportunidades para poder salir con sus amigos e interactuar con ellos de forma personal. En tal sentido, las redes sociales cumplen su papel como medios de comunicación por excelencia, puesto que debido al gran número de usuarios, las noticias sobre eventos sociales circulan a mayor velocidad.

**Tabla 29. Comentar noticias que he escuchado o he visto**

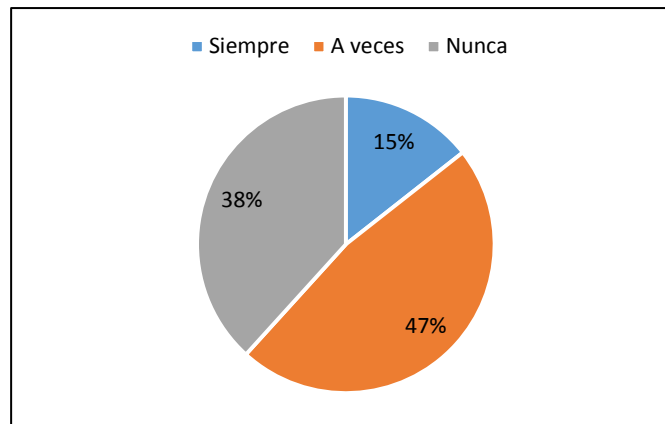
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	35	14
A veces	115	47
Nunca	93	38
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira



**Gráfico 30. Comentar noticias que he escuchado o he visto**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto al uso de las redes sociales para comentar noticias que los adolescentes han escuchado, el 47% (115 estudiantes) a veces usan las redes para comentar noticias, el 38% (93 estudiantes) nunca usan las redes con este fin, y el 14% (35 estudiantes) siempre usan las redes para comentar noticias que han escuchado o visto.

En esta ocasión, el hecho de comentar las noticias que han escuchado o visto como factor de vigilancia, no representa una mayor gratificación en este grupo de estudiantes adolescentes, puesto que se observa un importante porcentaje de estudiantes que nunca siente un incentivo o recompensa al comentar noticias.

## **2.2.5. Necesidades**

### **1. Necesidades cognitivas**



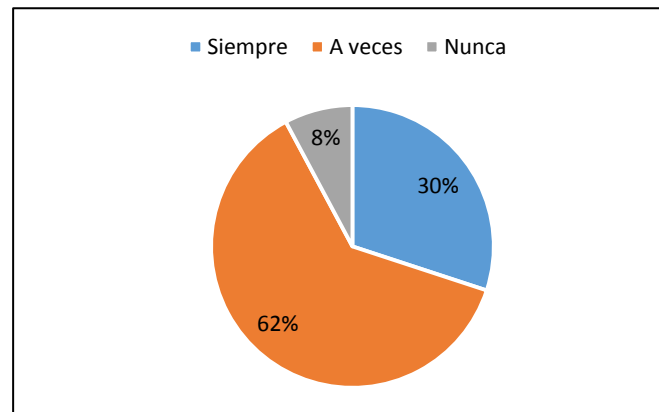
**Tabla 30. Mantenerme informado sobre noticias internacionales y locales**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	73	30
A veces	151	62
Nunca	19	8
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 31. Mantenerme informado sobre noticias internacionales y locales**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto a las necesidades que cubren las redes sociales, se observa que el 62% (151 estudiantes) a veces usan las redes sociales para mantenerse informados sobre noticias internacionales y locales, el 30% (73 estudiantes) siempre usan las redes para mantenerse informados, y el 8% no lo usa con esa finalidad.

Sobre la necesidad cognitiva de mantenerse informado, los estudiantes adolescentes mayoritariamente usan las redes sociales para cubrir esta necesidad de conocer noticias de carácter nacional e internacional, lo cual resulta bastante positivo tanto desde el punto de vista educativo, como en el área comunicativa, puesto que las redes sociales están cumpliendo con su papel comunicador no solo de información personal, sino de los





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

acontecimientos mundiales, y logran además captar la atención de este grupo de adolescentes a través de plataformas virtuales que les resultan más atractivas.

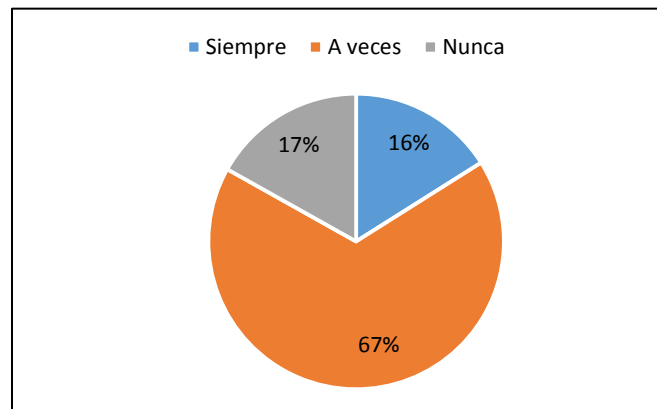
**Tabla 31. Aprender de otras personas**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	39	16
A veces	163	67
Nunca	41	17
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 32. Aprender de otras personas**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Sobre la necesidad de aprender de otras personas, el 67% (163 personas) a veces usa las redes sociales para aprender, el 17% (41 estudiantes) no usan las redes para cubrir una necesidad de aprender de otras personas, y el 16% (39 estudiantes) considera que siempre usa las redes para cubrir esta necesidad.

Aunque no sucede con tanta frecuencia, se observa que los estudiantes adolescentes están utilizando las redes sociales por la necesidad de aprender cosas nuevas que otras personas tienen para compartir. Esto se puede aludir al hecho de que actualmente se ha desarrollado una nueva manera de compartir



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

información a través de los “youtubers” que son personas con canales de vídeos en los que comparten novedades o enseñan a hacer manualidades, cocina, resolución de problemas, etc., y cuyos vídeos son compartidos a través de las redes sociales.

### 2. Necesidades afectivas

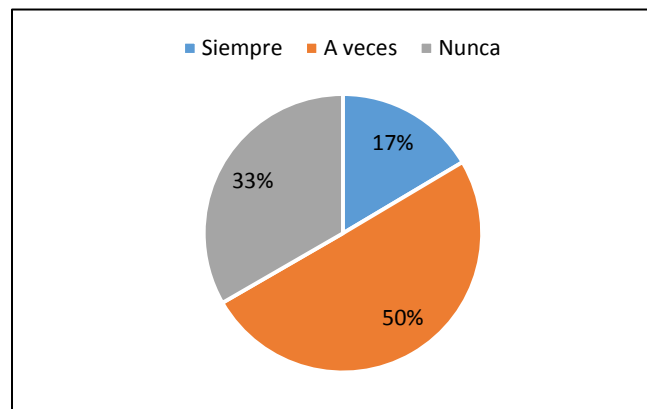
**Tabla 32. Encontrar amigos que me escuchen**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	40	16
A veces	122	50
Nunca	81	33
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 33. Encontrar amigos que me escuchen**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto a la necesidad de encontrar amigos que los escuchen, el 50% (122 estudiantes) a veces siente que las redes sociales cubren esta necesidad, el 33% (81 estudiantes) nunca ha usado las redes con este objetivo, el 16% (40 estudiantes) siempre usa las redes sociales para encontrar amigos.

Los datos muestran que los estudiantes adolescentes no sienten que encontrar amigos que los escuchen es una necesidad importante que deban



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

cubrir con las redes sociales. Al igual que sucedió con la gratificación de buscar consejos o compartir sus sentimientos, se observa nuevamente que la red social no es estrictamente un elemento para cubrir esta necesidad de afecto, por lo que se infiere que este grupo de adolescentes aún prefiere la interacción personal en estos casos.

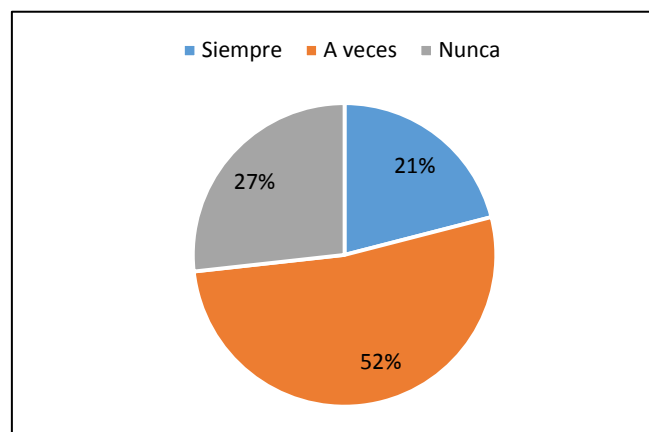
**Tabla 33. Compartir con personas que les guste las mismas cosas que a mí**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	51	21
A veces	127	52
Nunca	65	27
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 34. Compartir con personas que les guste las mismas cosas que a mí**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto a la necesidad de usar las redes sociales para compartir con personas que les gusta las mismas cosas que a ellos, el 52% (127 estudiantes) señala que a veces usa las redes para compartir, el 27% (65 estudiantes) indica que no usa las redes para compartir con personas con sus mismos



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

gustos, y el 21% (51 estudiantes) dice que siempre usa las redes para compartir con personas que les gusta lo mismo que ellos.

Con un poco más de incidencia que la pregunta anterior, se observa que las redes sociales con frecuencia cubren la necesidad afectiva de compartir con personas que tienen los mismos intereses, lo cual se facilita con las redes sociales, puesto que, por ejemplo Facebook, ofrece la oportunidad de crear grupos homogéneos según los intereses de los usuarios, de modo que en estos grupos se comparte información que interesa o gusta a todas las personas que forman parte del mismo.

### 3. Necesidades de identidad personal

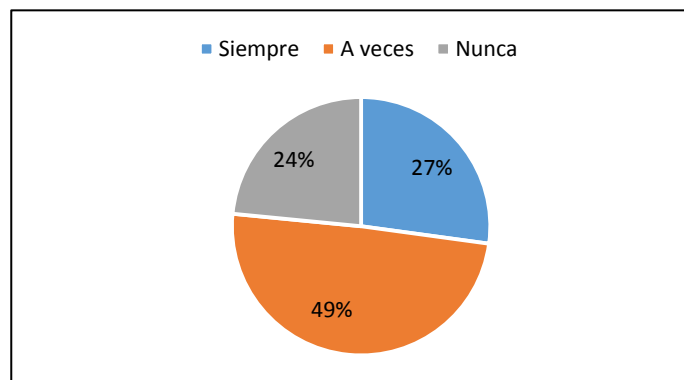
**Tabla 34. Recibir “likes” en las publicaciones de mi muro (fotos, comentarios, etc.)**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	66	27
A veces	120	49
Nunca	57	23
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 35. Recibir “likes” en las publicaciones de mi muro**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Sobre el uso de las redes sociales para cubrir la necesidad de recibir “likes” en sus publicaciones, se observa que el 49% (120 estudiantes) a veces usan las redes sociales para recibir aceptación en sus publicaciones, el 27% (66 estudiantes) siempre usa las redes con ese objetivo, y el 23% (57 estudiantes) no las usa para esta necesidad.

La necesidad de reafirmar su identidad personal a través de recibir aceptación de sus publicaciones por parte de los amigos, es importante para este grupo de estudiantes, que si bien no siempre esperan cubrir esta necesidad, sin embargo se evidencia que las redes sociales para muchos tiene este fin de percibir aceptación de las cosas que ellos comparten, tal vez porque buscan que los demás conozcan más sobre ellos y sentir que a los demás les parecen interesantes.

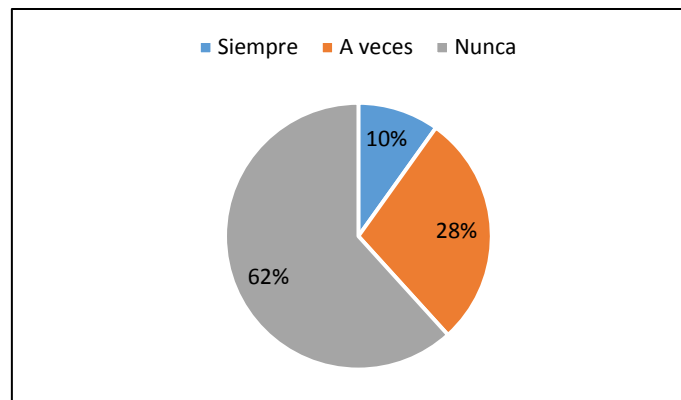
**Tabla 35. Ser popular**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	24	10
A veces	69	28
Nunca	150	62
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 36. Ser popular**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Con respecto a la necesidad de ser populares, el 62% (150 estudiantes) no usan las redes sociales para ser populares, el 28% (69 estudiantes) a veces las usa con ese objetivo, y el 10% (24 estudiantes) indica que siempre siente que usa las redes sociales para ser populares.

Relacionado con la pregunta anterior, esta vez se observa que una rotunda mayoría de estudiantes no tiene interés de ser populares, únicamente esperan que la información que comparten sea del gusto de los demás, nuevamente sentir aceptación, pero no necesitan convertirse en adolescentes populares entre su grupo de amigos, por lo tanto las redes sociales son medios para compartir y no un fin de identidad personal.

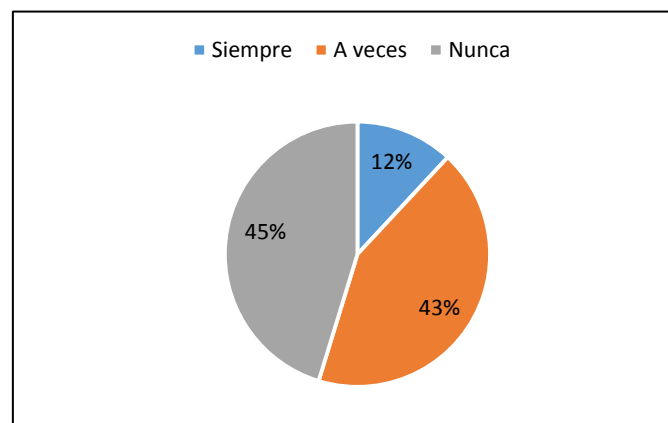
**Tabla 36. Ser parte de la moda de utilizar redes sociales**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	29	12
A veces	104	43
Nunca	110	45
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 37. Ser parte de la moda de utilizar redes sociales**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Se observa que el 45% (110 estudiantes) no usan las redes sociales por la necesidad de ser parte de la moda de utilizar esta tecnología, mientras que el 43% (104 estudiantes) a veces usa las redes sociales para ser parte de la moda, y el 12% (29 estudiantes) siempre las usa para ser parte de lo que hacen los otros adolescentes.

En correspondencia con la necesidad de ser populares, con estos resultados se reafirma que los estudiantes adolescentes no buscan ser parte de la moda que representa hoy estar al día en las tecnologías y tener cuenta en una red social, se define que los estudiantes no tienen la necesidad de buscar aceptación personal, se usan las redes sociales como medio de comunicación no como instrumento para darse a conocer.

### 5. Necesidades de integración social

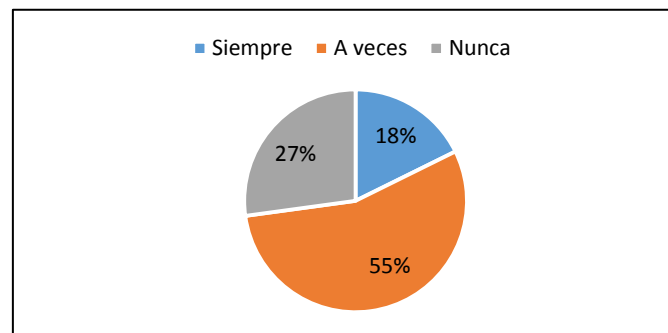
**Tabla 37. Invitar o ser invitado a actividades sociales programadas por mis amigos**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	43	18
A veces	134	55
Nunca	66	27
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 38. Invitar o ser invitado a actividades sociales programadas por mis amigos**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Con respecto a la necesidad de invitar o ser invitado a actividades sociales de sus amigos a través de las redes sociales, el 55% (134 estudiantes) a veces usan las redes sociales para esto, el 21% (66 estudiantes) nunca usa las redes con esta finalidad, y el 18% (43 estudiantes) indica que las redes sociales lo ayudan a cubrir la necesidad de invitar o ser invitados a actividades sociales.

En correspondencia con la gratificación de mantenerse al tanto de eventos y actividades sociales que organizan sus amigos, se observa esta vez que los estudiantes adolescentes sienten que las redes sociales con frecuencia cubren la necesidad de ser invitados a actividades sociales, con lo cual se muestra que las redes sociales son un medio de información para que los adolescentes puedan programar actividades que los lleve a interactuar de manera personal con sus amigos, las redes no son sustitutas de interacción social, pero son un medio para ello.

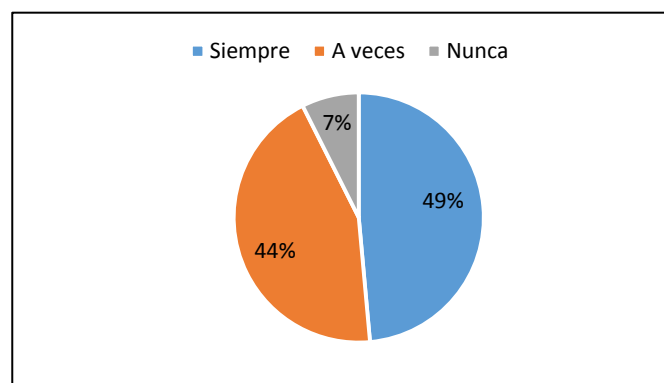
**Tabla 38. Mantenerme en contacto permanente con mi familia y amigos**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	118	49
A veces	107	44
Nunca	18	7
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 39. Mantenerme en contacto permanente con mi familia y amigos**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Con respecto a la necesidad de mantenerse en contacto permanente con su familia y amigos, el 49% (118 estudiantes) indica que usas las redes para esto, el 44% (107 estudiantes) usa las redes sociales para mantener contacto con su familia y amigos, y el 7% (18 estudiantes) nunca usan las redes con este fin.

Sin duda esta es una pregunta definitiva porque la mayoría de respuestas indican que los estudiantes adolescentes siempre usan las redes sociales con la necesidad de mantenerse en contacto permanente con la familia y los amigos, es decir que, las redes sociales se reafirman como un medio de comunicación entre los estudiantes y sus allegados, cumplen una función de integración social.

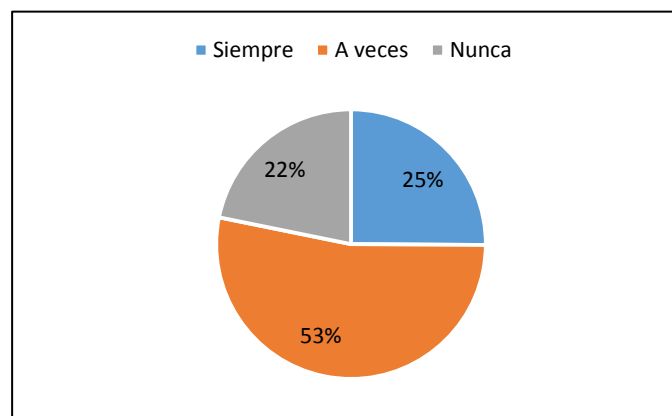
**Tabla 39. Ser parte de un grupo**

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	61	25
A veces	129	53
Nunca	53	22
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

**Gráfico 40. Ser parte de un grupo**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Sobre esta necesidad, los datos indican que el 53% (129 estudiantes) a veces usa las redes sociales para sentirse parte de un grupo, el 25% (61 estudiantes) siempre utiliza las redes para ser parte de un grupo, y el 22% (53 estudiantes) no las utiliza para esta necesidad.

Si bien se ha visto anteriormente que los estudiantes no buscan ser populares en las redes sociales, sin embargo sí buscan ser parte de un grupo aunque este no sea el más reconocido por todos en las redes, los estudiantes únicamente pretenden que las redes sociales les permitan sentirse parte de un grupo. En este sentido, se manejarán comunicaciones que sean del interés de su grupo, y se puede señalar que en este aspecto los adolescentes requieren atención, puesto que muchas de las veces estos grupos son cerrados, es decir que solo tienen acceso los miembros del grupo, por lo que no se puede tener control del contenido informativo que se comparte.

### 6. Necesidades de escape

**Tabla 40. Enterarme de novedades sobre la vida de mis amigos**

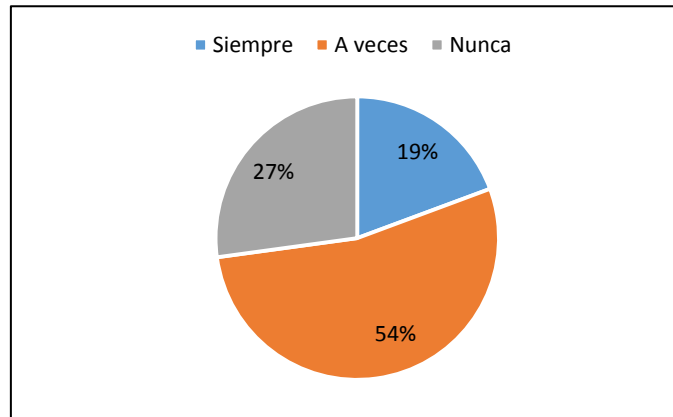
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	47	19
A veces	130	53
Nunca	66	27
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira



**Gráfico 41. Enterarme de novedades sobre la vida de mis amigos**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Sobre la necesidad de enterarse de novedades sobre la vida de sus amigos, el 53% (130 estudiantes) a veces utiliza las redes sociales para enterarse de estas novedades, el 27% (66 estudiantes) no las utilizan por esa necesidad, y el 19% (47 estudiantes) siempre usa las redes con esta necesidad.

Los estudiantes con frecuencia buscan cubrir la necesidad de estar al tanto de novedades de sus amigos, pero no se puede señalar como determinante, pues un porcentaje importante indica que nunca lo hace con este fin, por lo tanto, las redes sociales son una fuente de información sobre la vida de los adolescentes y sus amigos, pero no capta totalmente la atención de los estudiantes porque no tienen interés en ello.

**Tabla 41. Revisar los videos y memes que comparten**

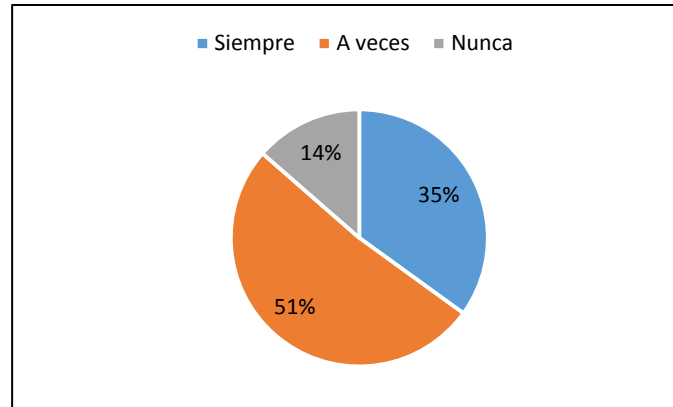
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	85	35
A veces	125	51
Nunca	33	14
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira



**Gráfico 42. Revisar los videos y memes que comparten**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto a la necesidad de revisar los vídeos y memes que comparten entre sus amigos, se muestra que el 51% (125 estudiantes) a veces lo hace, el 35% (85 estudiantes) siempre usa las redes para revisar vídeos compartidos, y el 14% (33 estudiantes) no usan las redes para esta necesidad.

Al igual que ha sucedido con la gratificación de entrenarse con las redes sociales, esta vez se observa que los estudiantes adolescentes en su mayoría utilizan las redes por la necesidad de ver vídeos y memes (bromas) que los amigos comparten, es decir que, las redes sociales cumplen una función de medios de comunicación de entretenimiento y diversión para este grupo.

**Tabla 42. Relajarme después de hacer los deberes**

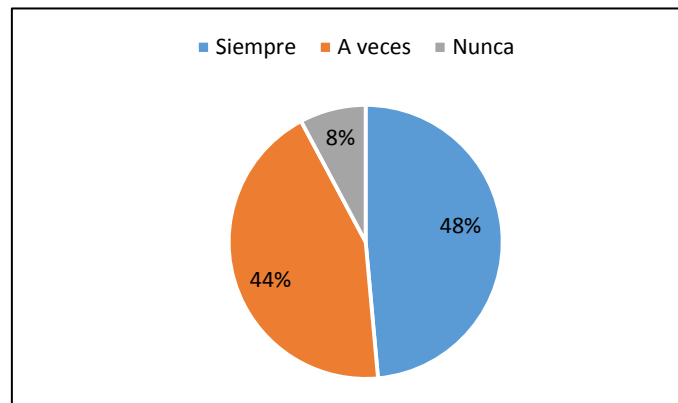
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	118	49
A veces	106	44
Nunca	19	8
TOTAL	243	100

**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira



**Gráfico 43. Relajarme después de hacer los deberes**



**Fuente:** Encuesta aplicada a estudiantes de bachillerato

**Elaborado por:** Gissela Rivadeneira

Con respecto a la necesidad de usar las redes sociales para relajarse después de hacer los deberes del colegio, el 48% (118 estudiantes) indica que siempre usa las redes sociales para relajarse, el 44% (106 estudiantes) a veces usa las redes por la necesidad de relajación, y el 8% (19 estudiantes) no usa las redes sociales con esta finalidad.

Dentro de las necesidades, esta pregunta es importante porque se observa que hay una gran mayoría de estudiantes adolescentes que siempre usa las redes por la necesidad de relajarse después de cumplir con sus tareas del colegio, lo que permite determinar que las redes sociales sirvan para los adolescentes definitivamente como un distractor y fuente de entretenimiento. Por otra parte, es un indicativo de que las redes sociales no son precisamente utilizadas con fines académicos.

### **2.3. Presentación de resultados de los docentes**

Las entrevistas se realizaron a 38 docentes de las asignaturas: Desarrollo del Filosófico, Física, Química, Mecánica Automotriz, Literatura y Educación Física, Lengua y Literatura, Inglés entre otras; todos los docentes entrevistados pertenecen al Colegio De Bachillerato “Macas” y sus años de experiencia docente oscilan entre 2 a 34 años.



**Pregunta 1: ¿Usted utiliza alguna de estas tecnologías para impartir las clases? ¿Por qué?**

En relación a la primera pregunta se puede desatacar que la mayoría de entrevistados señalan que la utilización de las tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) dentro de la educación ha avanzado de una manera muy rápida y que permiten optimizar el proceso de enseñanza y aprendizaje, al respecto:

Efectivamente sí las utilizó porque es una herramienta de trabajo, de acuerdo a los tiempos que han cambiado, hoy al menos estamos incorporados en la nueva era de la tecnología , en lo que es el sistema el Ministerio mismo, el Distrito nos ha permitido de que los maestros prácticamente estemos actualizados entorno al sistema, sobretodo en el informático. (Tuquinga, 2016)

A pesar de que los entrevistados consideran como una necesidad actual de parte de la educación la utilización de las TICs, sin embargo, muchos de ellos la asocian a la utilización únicamente de proyectores multimedia, computadora y celulares; son pocos los entrevistados que relacionan las TICs con algún software educativo, en referencia a esto: “Sí, computadora, celulares, al menos cuando estamos con el PREZI, a los que van a formar parte del Bachillerato Internacional, a ellos se le permite que utilicen el teléfono debido a que ellos encuentran la información que necesitan” (Cabrera, 2016); en relación a la cita anterior podemos observar que algunos docentes miran a las TICs más allá de los periféricos físicos y se interesan en la investigación e interacción del software educativo existente en la web.

**Pregunta 2: ¿Cree que el uso de las nuevas tecnologías ha ayudado a que los estudiantes aprendan mejor? ¿Por qué?**

En cuanto a la segunda pregunta en relación a la utilización de las nuevas tecnologías para el aprendizaje, la mayoría de entrevistados coinciden que son



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

muy importantes para el proceso de enseñanza y aprendizaje pero enfatizan acerca de la correcta utilización de las mismas, en referencia a esto:

Efectivamente, sabiendo utilizarlo, o sea, como le decía de la parte docente lo que es el trabajo, es importante porque aporta, pero ya yendo a la parte estudiantil lo que sugeriría es que, así como hay facilidades, hay beneficios, pero hay también como usarla, es decir, hay que saber cómo usarla, darles tiempo a las investigaciones, consultas, pero cuando vayamos a las redes sociales en cambio perjudican. (Parra, 2016)

La mayor parte de los entrevistados consideran que la utilización correcta de las TICs contribuye al aprendizaje de una manera significativa, incluso las redes sociales que son vistas como perjudiciales para los estudiantes, en relación a esto:

Claro, sabiéndolos utilizar bien dan buenos resultados, por ejemplo: se hacen grupos en Facebook, se hacen videos, se suben los mismo celular, los celulares se pueden utilizar en el aula, yo soy enemigo de aquellos profesores que dicen que no utilicen el celular en el aula, al contrario, deben utilizarlo, porque en los celulares hay calculadores, televisión, internet, esta todo. (Gutiérrez, 2016)

Las redes sociales, los videos, el propio software educativo que se encuentran en la web, son herramientas que permiten generar un aprendizaje interactivo y multimedia, en el cual, los estudiantes pueden interesarse por su propio aprendizaje y pueden interactuar conjuntamente con el docente; de esta manera, el proceso de enseñanza y aprendizaje se vuelve más dinámico y genera interés por parte de los educandos.

**Pregunta 3: ¿Utiliza usted alguna red social educativa para impartir clases o enviar tareas? ¿Qué red social y por qué la utiliza?**

En la pregunta relacionada a la utilización de redes sociales educativas para impartir la asignatura y el envío de tareas, la mayor parte de entrevistados



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

utilizan la red social Facebook y para las tareas o refuerzo de la asignatura el correo electrónico, en este aspecto:

Generalmente utilizamos ocasionalmente las redes sociales de Facebook con grupos cerrados con cada uno de los cursos y paralelos, con la finalidad de enviar actividades, enviar material audiovisual, tutoriales, material de refuerzo para que ellos descarguen y allí puedan revisar sus actividades que necesitan para las clases. (Bermeo, 2016)

Las redes sociales pueden contribuir principalmente a generar una interacción más cercana y directa con el docente, sin embargo, en el caso exclusivo de Facebook desde el punto de vista pedagógico algunas investigaciones señalan que desvía el interés por el aprendizaje, puesto que, se mezclan cuestiones personales que no tienen nada que ver con el proceso de enseñanza y aprendizaje; a pesar de ciertos riesgos que presenta utilizar Facebook dentro de la educación los entrevistados han vuelto parte del proceso educativo a esta red social.

Los docentes entrevistados sostienen que la utilización de esta red social puede contribuir de sobremanera al proceso educativo en lo que respecta a la realización de trabajos académicos, en referente a esto: “Claro, por ejemplo: dentro del Facebook hay los grupos sociales, y yo utilizo el Facebook para hacer actividades, yo lo utilizo para desmitificar al Facebook que es malo, el Facebook es bueno, sirve para hacer trabajos académicos”. (Cabrera P. , 2016)

**Pregunta 4: ¿Cree usted que sus estudiantes utilizan las redes sociales para uso personal? ¿Qué opinión tiene sobre esto?**

En cuanto a la pregunta que se refiere a la utilización de las redes sociales por parte de los estudiantes para el uso personal, los entrevistados señalan que un pequeño porcentaje de estudiantes lo realiza con fines académicos mientras que los demás que representan la mayoría de estudiantes acceden a Facebook para distraerse lo cual no contribuye de ninguna manera al proceso de enseñanza y aprendizaje, en relación a esto:





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Para la parte académica, lo que yo he podido venir observando en estos 2 años que vengo experimentando con este proceso, yo creo que tal vez un 10% de los estudiantes verdaderamente utilizan las redes sociales con la finalidad de apoyarse en los procesos de aprendizaje, el resto no lo hace, lo hace exclusivamente para distracción, para situaciones personales, poco menos, para la parte educativa. (Alvarado, 2016)

Las redes sociales representan un avance gigante en relación a la comunicación en estos días, empero, la visión de las redes sociales se enfocan hacia el entretenimiento, por lo que, dentro del ámbito educativo conviene utilizar otro tipo de redes sociales que no distraigan y que se vinculen directamente con el aspecto educativo; sólo de esta manera podremos observar los beneficios de las redes sociales.

### **Pregunta 5: ¿Cree que el uso que los estudiantes le dan a la red social afecta tu rendimiento académico? ¿Por qué?**

En relación a la pregunta que se refiere a la utilización de las redes sociales con el rendimiento académico, los entrevistados coinciden que el uso de este tipo de redes no es mala sino el abuso que se realiza de la misma, en referencia a esto:

Lo que hablaríamos, es incorrecto los excesos, el abuso del uso de la tecnología, porque en cierta manera está afectando al trabajo cotidiano pedagógico de los estudiantes, porque más de encuentran involucrados en este tipo de redes sociales Facebook, twiter, etc. (Ramírez, 2016)

Como ya se señaló anteriormente las redes sociales con enfoque educativo tales como: Edmodo no representan un peligro para los estudiantes, puesto que, su entorno virtual contiene elementos en los cuales se pueden vincular diferentes actividades educativas que invita a los estudiantes a interesarse por su aprendizaje; no así son las redes sociales tales como Facebook que el



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

único interés es el entrenamiento, lo cual, aleja completamente al estudiante de algún fin educativo, al respecto:

Bueno, yo diría más bien, que el hecho de que ocupan más tiempo dedicado a las redes sociales para asunto personal, hace que ellos tengan menos tiempo para dedicarse a estudiar, si afectaría en un determinado momento a que su rendimiento académico no sea el adecuado. (Cardoso, 2016)

En relación a la cita anterior, el contenido y el entorno social que propone Facebook no es adecuado para el ámbito educativo, puesto que, no está dirigido hacia la educación sino que su carácter social se encuentra vinculado con el entretenimiento.

### **Pregunta 6: Por qué cree que los estudiantes usan las redes sociales?**

En referencia a la pregunta con respecto al porqué los estudiantes utilizan las redes sociales, los entrevistados señalan que más lo realizan para el uso personal y de distracción, dejando en un segundo plano el aspecto educativo, referente a esto:

El ser humano es un ser sociable, necesita necesariamente, intrínsecamente necesitamos estar rodeados de los seres queridos, no necesitamos alejarnos, y estamos yendo por el camino de acercarnos a la gente que estimamos, a la familia que por ejemplo es lejos, a las amistades. (Parra, 2016)

De este modo, podemos observar que las redes sociales son utilizadas para el uso personal de los estudiantes relegando completamente el trabajo académico, al respecto: “Bueno. Efectivamente, no se creemos de que al menos de modo personal ellos están vinculados más al asunto emocional, a las emociones, porque, ya digo sería provechoso de que ellos la utilicen entorno al trabajo estudiantil” (Ramírez, 2016) , por lo que, en lugar de brindar un acercamiento cercano hacia el aprendizaje, las redes sociales sin enfoque



educativo desvinculan al estudiante direccionándolo hacia otros ámbitos menos el educativo.

**Pregunta 7: ¿Cree que las redes sociales influyen en la forma de ser de los estudiantes? ¿Cómo influye?**

En cuanto a la pregunta relacionada a la manera en la cual las redes sociales pueden influenciar la forma de ser de los estudiantes, la mayoría de los entrevistados señalan que la influencia es muy profunda, puesto que, las redes sociales presentan un sinnúmero de patrones culturales que provocan el interés por los jóvenes, los cuales, se empeñan por imitar y copiar, en relación a esto:

En realidad influir de acuerdo con la situación que vivimos ahora social, yo creo que hasta cierto momento sí. Porque las redes sociales tienen todo tipo de información muy libre, entonces ellos ven lo que pasas en otros países, lo que para en otros lugares y a veces tratan de imitar o tratan de copiar actitudes o acciones pues que no son propias de ellos, entonces, obviamente eso hace que el comportamiento de ellos, la actitud de ellos, modifique su desempeño dentro de su entorno normal. (Carpio, 2016)

Lamentablemente en edades tempranas los niños, adolescentes y jóvenes son más vulnerables a la información que ellos reciben, y las redes sociales al tener un carácter global crean imaginarios que transforman la identidad del menor, por lo que, este tipo de influencia en el mayor de los casos es negativa, en referencia a esto:

Si tiene mucho que ver, porque ellos cambian bastante, si cambian, porque por medio de eso hay personas que por medio de estas redes les pueden vender, ofrecer productos de diferentes maneras, y ellos seden fácilmente y más aún cuando son adolescentes que no están al tanto de lo que puede ocurrir. (López, 2016)



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Otro aspecto negativo que señalan los entrevistados radica en que las redes sociales se mueven con intereses económicos que responden a una lógica del consumo, en la cual, los menores representan un nicho de mercado apetecible, por lo que, la información se encamina en crear patrones culturales que alienan la identidad de los menores y por lo cual se direccionan hacia una cultura del consumo.

### **Pregunta 8: ¿Cree que la vida de sus estudiantes sería igual si no hubieran redes sociales? ¿Por qué?**

La mayor parte de los docentes entrevistados han resaltado que la vida de los estudiantes sin las redes sociales no sería igual, pues muchos coinciden al argumentar que ellos han crecido en este entorno tecnológico y se han acostumbrado a mantener una interacción social a través de estos medios de comunicación: “No pues, sería como en mi tiempo, que no había jugábamos con canicas, jugábamos con trompos, ahora son otros juegos, otras comunicaciones, otras cosas” (Montenegro, 2016). “Si ellos no tienen redes sociales, si no tienen internet para distraerse entre comillas, pues obviamente ellos tendrían una situación muy complicada” (Gutiérrez, 2016).

En el aspecto educativo, los docentes piensan que la realidad de los estudiantes sería diferente, especialmente en la manera de cumplir con sus tareas académicas: “No, yo pienso que serían mejores, serían mejores en rendimiento, en comportamiento, porque eso no interviene ya, o sea, ellos únicamente se dedicarían a estudiar” (Galarza, 2016).

Claro, creemos que si no hubiera la tecnología igual ellos tuvieran que hacer trabajos manuales, es decir, yendo a bibliotecas, consultando textos, porque a veces a pesar de las facilidades, como están inmersos en otras redes sociales se dejan mucho influenciar por eso dejando lo otro a veces a parte. (Bravo, 2006)

En general, los docentes mayormente explican que la vida de los estudiantes sin redes sociales y todos los equipos electrónicos que hoy les rodean, tendrían



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

una vida diferente y mejor, tanto en el aspecto académico como personal, y consideran que la comunicación sería también mejor dentro del hogar.

### **Pregunta 9: ¿Cuál cree que sería el uso adecuado que se les debe dar a las redes sociales para que aporten a la educación?**

La mayor parte de los docentes entrevistados han indicado que la mejor manera de aprovechar la tecnología de las redes sociales, sería con el aporte y preparación de los docentes para saber cómo manejar las redes e incluirlas dentro del currículo, además que resaltan la importancia del docente en su rol de guía de los estudiantes para promover su uso adecuado: “Nosotros como profesores debemos ser la guía principal para fomentar en los chicos valores apropiados para el uso de las redes sociales y todas las tecnologías comunicacionales en general” (Castro, 2016). “Yo creo que de manera pedagógica realizando tareas, investigaciones, minorando el ingreso a las redes sociales, porque más utilizan el Facebook en la actualidad y eso hace que no permita aquello” (López, 2016)

Un aporte importante lo hace el profesor Luis Alvarado, quien menciona la importancia de las redes sociales como recursos para la comunicación, por lo que deberían ser aprovechadas para transmitir conocimientos y aplicar métodos de aprendizaje más interactivos. Al respecto, se

Primero, teniendo en cuenta que las redes sociales fueron creadas como una herramienta exclusivamente para comunicación, ese debería ser el aspecto más importante que ellos deben entender. Las redes sociales, son un instrumento tecnológico que nos ayuda a comunicarnos con mucha facilidad y mucha rapidez y obviamente allí también nos permite transferir comunicación o información de carácter educativo que les puede a ellos llegar sin ningún problema con toda rapidez y de cualquier parte del mundo, capaz de que ellos pueden actualizar sus conocimientos, puedan mejorar su aprendizaje con mucha facilidad. (Alvarado, 2016)



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Por otra parte, los docentes señalan que para un adecuado uso de las redes sociales se debería incluir a los padres de familia, puesto que en el hogar también se requiere un control y guía para los adolescentes:

Necesariamente tenemos que estar involucrados, los padres primeramente, padre y madre independientemente si tenemos un núcleo familiar establecido. Padre y madre tenemos totalmente la responsabilidad de educarnos en redes sociales y a partir de eso que seamos fuente de aporte para nuestros hijos y también lo profesores. (López, 2016)

De esta manera, los docentes creen que si se pudiera lograr en el sistema educativo que los estudiantes desde niños empiecen a utilizar adecuadamente las redes sociales, entonces los estudiantes aprenderían a administrar su tiempo y utilizar las redes en determinado horario y con finalidades acertadas, por ejemplo, para comunicarse con otros estudiantes, otras instituciones, colegios, en otros países a través de los temas e inquietudes que tengan sobre las mismas materias que tienen aquí, todo ello ayudaría en el proceso de aprendizaje.

### **2.4. Discusión de resultados**

Los resultados obtenidos por parte de los 243 estudiantes encuestados, entre los que se observó una muestra equitativa de mujeres y varones, con lo que se asegura la obtención de criterios que no difieran o se vean interferidos por factores de género. Por otra parte, las edades de los participantes garantizan que el estudio se realiza esencialmente con adolescentes, pues las edades están entre el rango de 14 a 19 años mayoritariamente, demostrando que son estudiantes que atraviesan la etapa de la adolescencia media, que de acuerdo con la OMS es la adolescencia propiamente dicha.

Al evaluar las características de uso personal de las redes sociales, se ha empezado por analizar la situación tecnológica de los hogares de estos estudiantes, encontrando que existen aún porcentajes importantes de



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

estudiantes que no cuentan con un computador en casa, lo que llama la atención pues la tendencia actual apunta a un crecimiento acelerado de acceso a estas tecnologías, tal como lo señalan los reportes de datos proporcionados por el estudio de Franco (2013), se conoce que el 74% de hogares de los países desarrollados poseen una computadora y el 71% Internet. Sobre este último, también se ha observado que una gran parte de los estudiantes no cuentan con internet en sus casas, que también es un punto de interés que muestra que el sector en que se desenvuelven estos estudiantes, está en proceso de desarrollo en cuanto a tecnologías se refiere. Al respecto, se conocer que “en el año 2010 el número de usuarios de internet sobrepasó a los 2.000 millones y en el 2011 sobrepasó los 2.400 millones, lo que implica que aproximadamente el 35% de la humanidad se encuentra conectado por diversas tecnologías” (Franco, 2013, p. 107).

Sin embargo, por otra parte, se podría considerar, según el criterio de los docentes, que esta realidad es positiva para los adolescentes, pues no tienen en casa estos “distractores” que podrían ocasionar una adicción a las redes sociales y el descuido de sus estudios.

Al no contar con internet se puede señalar que la mayoría de estudiantes no revisa su red social cuando está en la casa, o que si lo hace, debe recurrir a un centro de computación para revisarla. En tal sentido, se puede inferir que al no tener acceso a internet, la mayor parte de los estudiantes adolescentes encuestados no ha desarrollado la necesidad de revisar su red social. Esta inferencia previa, se fortalece al observar que la sección de gratificaciones y necesidades, la mayoría de resultados apuntan a la opción “a veces”, lo cual guarda relación con el hecho de que no todos los estudiantes tienen acceso a internet tanto en el colegio, como en la casa que es donde pasan la mayor parte de horas al día, además que no todos tienen una computador u otro equipo tecnológico para acceder a su red social. Sin embargo, este resultado no determina que los estudiantes accedan a las redes sociales, puesto que hoy cuentan con otras alternativas para obtener internet y revisar su cuenta.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

En el ámbito educativo se evidencia que los docentes no están aplicando redes sociales diseñadas exclusivamente para la educación, no se informa a los estudiantes sobre las ventajas y riesgos de usar redes sociales, y no se aprovecha las oportunidades que estas plataformas virtuales pueden aportar para un mejor desempeño en la educación. Se desaprovechan interesantes plataformas que pueden efectivizar el aprendizaje, como por ejemplo, llama la atención que solo 7 estudiantes señalen que el docente usa Duolingo, una plataforma diseñada para la enseñanza-aprendizaje de idiomas, que podría ser aprovechada por los profesores de lengua inglesa; también está el caso de EducaPlay que solo 6 estudiantes han indicado que su profesor la utiliza; se desaprovecha además la red social educativa Edmodo (solo 3 estudiantes la han señalado) una de las más actualmente por profesores a nivel mundial, porque ofrece opciones interesantes para promover la participación de los estudiantes en foros, discutir temas, acceder a videos especializados en el tema de estudio, etc., con lo que se podría estimular el desarrollo del pensamiento crítico, la expresión escrita y el trabajo en equipo.

Por otra parte, llama la atención que, tratándose de grupos completos de estudiantes de cada curso, existan datos dispersos, lo cual indica que los estudiantes ni siquiera están al tanto de si los docentes usan o no redes sociales u otras plataformas educativas, lo que indica que los docentes no promueven el aprovechamiento de las nuevas tecnologías, hecho que llama más la atención tratándose de un establecimiento educativo que oferta especialización en el área de Sistemas, los docentes deberían dar a conocer estos avances y oportunidades que ofrece la tecnología en el mundo de las comunicaciones y la información que va a pasos acelerados.

Con respecto a las gratificaciones, se ha encontrado que los estudiantes adolescentes encuentran gratificaciones asociadas a la diversión y el entretenimiento, pues indican que las redes sociales los incentivan a ver y compartir videos o fotografías, al igual que las usan más para pasar el tiempo. También sienten que las redes sociales les retribuyen en sus relaciones interpersonales, especialmente para hacer nuevos amigos o incluir a los





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

amigos que ya tienen dentro de su red social. En este mismo sentido, los estudiantes indican que las redes sociales les proveen la oportunidad de crear grupos de amigos con quienes compartir información de interés común. Las redes sociales no otorgan gratificaciones de identidad personal o vigilancia, pues los resultados no son mayoritarios en las opciones de “siempre” y “nunca”.

En general, las redes sociales desde el punto de vista de las gratificaciones, son un medio de comunicación en el que se comparten vídeos, imágenes e información que los estudiantes revisan para distraerse y compartir con amigos que tienen sus mismos intereses, pero no retribuyen o llenan espacios de desarrollo personal de los estudiantes.

En cuanto a las necesidades, se ha observado que las redes sociales ayudan a los estudiantes como medio para informarse de las noticias internacionales y nacionales, así como aprender cosas nuevas a través de videos, también cubren necesidades de integración social, pues los estudiantes buscan enterarse de las actividades sociales de sus amigos, invitar y ser invitados a estos eventos, especialmente usan las redes para cubrir su necesidad de estar en contacto con la familia y amigos, es decir, como un medio de comunicación para intercambiar mensajes. Además, las redes sociales cubren la necesidad de escape, principalmente como medio de relajación en su tiempo libre, cuando los estudiantes han terminado de hacer sus tareas escolares, lo cual coincide con la gratificación de entretenimiento y diversión. Las redes sociales no cubren necesidades de desarrollo personal ni de tipo afectivo.

Para finalizar, se observa que las redes sociales cumplen una función de entretenimiento y medio de información para que los estudiantes puedan estar al tanto de eventos sociales a los que acuden para interactuar personalmente con sus amigos o hacer nuevos amigos. Por lo tanto, las redes sociales no son un sustituto de interacción social, es decir, los estudiantes adolescentes no se concentran en mantener una relación virtual con sus amigos sino que las utilizan como el medio para compartir con ellos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

## CAPÍTULO III

### PROPUESTA

#### 3.1. Título de la propuesta

Club de periodismo escolar digital como estrategia de aprovechamiento de las redes sociales entre estudiantes adolescentes.

#### 3.2. Antecedentes

Los resultados obtenidos en el capítulo anterior, demuestran que entre los estudiantes adolescentes del Colegio de Bachillerato “Macas”, el 21% no tiene un computador en casa, el 46% no tiene internet en casa; sin embargo, el 98% tiene una cuenta personal en alguna red social, todos ellos en Facebook, lo que indica que a pesar de no contar con el equipo necesario, los adolescentes buscan los medios para estar conectados a sus redes sociales. Además, se ha observado que la mayoría de ellos permanece más de una hora revisando su cuenta, lo que permite asegurar que ellos están constantemente comunicados a través de estas redes, y por tanto, estas plataformas virtuales constituyen un potencial medio de comunicación para ser usado con fines educativos.

A esto se suman resultados que indican que en el área educativa, el 17% no tiene acceso a internet en el colegio, el 13% indica que las redes sociales no han aportado a su rendimiento y el 49% dice que a veces aporta académicamente, el 43% solo a veces usa las redes con fines académicos, y solo el 13% dice que sus profesores usan redes sociales para impartir sus clases, de este último grupo muy pocos utilizan redes específicamente creadas para la educación, como Educaplay o Edmodo. De igual manera, las entrevistas realizadas a los docentes, indican que ellos no están haciendo uso de las redes sociales u otras tecnologías de la información y la comunicación, a pesar de que consideran que las nuevas tecnologías ofrecen importantes beneficios para la comunicación y la educación. En este mismo sentido, los



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

docentes han señalado que los adolescentes son más vulnerables a la información que ellos reciben y consideran que las redes sociales, al tener un carácter global, son capaces de transmitir información que a los adolescentes les interesa de una manera atractiva para ellos, de tal modo que se reafirma el potencial comunicativo de las redes para ser aprovechado con fines educativos.

Los usos y gratificaciones demuestran que los estudiantes adolescentes encuentran recompensas asociadas a la diversión y el entretenimiento, pues indican que las redes sociales los incentivan a ver y compartir videos o fotografías, al igual que las usan más para pasar el tiempo o hacer nuevos amigos, también buscan compartir información de interés común, por lo que las redes sociales son un medio de comunicación en el que se comparten vídeos, imágenes e información que los estudiantes revisan para distraerse y compartir con amigos. En cuanto a las necesidades se ha encontrado que los estudiantes utilizan las redes sociales para informarse de las noticias internacionales y nacionales, así como aprender cosas nuevas a través de videos, también cubren necesidades de integración social, pues los estudiantes buscan enterarse de las actividades sociales de sus amigos, invitar y ser invitados a estos eventos.

Por todas estas razones, fundamentadas en los resultados encontrados, se plantea un proyecto de periodismo digital en el marco de la educación, con el cual los estudiantes adolescentes puedan seguir usando las redes sociales y encontrando las gratificaciones, pero de una manera enfocada en la inclusión de las tecnologías digitales al quehacer educativo.

### **3.3. Justificación**

De acuerdo con los resultados expuestos como antecedentes, la presente propuesta de un periódico digital colegial en redes sociales, permite cubrir todos los frentes encontrados con respecto a los usos, gratificaciones y necesidades que los estudiantes adolescentes tienen con respecto de la redes sociales. Así, por ejemplo, la realización de un periódico digital permite que los



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

estudiantes tengan un acercamiento a la nuevas tecnologías; al tratarse de periodismo en redes sociales permite aprovechar el potencial comunicativo de estos medios; al ser de carácter colegial se integran las redes a las necesidades educativas pues el periodismo como tal promueve que los estudiantes investiguen, organicen, redacten y comuniquen; al tratarse de una plataforma específica para el Colegio de Bachillerato “Macas” se cubre la necesidades de los adolescentes de mantenerse conectados con personas con intereses comunes, permite crear espacios para publicar noticias internacionales y nacionales, así como vídeos de experimentos o manualidades que son del interés de los estudiantes; también se pueden generar espacios sociales para que puedan estar al tanto de los eventos sociales a los que pueden asistir o invitar a sus eventos; y permite generar espacios para mantener la interacción con la familia y amigos a través de saludos y foros para que participen intercambiando sus puntos de vista, lo que fomenta el desarrollo del pensamiento crítico. Sobre esto, cabe mencionar que la mayor parte de los docentes entrevistados ha indicado que la mejor manera de aprovechar las redes sociales, sería para transmitir conocimientos y aplicar métodos de aprendizaje más interactivos e interdisciplinario, lo que se puede cubrir con la actividad periodística.

De esta manera, la propuesta está enfocada en cubrir las necesidades detectadas en el grupo de estudio, tomando como base la comunicación social para contribuir al fortalecimiento del proceso de enseñanza y aprendizaje, puesto que ayudan a que los educandos sean partícipes de sus propios conocimientos al desarrollar procesos de investigación con carácter periodístico, así como la organización de actividades o programas de interés en su entorno escolar.

El club de periodismo es un medio ideal por el cual se puede fomentar la investigación por una parte y el desarrollo del pensamiento crítico por otra parte, ya que, el periodismo se apoya en los diferentes técnicas y métodos que utiliza la investigación, además, al tratarse de un medio de comunicación, los estudiantes pueden presentar sus ideas de manera crítica y argumentativa,



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

dándole un sentido útil a las redes sociales, considerando que son el medio de comunicación que más se utiliza hoy en día, especialmente entre los adolescentes.

Formar un club de periodismo digital, es un aporte para el avance educativo de los estudiantes; además que se presenta como una idea novedosa, ya que en esta institución educativa no se realizan clubes de este tipo o publicaciones de carácter investigativo, además la institución educativa no cuenta actualmente con una página web o cuenta en redes sociales.

De esta manera, la propuesta se justifica en tanto que es una alternativa para impulsar la integración de tecnologías en el área educativa, dar un mejor uso a las redes sociales y cubrir las necesidades y gratificaciones que los estudiantes buscan en estas redes, logando que los estudiantes se interesen en diversos temas realizando sus propias publicaciones informativas para compartirlas con sus compañeros dentro de la institución.

De esta manera, la finalidad del club de periodismo digital es fomentar la utilización de las redes sociales y otras tecnologías asociadas, para responder de manera interactiva, moderna y virtual a las necesidades actuales de los estudiantes, dotar a los estudiantes de las herramientas necesarias para innovar, acortar la brecha digital y articular dos ámbitos: el colegio y los medios de comunicación.

Con esta propuesta los estudiantes podrán realizar publicaciones digitales y transmisiones radiales *on line* periódicas. Para la implementación y desarrollo de este club es necesario que la institución cuente con un grupo de personas responsables de la organización, ejecución, monitoreo y evaluación de las actividades, para lo cual, los docentes serán los encargados de guiar y enseñar a los estudiantes para que esta propuesta sea una realidad.

De igual manera la propuesta requerirá iniciar con un proceso de preparación y capacitación a los docentes para dirigir el club, y a los estudiantes que sean parte del club para que puedan conocer y practicar los géneros periodísticos, que son las expresiones o formas en que se redactan



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

los textos, de acuerdo a sus propósitos específicos: informar, orientar o entretener; así como relacionarse con los otros componentes del periodismo: la fotografía, la ilustración y el diseño, los vídeos, las ilustraciones.

### **3.4. Objetivos**

#### **3.4.1. Objetivo General**

Crear un club de periodismo digital que este conformado por los estudiantes del Colegio de Bachillerato “Macas” utilizando las redes sociales.

#### **3.4.2. Objetivos Específicos**

1. Socializar los resultados de la investigación y la propuesta con los directivos y docentes de la institución educativa.
2. Capacitar a los docentes sobre el uso y aprovechamiento de las redes sociales en el área educativa.
3. Enseñar a los estudiantes sobre las técnicas y métodos de investigación periodística y los elementos básicos de comunicación social.
4. Conformar el club de periodismo digital del Colegio de Bachillerato “Macas”.
5. Realizar una publicación semanal mediante un periódico digital con su propia cuenta en redes sociales con la participación de estudiantes y docentes.

### **3.5. Público objetivo**

El público objetivo de esta propuesta de periodismos digital, son los 56 docentes y los 659 estudiantes de los 8 paralelos que conforman el Colegio de Bachillerato “Macas”. De este grupo total de estudiantes se formará el club de periodismo de acuerdo con el número de estudiantes que estén interesados en ser parte y que se inscriban en el club, de igual manera, estará formado por los



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

docentes que sean designados para dirigir el club, mientras que los estudiantes y docentes restantes conforman el público indirecto del proyecto, pues su papel será principalmente como audiencia.



3.6. Actividades

Tabla 43. Actividades

Objetivos	Actividades	Recursos materiales	Tiempo estimado
<b>Socializar los resultados de la investigación y la propuesta con los directivos y docentes de la institución educativa.</b>	Planificar una reunión con las autoridades del Colegio de Bachillerato Macas.	Hojas de papel bond	Semanas previas al inicio de un nuevo año escolar.
	Preparar un informe que sintetice los resultados de la investigación.	Carpetas Fotocopias	
	Preparar una presentación sobre la propuesta.	Presentación en Power Point	
	Sensibilizar al personal directivo y docente sobre la importancia de implementar clubes como espacios que aportan a la formación integral de los estudiantes.		
<b>Capacitar a los docentes sobre el uso y aprovechamiento de las redes sociales en el área educativa.</b>	Identificar el potencial de talento humano con el que cuenta la institución para implementar el club.	Fotocopias Proyector	Un mes
	Determinar las necesidades de capacitación que requieren los docentes con respecto a las redes sociales y la comunicación social.	Presentaciones en Power Point	





UNIVERSIDAD DE CUENCA

	<p>Brindar capacitación a los docentes para que estén al tanto de la propuesta y adquieran más conocimientos sobre las redes sociales y la comunicación social.</p> <p>Organizar a los docentes para distribuirlos en cada club de estudiantes que se forme en la institución educativa.</p>	<p>Refrigerios</p> <p>Capacitador</p> <p>Salas para la capacitación</p>	
<p><b>Revisar con los estudiantes las técnicas y métodos de investigación periodística y los elementos básicos de comunicación social.</b></p>	<p>Elaborar una planificación escolar introductoria para que los estudiantes conozcan sobre el proyecto y otros conocimientos previos asociados al periodismo digital.</p> <p>Elaborar un currículo específico para el club de periodismo digital.</p> <p>Invitar a los estudiantes que deseen ser parte del club de periodismo del colegio. Receptar inscripciones.</p>	<p>Planificación curricular</p> <p>Material didáctico</p> <p>Libros</p>	<p>El primer bloque curricular del año lectivo.</p>
<p><b>Conformar el club de periodismo digital del</b></p>	<p>Definir el número de estudiante que formará parte del club, de acuerdo con el registro de inscripciones.</p>	<p>Encuestas</p>	<p>A partir del segundo bloque</p>



UNIVERSIDAD DE CUENCA

<b>Colegio de Bachillerato “Macas”.</b>	Publicar las nóminas de los integrantes de cada club, en las que se encontrará el nombre del monitor y el lugar donde se desarrollará el club.		curricular.
	Integrar al grupo de estudiantes que conforman el club a través de diversas estrategias que permitan la participación de todos considerando la heterogeneidad del grupo.		
<b>Realizar una publicación semanal mediante un periódico digital con su propia cuenta en redes sociales con la participación de estudiantes y docentes.</b>	Crear una cuenta en la red social Facebook y Edmodo que sean específicas para el club de periodismo digital de la institución educativa.	Cuenta institucional en Facebook y Edmodo	Un año en periodos quimestrales, a partir del segundo bloque curricular.
	Explorar intereses y expectativas de los estudiantes con relación al club, a través de diversas técnicas, por ejemplo: lluvia de ideas, representaciones gráficas, dramatizaciones, dinámicas, entre otras.	Internet Laboratorio de computación	
	Reflexionar con los estudiantes de la importancia de realizar un trabajo de forma organizada a través de un proyecto de carácter innovador.	Aula para reuniones del club de periodismo. Cámara fotográfica	
	Orientar a los estudiantes en la elaboración del proyecto del club y darle un enfoque al periódico	Cámara de video	



UNIVERSIDAD DE CUENCA

	digital.	Micrófonos Grabadoras de audio	
	Dividir las diferentes áreas que compondrán el periódico digital para asignar una responsabilidad a cada subgrupo, por ejemplo: investigación, redacción, entretenimiento, eventos sociales, noticias internacionales, noticias locales, cultura, deporte, entre otras áreas que se quieran incluir dentro del periódico.		

Realizado por: Gissela Rivadeneira



### 3.7. Plan de acción

Para empezar a desarrollar el periódico escolar digital, se recomienda seguir los tres pasos propuestos por el Centro para la Libertad de Prensa en Puerto Rico (2009), pero con un enfoque digital, de comulación 2.0, estos pasos son: objetivos, línea editorial y recursos.

#### **Paso 1: Objetivos**

Hay que contestar la siguiente pregunta: ¿por qué se desea hacer este periódico? ¿Qué fines persigue? Las respuestas que den los estudiantes que conforman el club de periodismo escolar, será la base o cimiento del periódico y definirá sus contenidos, tanto de textos como de diseño, ilustraciones, arte y fotografías, temáticas, etc. Una publicación puede tener como objetivo la información solamente, o, al igual que la prensa tradicional, informar, orientar y entretener.

#### **Paso 2: Editorial**

Se trata de trazar la línea editorial de la publicación, que es, la forma en que ésta se define para responder a sus propósitos. Esta línea o posición editorial guiará las decisiones para la publicación de textos, ilustraciones y fotografías, no sólo en su contenido sino en su ubicación dentro de la red social para que destaque, es decir, definir la manera estándar o modelo a seguir, en que las publicaciones se llevarán a cabo y se presentarán al público (contenido, color, figuras, orden de presentación, orden de importancias, etc.).

#### **Paso 3: Recursos**

Toda vez que se han definidos los dos pasos anteriores, ahora los estudiantes junto con su profesor encargado, deberán evaluar los recursos disponibles, que incluyen los de carácter económico, instalaciones para laborar, disponibilidad de tiempo, los estudiantes que se responsabilizarán de cada área (social, cultural, deportes, noticias internacionales, noticias locales, comunidad, eventos escolares, etc.). Los recursos limitados no deben ser un impedimento insalvable a la confección de una publicación escolar. Hay



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

estrategias, ideas y esfuerzos que realizados en conjunto conducen al éxito, todo dependerá de la creatividad y el talento de los estudiantes que conforman el club, por eso es recomendable que los estudiantes sean asignados a realizar tareas a las cuales se sientan atraídos y hasta tengan aptitudes o conocimientos.

Para orientar esta última parte, dentro de los recursos humanos es importante tener en cuenta que un club de periodismo los puestos de trabajo que se deberían tener, de acuerdo con las recomendaciones del Centro para la Libertad de Prensa en Puerto Rico (2009), son:

**Asesor / Instructor:** El docente cumplirá el rol de moderador, consultor y guía de los estudiantes, al mismo tiempo que les brinda cierta independencia para que puedan ejercer su creatividad y responsabilidad. Es el responsable final de la publicación.

**Editor / Director:** Junto a su equipo de trabajo decide qué temas se van a cubrir y qué ubicación tendrán dentro del muro de la red social, con especial atención a la foto de perfil y de portada. Planifica el contenido de las próximas ediciones y está pendiente de que se cumplan los objetivos del periódico digital, también está pendiente de los comentarios y reacción general del público. Debe de ser capaz de entusiasmar y estimular la labor de sus compañeros.

**Asistentes del editor:** Colaboran con el Editor / Director para hacer posible la agenda de trabajo. Por lo menos, el Editor / Director debe de tener asignado un asistente.

**Reporteros:** Son los responsables de buscar y redactar las informaciones asignadas por el Editor / Director o sus asistentes. Igualmente, pueden sugerir historias dentro de la comunidad o del colegio. De hecho, se espera que contribuyan con ideas para historias, como sucede en los periódicos locales.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

**Editores de mesa:** Revisan las informaciones. Están atentos a que el material esté libre de errores e incoherencias, tanto de contenido como de ortografía, gramática y sintaxis.

**Fotoperiodistas:** Son los responsables de los textos visuales, tan importantes como los escritos en el periodismo. Lo ideal es que acompañe al reportero al momento de hacer la entrevista o cubrir el evento.

**Distribución y marketing:** Son los responsables de compartir el mayor número de veces las publicaciones de la cuenta del colegio en la red social, también se encargan de revisar el número de “likes” y presentar informes de la aceptación o rechazo que recibe cada sección del periódico, con el fin de ir fortaleciendo cada área.

Dependiendo de las temáticas o áreas que los estudiantes del club quieran incluir en su periódico digital, es recomendable que en cada una de ellas exista su propio equipo de trabajo para que las publicaciones se puedan manejar de mejor manera y tener mayor control. Algunas de las temáticas que se pueden tratar son: excursiones realizadas en el colegio o la comunidad, fiestas, eventos colegiales o intercolegiales, resumen de noticias nacionales e internacionales, propagandas de los negocios de la localidad que también puede servir como un ingreso de recursos, eventos deportivos, cartelera cultural, entrevistas de perfil de personas destacadas en la comunidad o estudiantes destacados, entrevistas a docentes del colegio, temas libres para caricaturas o juegos, sección de saludos para que los estudiantes puedan interactuar.

Por otra parte, tomando en cuenta que se trata de un periódico digital que será publicado en redes sociales, plataformas virtuales basadas en imágenes y que requieren de creatividad para captar la atención de los adolescentes, se recomienda poner nombres atractivos a cada área o temática del periódico digital, todo dependerá de la creatividad de los estudiantes, por ejemplo:

- “5 minutos IN” para crear un espacio de resumen de noticias nacionales mediante videos grabados por los propios estudiantes, y “5 minutos OUT” para hablar de noticias internacionales.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

- “Morona en línea” puede ser creado para publicar noticias de la localidad o avisos importantes como reuniones, festividades, entre otras.
- “El Recreo” para referirse a espacios de humor, juegos, novedades sobre eventos sociales o fiestas, también se pueden generar noticias sobre videojuegos que les interesan a los adolescentes.
- “Noti Cole” para publicar avisos y noticias del colegio.
- “Yo Digital” puede servir para crear un espacio en que todos los estudiantes del colegio o personas de la comunidad se integren a la red social del periódico escolar y compartan sus comentarios, envíen saludos o participen en foros.

Finalmente, como resultados esperados de este proyecto, se espera que el club de periodismo digital permita a los estudiantes incursionar en diferentes actividades tales como: salidas de campo, entrevistas, observaciones, encuestas, y otras que permitan su interacción tanto en el campo educativo como el campo social para ayudar a los estudiantes en sus intereses y talentos, y permitir que los medios de comunicación electrónicos sean parte del colegio.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

## CONCLUSIONES

De acuerdo con los objetivos específicos planteados en este trabajo de investigación, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- El fundamento teórico-conceptual demuestra que, indudablemente, las redes sociales son el medio de comunicación actual más utilizado entre los adolescentes, cuyo diseño y opciones de interacción virtual han logrado atraer la atención de millones de usuarios a nivel mundial, siendo el caso del grupo de estudio con un 98% de estudiantes que sí tienen una cuenta personal en redes sociales, todos ellos en Facebook. Además, los estudios anteriores respecto a los usos y gratificaciones de las redes sociales, demuestran que los adolescentes son los mayores usuarios y que su estilo de vida ha sido fuertemente influenciado por estas plataformas virtuales, demostrando que las necesidades atendidas por los medios masivos son parte de las múltiples necesidades humanas.
- Con respecto a los usos, el análisis de resultados ha demostrado que en el uso personal de las redes sociales, no todos los estudiantes tienen acceso a las redes desde su casa por lo que estos estudiantes adolescentes encuestados no han desarrollado la necesidad de revisar su red social frecuentemente. En el ámbito educativo se evidencia que los docentes no están aplicando redes sociales diseñadas exclusivamente para la educación, no se informa a los estudiantes sobre las ventajas y riesgos de usar redes sociales, y no se aprovecha las oportunidades que estas plataformas virtuales pueden aportar para un mejor desempeño en la educación.
- Desde el punto de vista de las gratificaciones, las redes sociales son medios de comunicación en los que se comparten vídeos, imágenes e información que los estudiantes revisan para distraerse y compartir con amigos que tienen sus mismos intereses, pero no constituyen un sustituto de las relaciones sociales interpersonales, de persona a





## UNIVERSIDAD DE CUENCA

persona; pues, en este grupo todavía se mantiene la interacción de personas, además que un número importante de estudiantes no tiene computadora o internet en casa para acceder a las redes sociales.

- En cuanto a las necesidades, se ha observado que las redes sociales sirven a los estudiantes como medio para informarse de las noticias internacionales y nacionales, así como aprender cosas nuevas a través de videos, enterarse de las actividades sociales de sus amigos, invitar y ser invitados a estos eventos, especialmente estar en contacto con la familia y amigos.
- Teniendo en cuenta los resultados se ha planteado una propuesta para crear un Club de Periodismo Digital en el Colegio de Bachillerato “Macas” con la finalidad de aprovechar el potencial comunicativo de las redes sociales incluyéndolas en el entorno educativa para que los estudiantes sean los generadores de contenidos y compartan sus intereses con su estilo y de manera innovadora.



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

## **RECOMENDACIONES**

- Es importante que en las instituciones educativas se lleven a cabo estudios similares para poder conocer la realidad de los estudiantes y determinar qué los motiva al usar las redes sociales, de modo que conociendo esta realidad, se pueda dar un uso adecuado de estas redes con un enfoque apegado a los intereses y necesidades de cada grupo según el contexto en que se desarrollen, puesto que es probable que los resultados encontrados en esta investigación no sean los mismos en otros colegios a nivel nacional.
- Siguiendo la sugerencia de los docentes, es necesario que los padres de familia tengan un papel más activo en la guía, supervisión y control del uso de las redes sociales por parte de sus hijos, especialmente si se trata de niños, pues estos medios también tienen sus desventajas y pueden exponer a los usuarios más vulnerables a peligros como: amistades desconocidas, falsificación de identidad, “bullying” o acoso cibernético, adicción a las redes, como distractores que afectan al rendimiento escolar o sustitutos de la interacción social de persona a persona.
- Se requiere que en la institución educativa se promuevan proyectos de capacitación para que los docentes puedan conocer las diferentes plataformas virtuales y redes sociales educativas que existen actualmente y que les pueden servir para fortalecer su método de enseñanza, permitiendo a los estudiantes adaptarse a los nuevos retos que enfrentarán en el futuro en un mercado laboral que demanda cada vez más el conocimiento de las tecnologías.
- Se pone a disposición de los directivos y docentes la propuesta de organización de un club escolar de periodismo digital, para que puedan ponerlo a consideración en los próximos años lectivos, considerando las ventajas que presenta para que la institución empiece a integrarse al mundo digital, y a la vez, promueva espacios en que los estudiantes



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

puedan ser los generadores de su propio aprendizaje y se motive a la investigación.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

## BIBLIOGRAFÍA

- Alsina, M. (2001). *Teorías de la Comunicación: Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Alvarado, L. (9 de Junio de 2016). Usos y gratificaciones de los adolescentes al usar redes sociales. (G. Rivadeneira, Entrevistador)
- Bermeo, G. (9 de Junio de 2016). Usos y gratificaciones de los adolescentes al usar redes sociales. (G. Rivadeneira, Entrevistador)
- Boni, F. (2008). *Teorías de los medios de comunicación*. Barcelona: Publicacions de la Universitat de València.
- Boni, F. (2008). *Teorías de los medios de comunicación*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Bringué, X., & Sádaba, C. (2008). *La Generación interactiva en Iberoamérica*. Barcelona: Ariel S.A.
- Cabello, P., & Fernández, I. (2010). *Las tecnologías en la preadolescencia y adolescencia*. Río de Janeiro: Save the children. Obtenido de [www.de0a18.net/pdf/doc\\_tecno\\_estudio\\_riesgos.pdf](http://www.de0a18.net/pdf/doc_tecno_estudio_riesgos.pdf)
- Cabrera, N. (9 de Junio de 2016). Usos y gratificaciones de los adolescentes al usar redes sociales. (G. Rivadeneira, Entrevistador)
- Cabrera, P. (7 de Junio de 2016). Usos y gratificaciones de los adolescentes al usar redes sociales. (G. Rivadeneira, Entrevistador)
- Cacheiro, M., Sánchez, C., & González, L. (2015). *Recursos tecnológicos en contextos educativos*. Madrid: UNED. Obtenido de [https://www.academia.edu/18319558/Cacheiro\\_M.L.\\_S%C3%A1nchez\\_C.\\_y\\_Gonz%C3%A1lez\\_J.M.\\_coords.\\_2015\\_Recursos\\_tecnol%C3%B3gicos\\_en\\_contextos\\_educativos.\\_Madrid\\_UNED.\\_ISBN\\_978-84-362-6972-7](https://www.academia.edu/18319558/Cacheiro_M.L._S%C3%A1nchez_C._y_Gonz%C3%A1lez_J.M._coords._2015_Recursos_tecnol%C3%B3gicos_en_contextos_educativos._Madrid_UNED._ISBN_978-84-362-6972-7)



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Cardoso, C. (10 de Junio de 2016). Usos y gratificaciones de los adolescentes al usar redes sociales. (G. Rivadeneira, Entrevistador)
- Carpio, P. (11 de Junio de 2016). Usos y gratificaciones de los adolescentes al usar redes sociales. (G. Rivadeneira, Entrevistador)
- Cartoon Networks. (2015). *Basta de bullying*. Obtenido de Cartoon Networks: <http://www.bastadebullying.com/>
- Casco, J., & Aguirre, P. (2015). *Jóvenes, gadgets y redes sociales*. Universidad Veracruzana.
- Cordero, R., & Santos, L. (2013). *El efecto de las motivaciones y la actitud en la intención de aceptar publicidad a través de la red social*. En A. E. Profesional, XXV Congreso Nacional de Marketing Barcelona. Barcelona: ESIC Editorial. Obtenido de [http://www.usal.es/webusal/files/MEMORIA\\_ADMINISTRACION\\_ECONOMIA\\_EMPRESA.pdf](http://www.usal.es/webusal/files/MEMORIA_ADMINISTRACION_ECONOMIA_EMPRESA.pdf)
- Cruz, C. (2014). *Análisis de los usos y gratificaciones de facebook entre nativos digitales al seguir a una figura política y el activismo que este genera*. Guayaquil: Universidad Casa Grande.
- De la O, D. (2014). *Internet y redes sociales*. Cuscatlán: Universidad Dr. José Matías Delgado.
- Durán, J. (2013). *Comunicación 2.0 y 3.0*. Madrid: Visión Libros.
- Echeverría, J. (2002). ¿Internet en la escuela o la escuela en internet? *Revista de Educación: Educación y futuro*, 199-206.
- Fernández, A. (2014). *Interactividad y redes sociales*. Madrid: ACCI.
- Fernández, B. (2010). *Las redes sociales*. Alicante: Editorial Club Universitario.
- Fernández, D., & Ramos, M. (2015). *Tecnologías de la persuasión uso de las tic en publicidad y relaciones públicas*. Barcelona: UOC. Obtenido de



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

<https://books.google.com.ec/books?id=mRZOCgAAQBAJ&pg=PT121&lp g=PT121&dq=Esta+teor%C3%ADa+ha+sido+considerada+una+de+las+m%C3%A1s+influyentes+en+el+estudio+de+los+medios+de+comunicaci%C3%B3n+masivos,+ya+que,+a+diferencia&source=bl&ots=FBXw400y ol&sig=Auu7Lz>

Ferro , C., Martínez, A., & Otero, M. (Julio de 2009). Ventajas del uso de las TIC en el proceso de enseñanza-aprendizaje. *EDUTEC, Revista Electrónica de Tecnología Educativa*(29), 1-12. Obtenido de [http://edutec.rediris.es/Revelec2/revelec29/articulos\\_n29\\_pdf/5Eduotec-E\\_Ferro-Martinez-Otero\\_n29.pdf](http://edutec.rediris.es/Revelec2/revelec29/articulos_n29_pdf/5Eduotec-E_Ferro-Martinez-Otero_n29.pdf)

Franco, A. (2012). *La Tecnología y los jóvenes*. Quito: Universidad Tecnológica América.

Fundación AUNA. (2005). *La Generación "e"*. Madrid: AUNA. Obtenido de <http://www.fundacionauna.org/>

Grandio, M. d. (2009). *Audiencia, fenómeno fan y ficción televisiva*. LibrosEnRed.

Guevara, M. (2009). *Información política y opinión pública en la prensa*. Univ Santiago de Compostela.

Gutiérrez, D. (10 de Junio de 2016). Usos y gratificaciones de los adolescentes al usar redes sociales. (G. Rivadeneira, Entrevistador)

Hernández, G. (2008). *Aprender a ver televisión en la escuela*. Caracas: Monte Ávila Editores Latinoamericana.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)

Katz, J., & Rice, R. (2006). *Consecuencias sociales del uso de internet*. Barcelona: UOC.



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

- López, G. (2004). *Comunicación electoral y formación de la opinión pública*. Valencia: Universitat de Valencia.
- López, P. (10 de Junio de 2016). Usos y gratificaciones de los adolescentes al usar redes sociales. (G. Rivadeneira, Entrevistador)
- Lozano, J. C. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación.
- Martínez, F. (2011). La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales. En F. Ortega, & L. Cardeñosa, *Nuevos medios, nueva comunicación* (págs. 461-474). Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Ministerio de Educación. (2010). *Introducción a las Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Quito: Ministerio de Educación del Ecuador.
- Montero, M. (1993). *La información periodística y su influencia social*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Muñoz, M., Fragueiro, S., & Ayuso, M. (2013). La importancia de las redes sociales en el ámbito educativo. *Aula Abierta*(16), 91-104. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4425349.pdf>
- Naso, F., Balbi, M., Di Grazia, N., & Peri, J. (2012). *La importancia de las Redes sociales en el ámbito. Artículo Académico*. Buenos Aires: Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires. Obtenido de [sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/.../Documento\\_completo\\_\\_.pdf?...1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/.../Documento_completo__.pdf?...1)
- Otero, E. (2004). *Teorías de la comunicación* . Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
- Parra, C. (10 de Junio de 2016). Usos y gratificaciones de los adolescentes al usar redes sociales. (G. Rivadeneira, Entrevistador)



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Ramírez, P. (9 de Junio de 2016). Usos y gratificaciones de los adolescentes al usar redes sociales. (G. Rivadeneira, Entrevistador)
- Rivera, B. (2010). *Internet y las personas mayores de 65 años. Usos y gratificaciones*. Universidad La Laguna.
- Rodríguez, E., & Fernández, M. (2010). Herramientas colaborativas de la Web 2.0 para la formación en competencias. En J. Ríos, & J. Ruiz, *Competencias TIC e innovaciones* (págs. 67-76). Málaga: Ediciones de la U.
- Ruiz, M. (2004). *Las TIC, un reto para nuevos aprendizajes*. Madrid: Narcea.
- Ruiz, R., Lucena, V., Pino, M., & Herruzo, J. (2010). Análisis de comportamientos relacionados con el uso/abuso de Internet, teléfono móvil, compras y juego en estudiantes universitarios. *Revista sociodrogalcohol*, 301-309.
- Tuquinga, J. (10 de Junio de 2016). Usos y gratificaciones de los adolescentes al usar redes sociales. (G. Rivadeneira, Entrevistador)
- Valenzuela, R. (2013). Las redes sociales y su aplicación en la educación. *Revista Digital Universitaria*, 2-12. Obtenido de <http://www.revista.unam.mx/vol.14/num4/art36/art36.pdf>
- Vázquez, A. (2014). *Incidencia de la brecha digital en grupos de iguales a partir de la interactividad entre la identidad física y la identidad digital*. Kocani: Lulu.com.





UNIVERSIDAD DE CUENCA

## ANEXOS

### Anexo 1. Modelo de encuesta aplicada a estudiantes



UNIVERSIDAD DE CUENCA

#### Carrera de Ciencias de la Comunicación Social

La presente encuesta tiene como **objetivo principal** conocer los usos y gratificaciones de los estudiantes cuando utilizan las redes sociales. La información que usted proporcione será confidencial y será utilizada con fines estrictamente académicos.

#### Encuesta a estudiantes

##### 1. DATOS PERSONALES

Curso: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Género:

- a) Masculino \_\_\_\_
- b) Femenino \_\_\_\_

##### 2. REDES SOCIALES

1. ¿Tienes una cuenta personal en redes sociales?

- a) Si \_\_\_\_
- b) No \_\_\_\_

2. ¿En cuál de las siguientes redes sociales tienes una cuenta personal?

- a) Facebook \_\_\_\_
- b) Snapchat \_\_\_\_
- c) Twitter \_\_\_\_
- d) My Space \_\_\_\_
- e) Instagram \_\_\_\_
- f) YouTube \_\_\_\_
- g) Tumblr \_\_\_\_
- h) Pinterest \_\_\_\_
- i) Twitch \_\_\_\_



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3. ¿En el colegio, los profesores utilizan las redes sociales para impartir clases o enviarte tareas?

- a) Si \_\_\_\_
- b) A veces \_\_\_\_
- c) No \_\_\_\_

4. ¿Qué red social educativa utilizan tus profesores?

- a) Edmodo .....
- b) Duolingo .....
- c) Educaplay .....
- d) GoingOn .....
- e) Otras, Especifique .....
- f) Ninguna ...

3. USOS

5. ¿Tienes acceso a la red social desde tu casa?

- a) Si \_\_\_\_
- b) No \_\_\_\_

6. ¿Tienes una computadora en tu casa?

- a) Si \_\_\_\_
- b) No \_\_\_\_

7. ¿Tienes internet en tu casa?

- a) Si \_\_\_\_
- b) No \_\_\_\_

8. ¿Desde qué equipo visitas tu red social?

- a) Computadora de escritorio \_\_\_\_
- b) Computadora personal (laptop) \_\_\_\_
- c) Teléfono celular \_\_\_\_
- d) Tablet \_\_\_\_



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

e) Todas las anteriores \_\_\_\_

**9. ¿Accedes a tu red social en el colegio?**

a) Si \_\_\_\_

b) No \_\_\_\_

**10. ¿Tienes internet en el colegio?**

a) Si \_\_\_\_

b) No \_\_\_\_

**11. ¿Crees que las redes sociales aportan a tu rendimiento académico?**

a) Sí \_\_\_\_

b) A veces \_\_\_\_

c) No \_\_\_\_

**12. ¿Usas las redes sociales con fines académicos (hacer tareas, investigar, hacer consultas, etc.)?**

a) Sí \_\_\_\_

b) A veces \_\_\_\_

c) No \_\_\_\_

**13. ¿Cuántas horas al día dedicas a la red social?**

a) Menos de 1 hora \_\_\_\_

b) 1 hora \_\_\_\_

c) De 2 a 3 horas \_\_\_\_

d) Más de 3 horas \_\_\_\_

**4. Gratificaciones**

De acuerdo al uso que le das a las redes sociales, señala con una X la alternativa (siempre, a veces, nunca) que corresponda a cada una de los siguientes criterios:



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

CRITERIOS	SIEMPRE	A VECES	NUNCA
Ver y compartir videos.			
Ver y compartir fotografías.			
Pasar el tiempo.			
Revisar y escribir en el muro de mis amigos.			
Hacer nuevos amigos.			
Expresar mis sentimientos.			
Recibir consejos de mis amigos.			
Dar a conocer mis gustos y preferencias sobre determinados temas.			
Estar informado sobre las actividades o eventos sociales de mis contactos			
Comentar noticias que he escuchado o he visto.			

### 5. Necesidades

De acuerdo al uso que le das a las redes sociales, señala con una X la alternativa (siempre, a veces, nunca) que corresponda a cada una de los siguientes criterios:

CRITERIOS	SIEMPRE	A VECES	NUNCA
Mantenerme informado sobre noticias internacionales y locales.			
Aprender de otras personas.			
Encontrar amigos que me escuchen.			
Compartir con personas que les guste las mismas cosas que a mí.			
Recibir "likes" en las publicaciones de mi muro (fotos, comentarios, etc.)			
Ser popular.			
Ser parte de la moda de utilizar redes sociales.			
Invitar o ser invitado a actividades sociales programadas por mis amigos.			
Mantenerme en contacto permanente con mi familia y amigos.			
Ser parte de un grupo			
Enterarme de novedades sobre la vida de mis amigos.			
Revisar los videos y <i>memes</i> que comparten.			
Relajarme después de hacer los deberes.			
Recibir recomendaciones sobre películas, juegos, etc.			



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

**14. ¿Qué emoción sientes cuándo te conectas a la red social?**

- a) Entusiasmado .....
- b) Agradecido .....
- c) Interesado .....
- d) Satisfecho .....
- e) Indiferente .....
- f) Aburrido .....
- g) Triste .....
- h) Sorprendido .....
- i) Enojado .....
- j) Soledad .....
- k) Amistad .....
- l) Confianza .....
- m) Popularidad .....
- n) Otros. Especifique .....

**15. ¿Crees que las redes sociales influyen en tus decisiones?**

- a) Siempre .....
- b) A veces .....
- c) Nunca .....

**16. ¿Crees que tu vida diaria sería igual si no hubieran redes sociales?**

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

**GRACIAS POR TU COLABORACIÓN**