



RESUMEN

Objetivo.- determinar la prevalencia y factores asociados al uso de redes sociales de internet por adolescentes de colegios, Cuenca 2012.

Materiales y métodos.- es un estudio cuantitativo de tipo descriptivo de corte transversal, la muestra fue obtenida utilizando el programa Epi Info versión 6.0 con un universo de 50.150 (N=50.150) adolescentes escolarizados de la zona urbana de la ciudad de Cuenca. Para el cálculo se utilizó el 13.9% con un peor aceptable de 16.0% con un nivel de confianza del 95%, (1.021). Se adicionó el 10% de posibles pérdidas (102), lo que significa que la muestra total fue de 1.123 estudiantes (n= 1.123), pertenecientes a 63 colegios de la ciudad de Cuenca, los participantes fueron seleccionados con EPIDAT versión 3.1 por aleatorización simple. El instrumento de recolección de datos utilizado fue un formulario previamente validado. Los resultados fueron procesados en el sistema SPSS 15.00 versión Evaluación.

Resultados.- en el estudio encontramos que la prevalencia de uso de las redes sociales de internet en los estudiantes de los colegios de la ciudad de Cuenca es de 96,5% del total de los adolescentes investigados, mujeres 95,9%, hombres 97,18%.

Conclusiones.- en los estudiantes que poseen redes sociales, las situaciones asociadas que tuvieron mayor influencia sobre el uso de redes sociales de internet fueron para comunicarse, encontrar amigos, comunicarse con sus familiares en el exterior.

PALABRAS CLAVES: PREVALENCIA, RED SOCIAL, FACEBOOK, TWITTER, INTERNET/UTILIZACIÓN, ADOLESCENTE, PSICOLOGÍA SOCIAL/EDUCACIÓN, PSICOLOGÍA SOCIAL/TENDENCIAS, INSTITUCIONES ACADÉMICAS, ESTUDIANTES/ESTADÍSTICA Y DATOS NUMÉRICOS.



ABSTRACT

Title: Prevalence and factors associated to the use of social network sites by high school teenagers, Cuenca 2012.

Objective: To determine the prevalence and factors associated to the use of social networking sites by high school teenagers, Cuenca 2012.

Materials and methods: A cross-sectional descriptive quantitative study, the sample was obtained using the Epi Info program with a population of 50.150 (N = 50.150) adolescent students in the urban area of the city of Cuenca. For the calculation we used the 13.9% expected frequency, a worst acceptable 16.0% with a confidence level of 95% (n=1021). It was added 10% of possible losses (102), which means that the total sample was 1,123 students (n = 1,123), belonging to 63 high schools in the city of Cuenca, the participants were chosen at random by applying the program EPIDAT, version 3.1. The collection data instrument used was a previously validated questionnaire. The results were processed in SPSS program, version 15.00 Evaluation.

Results: The prevalence of social networks use in students from high schools in the city of Cuenca is 96.5%; 95.9% in women and 97.18% in men.

Conclusions: In the students holding social networks, the associated situations that took a higher influence over the use of social networks of internet were for find and communicate with friends, for communicate with their relatives abroad.

KEYWORDS: PREVALENCE, SOCIAL NETWORKS, FACEBOOK, TWITTER, INTERNET/UTILIZATION, ADOLESCENCE, SOCIAL PSYCHOLOGY/EDUCATION, SOCIAL PSYCHOLOGY/TENDENCIES, ACADEMIC INSTITUTIONS, STUDENTS/STATISTICS, NUMERIC DATA.



ÍNDICE

RESUMEN	1
ABSTRACT	2
CAPÍTULO I	17
1.1 INTRODUCCIÓN	17
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	25
CAPÍTULO II	26
2. FUNDAMENTO TEÓRICO.....	26
2.1 DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA DE INTERNET EN ECUADOR.....	26
2.2 CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN DE CUENCA	27
2.3 REDES SOCIALES.....	28
2.3.1 HISTORIA DE LAS REDES SOCIALES	28
2.3.2 ¿QUÉ SON LAS REDES SOCIALES?	30
2.3.3 RELACIÓN REDES SOCIALES Y LA WEB 2.0.....	31
2.3.4 ¿CÓMO SE CLASIFICAN LAS REDES SOCIALES?	31
CENTRALIZADA:	32
DESCENTRALIZADA:	32
DISTRIBUIDA:	32
2.3.5 ORIGEN DE LAS REDES SOCIALES	32
FACEBOOK.....	36
TWITTER.....	36
MYSPACE	37
2.3.6 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES EN INTERNET	37
2.3.6.1 VENTAJAS	37
2.3.6.2 DESVENTAJAS.....	38
2.3.7 INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LOS ADOLESCENTES	38
2.3.8. EL PELIGRO OCULTO DE LAS REDES SOCIALES	40
2.3.9 PROBLEMAS PROVOCADOS POR UN MAL USO DE LAS REDES SOCIALES	42



2.3.10 CONSECUENCIAS DE UN USO NO RESPONSABLE DE LAS REDES SOCIALES.....	43
2.4 ADOLESCENCIA CONCEPTO.....	44
2.4.1 CRONOLÓGICAMENTE:	44
2.4.2 SOCIOLÓGICAMENTE:	44
2.4.3 PSICOLÓGICAMENTE:.....	44
2.4.2 CLASIFICACIÓN DE LA ADOLESCENCIA	45
2.4.2.1 ADOLESCENCIA TEMPRANA (10 A 13 AÑOS)	45
2.4.2.2 ADOLESCENCIA MEDIA (14 A 16 AÑOS).....	45
2.4.2.3 ADOLESCENCIA TARDÍA (17 A 19 AÑOS).....	45
2.4.3. CARACTERÍSTICAS DE LA ADOLESCENCIA	46
2.4.3.1. CARACTERÍSTICAS FISIOLÓGICAS	46
2.4.3.2. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS DE LA ADOLESCENCIA	46
2.4.3.3. CARACTERÍSTICAS SOCIOLÓGICAS DE LA ADOLESCENCIA	48
2.5 HIPOTESIS	49
CAPÍTULO III	50
OBJETIVOS	50
3.1. OBJETIVO GENERAL:	50
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	50
CAPÍTULO IV.....	51
4. DISEÑO METODOLÓGICO	51
4.1. DISEÑO GENERAL DEL ESTUDIO.....	51
4.1.1 TIPO DE ESTUDIO.....	51
4.1.2 ÁREA DE ESTUDIO	51
4.1.3 UNIVERSO DE ESTUDIO	51
4.1.4 TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	51
4.1.5 UNIDAD DE ANÁLISIS Y OBSERVACIÓN.	52
4.2 CRITERIOS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN	52
4.2.1 CRITERIOS DE INCLUSIÓN.....	52
4.2.2 CRITERIOS DE EXCLUSIÓN	53
4.3 PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	53
4.4 MÉTODOS DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	53



4.5 TÉCNICA.....	53
4.6 PROCEDIMIENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN E INSTRUMENTOS A UTILIZAR.....	54
4.7 TABLAS.....	54
4.8 MEDIDAS ESTADÍSTICAS.....	54
4.9 PROCEDIMIENTOS PARA GARANTIZAR ASPECTOS ÉTICOS.....	55
4.10 VARIABLES.....	56
4.10.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	56
CAPÍTULO V.....	57
5. RESULTADOS.....	57
5.1 CUMPLIMIENTO DEL ESTUDIO.....	57
5.2 CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN DE ESTUDIO.....	57
5.3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	58
CAPITULO VI.....	138
6. DISCUSIÓN.....	138
CAPITULO VII.....	142
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	142
7.1 CONCLUSIONES.....	142
7.2 RECOMENDACIONES.....	144
BIBLIOGRAFÍA.....	145
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	145
BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA.....	149
ANEXOS.....	150



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Miguel Andrés Valencia Solórzano, autor de la tesis **"PREVALENCIA Y FACTORES ASOCIADOS AL USO DE REDES SOCIALES DE INTERNET POR ADOLESCENTES DE COLEGIOS, CUENCA 2012."**, 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 Médico. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, Enero del 2013


Miguel Andrés Valencia Solórzano
C.I. 0104775556

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Maricela Marlene Toalongo Gallegos, autora de la tesis **"PREVALENCIA Y FACTORES ASOCIADOS AL USO DE REDES SOCIALES DE INTERNET POR ADOLESCENTES DE COLEGIOS, CUENCA 2012."**, 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 Médica. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autora.

Cuenca, Enero del 2013

Maricela Marlene Toalongo Gallegos

C.I. 0105011787

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA
Fundada en 1867

Yo, Amada Jackeline Torres Aguilar, autora de la tesis **"PREVALENCIA Y FACTORES ASOCIADOS AL USO DE REDES SOCIALES DE INTERNET POR ADOLESCENTES DE COLEGIOS, CUENCA 2012."**, 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 Médica. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autora.

Cuenca, Enero del 2013

Amada Jackeline Torres Aguilar
C.I. 1104797558

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999
Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316
e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103
Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA
Fundada en 1867

Yo, Miguel Andrés Valencia Solórzano, autor de la tesis "PREVALENCIA Y FACTORES ASOCIADOS AL USO DE REDES SOCIALES DE INTERNET POR ADOLESCENTES DE COLEGIOS, CUENCA 2012.", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, Enero del 2013


Miguel Andrés Valencia Solórzano
C.I. 0104775556

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316
e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103
Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Maricela Marlene Toalongo Gallegos, autora de la tesis "PREVALENCIA Y FACTORES ASOCIADOS AL USO DE REDES SOCIALES DE INTERNET POR ADOLESCENTES DE COLEGIOS, CUENCA 2012.", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, Enero del 2013

Maricela Marlene Toalongo Gallegos

C.I. 0105011787

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA
Fundada en 1867

Yo, Amada Jackeline Torres Aguilar, autora de la tesis "PREVALENCIA Y FACTORES ASOCIADOS AL USO DE REDES SOCIALES DE INTERNET POR ADOLESCENTES DE COLEGIOS, CUENCA 2012.", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, Enero del 2013

Amada Jackeline Torres Aguilar
C.I. 1104797558

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316
e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103
Cuenca - Ecuador



**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS MÉDICAS
ESCUELA DE MEDICINA**

**PREVALENCIA Y FACTORES ASOCIADOS AL USO DE REDES SOCIALES
DE INTERNET POR ADOLESCENTES DE COLEGIOS, CUENCA 2012.**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE MEDICO Y MEDICA**

**AUTORES: MIGUEL ANDRÉS VALENCIA SOLÓRZANO.
AMADA JACKELINE TORRES AGUILAR.
MARICELA MARLENE TOALONGO GALLEGOS.**

DIRECTOR: DR. JULIO JARAMILLO OYERVIDE

ASESOR: DR. MANUEL ISMAEL MOROCHO M.

**CUENCA – ECUADOR
2012**



DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, a mi familia, a Alexandra por haber estado a mi lado siempre apoyándome, a mis amigos, a mis profesores en especial al Dr. Julio Jaramillo O. por aceptarme para realizar esta tesis bajo su dirección su apoyo y confianza en nuestro trabajo y su capacidad para guiar nuestras ideas ha sido un aporte invaluable, no solamente en el desarrollo de esta tesis, sino también en nuestra formación como investigadores.

MIGUEL ANDRÉS VALENCIA SOLÓRZANO.



DEDICATORIA

A Dios y a mi familia por su apoyo incondicional, por ser mí guía en todo momento y pilar fundamental en el transcurso de la carrera.

AMADA JACKELINE TORRES AGUILAR.



DEDICATORIA

Mi madre Miriam por ser el ejemplo más grande de mi vida y de la cual aprendí aciertos y de momentos difíciles, a mis hermanas Anabel y Doménica por apoyarme en todas mis decisiones.

Al Dr. Julio Jaramillo por su paciencia y guía para la realización de ésta tesis, y a todos mis amigos que participaron directa e indirectamente en la elaboración de este proyecto.

¡Gracias a ustedes!

**MARICELA MARLENE TOALONGO
GALLEGOS.**



AGRADECIMIENTO

Al haber culminado un trabajo tan arduo y lleno de dificultades que conlleva concentración, sacrificio y esfuerzo queremos agradecer de manera especial y sincera a nuestro director de tesis Dr. Julio Jaramillo Oyervide por su apoyo incondicional, confianza y por guiarnos en todo momento en el desarrollo de esta tesis. Agradecemos también al Dr. Ismael Morocho por su importante aporte y participación activa en el desarrollo de este propósito.

El apoyo y confianza brindado por todas aquellas personas que formaron parte de nuestro proyecto a cada una de las instituciones, rectores, profesores, y alumnado que a través de su participación logramos uno de nuestros objetivos, por los datos obtenidos base de nuestro trabajo.

Nuestro agradecimiento a las personas que han estado con nosotros desde el inicio de nuestra carrera, a nuestros maestros que con sus ideas, orientación y rigurosidad, han sido la clave del buen trabajo que hemos realizado juntos.

Debemos destacar, por encima de todo, por su disponibilidad, paciencia y comprensión en el día a día a nuestros familiares, amigos, compañeros de estudio, nuestra gratitud sincera por el apoyo incondicional, el ánimo brindado en todo momento para no decaer y llegar a un feliz término de este proyecto.

Los autores



CAPÍTULO I

1.1 Introducción

En la última década con el notable desarrollo del Internet es evidente y son cada vez más los usuarios que se suscriben en las famosas redes sociales que ha influenciado sobre los procesos de comunicación y generación e intercambio de información a través de la red. El libre acceso y uso de Internet ha facilitado el crecimiento de usuarios de estas redes sociales, siendo así que casi el 50% de los internautas son miembros habituales de dichas redes. ⁽¹⁾

Según Echeburúa, en su publicación: "El peligro que suponen las redes sociales para la juventud", refiere que el cambio de la vida social por la virtual a través de redes como Facebook o Twitter, es uno de los mayores peligros, que el uso abusivo de las nuevas tecnologías extraña para los y las adolescentes. Se ha destacado la creación de una identidad ficticia gracias al anonimato de estas redes, el aislamiento social, la "automedicación digital" ante una depresión, es decir, recurrir a las redes sociales para superar el malestar, y problemas físicos como obesidad, fruto de la vida sedentaria delante del ordenador. Sobre los perfiles del riesgo en la adicción a las redes sociales, se ha aclarado que son los mismos que para otras adicciones, como drogas o alcohol, definidos por gente que, "o bien no tienen una percepción clara del riesgo, o bien tiene una baja autoestima, o bien están pasando una situación coyuntural complicada, como estrés, un desengaño amoroso o dificultades en los estudios". ⁽²⁾

El presente trabajo se trata de un estudio de tipo descriptivo de corte transversal, la muestra fue obtenida utilizando el programa Epi Info Version 6.0 con un universo de 50.150 (N=50.150) adolescentes escolarizados de la zona urbana de la ciudad de Cuenca. Para el cálculo se utilizó el 13.9% con un peor aceptable de 16.0% con un nivel de confianza del 95%, (1.021). Se adicionó el 10% de posibles pérdidas (102), lo que significa que la muestra total fue de 1.123 estudiantes (n= 1.123), pertenecientes a 63 colegios de la ciudad de



Cuenca obtenidos mediante la aplicación del sistema EPIDAT versión 3.1, según aleatorización simple. El instrumento de recolección de datos utilizado fue un formulario previamente validado. Los resultados fueron procesados en el sistema SPSS 15.00 versión Evaluación.

La investigación cuenta con siete capítulos de los cuales el capítulo I es una introducción y estadísticas sobre el uso de redes sociales, el capítulo II trata sobre las bases teóricas de la investigación, el capítulo III explica los objetivos generales y específicos planteados, en el capítulo IV se describe el diseño metodológico empleado en el estudio, el capítulo V muestra los resultados obtenidos luego del análisis de la información recolectada, el capítulo VI contiene la discusión de los resultados obtenidos comparados con la literatura internacional y nacional sobre el tema de investigación, y el capítulo VII damos a conocer las conclusiones y recomendaciones de nuestro estudio.

La información obtenida se puso a disposición de: la Facultad de Ciencias Médicas, a quienes se les entregó una copia de los resultados de la investigación. Los beneficiarios directos de este trabajo fueron las/los adolescentes directamente, al igual que su familiares, así como también los investigadores; de manera indirecta se beneficiaron a los colegios y a la comunidad en general a quienes se puso a su disposición información actualizada sobre el uso de redes sociales en nuestro medio.



1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La adolescencia se caracteriza por cambios drásticos y rápidos en el desarrollo físico, mental, emocional y social, que provocan ambivalencias y contradicciones en el proceso de búsqueda del equilibrio consigo mismo y con la sociedad a la que el adolescente desea incorporarse. Por ello, los adolescentes son una «materia» moldeable y receptiva que está muy abierta a las influencias de los modelos sociales y de los entornos de vida que frecuentan. La adolescencia es una etapa decisiva en la adquisición y consolidación de los estilos de vida, ya que se consolidan algunas tendencias comportamentales adquiridas en la infancia y se incorporan otras nuevas provenientes de dichos entornos de influencia. ⁽³⁾

Según el INEC, el Azuay es la segunda provincia con más usuarios de computadoras con un 47.7% de la población, le sigue a Pichincha con un 56.2%, en tercer lugar se encuentra Pastaza con un 47.6% de usuarios. Siendo Azuay la provincia con mayor número de hogares con acceso a internet en el área urbana con un 22.7% de hogares. ⁽⁷⁾

El INEC muestra que la población entre los 16 y 24 años de edad, continúa siendo el grupo donde se concentra la mayor cantidad de usuarios de la Red, en el país, alrededor del 54.8%. Casi dos tercios de nuestra población de usuarios son jóvenes, adolescentes y niños, en estas estadísticas, vemos que la mayoría de la población que usa internet son jóvenes, que lo emplean para investigar trabajos, para conectarse, para mantenerse informados, y por supuesto para hacer uso de las redes sociales. ⁽⁶⁾

Según el INEC, Ecuador 2011, el uso de Internet es muy frecuente, ya que el censo realizado en el 2010, develó la cifra de 3.002.914 internautas que actualmente navegan por la Red, desde Ecuador. Esta cifra, en comparación con los últimos tres años, denota un crecimiento interanual equivalente al 21,14%. ⁽⁶⁾



Ecuador en cifras, 2010, la razón de uso de internet a nivel urbano demostró que el 36.2% lo hace para educación y aprendizaje, 29.2% lo hace para obtener información, el 23.6% lo hace para comunicación en general, el 5.7 % por razones de trabajo y el 5.1% otros. De estos el 40% lo hace desde su hogar y el 55.5% lo hace una vez al día. ⁽⁸⁾

Un estudio en América Latina en el 2009 reveló los resultados de su encuesta realizada a personas mayores de 15 años en los hogares y empresas para detectar el uso de redes sociales. Se excluyó el tráfico de computadores públicos como Café Internet y acceso de equipos móviles y PDAs. El estudio expuso los siguientes resultados: el 87.2% de los usuarios de internet poseen algún tipo de red social. Países como Brasil muestran una prevalencia de uso de redes sociales del 85.3%, le sigue Chile con un 80.1%, Colombia con un 79.6%, Argentina con un 77.1%. ⁽⁵⁾

El uso y evolución de usuarios de Facebook por países muestra algunas sorpresas, como por ejemplo su espectacular crecimiento en países asiáticos y en Europa del Este. En Estados Unidos el número de usuarios en septiembre del 2008 fue de 32.931.680 en septiembre del 2010 esta cifra aumentó a 138.660.280. En España se ha pasado de apenas un millón de usuarios en 2008 a los 11 millones actuales. ⁽⁴⁾

En España, el 86,7% de los hombres y el 93,2% de las mujeres afirman estar registrados en al menos una red social. ⁽¹⁾ En Estados Unidos el 95% de todos los adolescentes de 12 a 18 están ahora en línea y el 80% de los adolescentes en línea son usuarios de sitios de redes sociales. ⁽⁹⁾

En un estudio realizado por la Universidad Camilo José Cela denominado: "Hábitos de uso de las redes sociales en los adolescentes de España y América Latina" publicó los siguientes resultados: La utilización de las redes está muy extendida en la población de adolescentes españoles, llegando a un 78% de la muestra analizada los que reconocen utilizarla. Además, el grupo de



mujeres las utiliza en mayor medida (81,6%) que el grupo de varones (74,4%).
(10)

Según Sanchez, (2010), el 93% de los usuarios utilizan las redes sociales desde hace menos de tres años. La red preferida es Tuenti (80%), pero existen ciertas diferencias por ejemplo, en Cataluña se prefiere Facebook (75,2%), seguida de Fotolog (15%) y, en tercer lugar, Tuenti (5,1%).⁽¹⁰⁾

La frecuencia de consulta de las redes sociales, muestra un 39%: “*Varias veces al día*” y un 27%: “*Una vez al día*”, lo que da una idea de su elevada utilización por parte de los adolescentes. Aunque las adolescentes suelen consultarlas más que los adolescentes. La razón más aducida por los adolescentes para el uso de las redes sociales es mantener el contacto con amigos (cerca del 80%), más lejos aparece otra razón social: “*saber de gente con la que no se tiene relación habitual*”. De esta manera se observa la finalidad relacional de este tipo de herramientas.⁽¹⁰⁾

Entre los contactos incluidos están referidos fundamentalmente a amigos con los que se mantiene una relación habitual externa a las redes, y a amigos con los que no se tiene dicha relación habitual, ya sea por vivir en otras ciudades o en los mismos municipios pero sin posibilidad de verse a menudo. En menor medida se incluye “*Gente desconocida*” (6,8%). De ese 6,8% original, que incluye en sus redes contactos con desconocidos sólo un 8% había quedado con un desconocido a través de Internet. El 72%, la calificó como positiva, mientras que el restante 28% indicó una valoración negativa. Estos resultados posiblemente den respuesta a que estas personas aunque desconocidas podrían ser referenciadas directamente por algún amigo.⁽¹⁰⁾

También se encontró que los adolescentes prefieren actividades “fuera del hogar”, como “*Salir con sus amigos*” (80,2%), “*Hacer deporte*” (40,8%) o “*Ir al cine*” (21,5%). En cuanto a las opciones “dentro de casa”, se puede percibir un cambio de hábitos ya que “*Utilizar una red social*” (18,3%) supera a “*Ver la televisión*” (16,4%). En esta dirección aparecen diferencias en función del sexo,



las adolescentes prefieren ir al cine o hacer deporte (por orden de elección) y los adolescentes hacer deporte o jugar a la videoconsola. ⁽¹⁰⁾

Existe un elevado porcentaje está concienciado con la posibilidad de que su privacidad pueda correr peligro en las redes (59%). De este original 59%, el 62% además manifiesta cierta preocupación. ⁽¹⁰⁾

Los adolescentes perciben una muy baja influencia en su rendimiento escolar por el uso de las redes sociales. Igualmente, perciben poca influencia de las redes sobre sus relaciones, aunque afirman que pueden tener un efecto positivo al mejorar sus relaciones con otras personas y, en menor medida, ayudándoles a saber lo que ocurre entre sus amistades. No perciben gran influencia sobre sus relaciones familiares, aunque en alguna medida sí reconocen que sus padres se han quejado por el tiempo que pasan conectados a las redes sociales. ⁽¹⁰⁾

Las redes sociales de internet en América Latina son Facebook (más del 95%) y Twitter (cerca del 50). El 96% de la muestra reconoce usar las redes para mantenerse en contacto con sus amigos y un 80% lo hace para contactarse con sus conocidos. Más del 75% cuando sigue a una marca espera un contacto con ella ya sea por el envío de información, el acceso a ofertas y que respondan a sus inquietudes. El instrumento utilizado no permite concluir respecto de las actitudes hacia la publicidad en internet y las redes sociales, pero se puede enunciar que la posición que utilizan las marcas al estar disponibles en las redes sociales se ha convertido en una forma poco invasiva de comunicación en este medio, ya que seguir a una marca por alguna de estas redes sociales es una opción voluntaria del usuario, y en el 100% de los casos éste buscará de alguna forma, ya sea funcional o compleja o bien racional o emotiva, obtener algún beneficio. ⁽¹¹⁾

Venezuela tiene 4.636.960 usuarios registrados en el Facebook, siendo el cuarto país con más usuarios en Latinoamérica. Ubicándose según la cantidad de usuarios:



1. Argentina, 6.822.620
2. Colombia, 6.676.440
3. Chile, 5.568.840
4. Venezuela, 4.636.960
5. Brasil, 2.137.660
6. Perú, 1.428.320
7. Uruguay, 566.820
8. Ecuador, 548.120
9. Bolivia, 436.400
10. Paraguay, 115.160

El 54.3% (2.538.860) de los usuarios del Facebook en Venezuela son Mujeres mientras el 45.7% (2.136.900) son Hombres. Los 4.636.960 usuarios Venezolanos en el Facebook se distribuyen según sus edades:

13 años o menos	1.4%
14 a 17 años.	18.0%
18 a 24 años	34.8%
25 a 34 años	26.3%
35 a 44 años	12.0%
45 a 54 años	5.2%
55 a 64 años	1.7%
65 años o más	0.6% ⁽¹²⁾

En el último estudio realizado por la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL), sondeo de percepción sobre aspectos técnicos relacionados con el acceso a la Internet demostró que: El 65,06% de las personas consultadas indicaron que usan la cuenta de acceso a la internet todos o casi todos los días, mientras que el 23.45% lo hacen varias veces a la semana; el resto de respuestas indican que utilizan la cuenta una vez por semana, varias veces al día o un par de veces al mes. La mayoría de personas que participó en el sondeo, el 43%, dijo que usa el servicio entre una y dos horas al día; el 20% entre 2 y 4 horas; el 16% entre 4 y 8 horas; de media hora a una hora



corresponde al 12%; las restantes personas manifestaron que utilizan menos de 15 minutos al día. ⁽¹³⁾

A pesar de contar con datos estadísticos en países vecinos, no existe una cifra clara del uso de estas redes sociales de internet en nuestro país, siendo por lo tanto, datos que no se pueden extrapolar a nuestra realidad, por tal razón creemos que es muy importante el obtener datos confiables que nos permitan orientarnos a la realidad de los estudiantes de la ciudad de Cuenca; para que así puedan tomar conciencia de esta nueva moda, sus consecuencias, y crear medidas que puedan contribuir en la puntualización de sus posibles soluciones.



1.3 JUSTIFICACIÓN

En la actualidad con el avance de la tecnología y el libre acceso a internet y principalmente ante la falta de control por parte de los padres de familia ha acarreado a los adolescentes a un excesivo consumo de este elemento, convirtiéndose en el principal causante tanto de inconvenientes familiares como sociales y que podría constituirse como un gran problema a futuro.

Según un artículo publicado por revista CSO de España, a pesar de los muchos beneficios que permiten las redes sociales, también están cambiando la forma en la que interactúan muchos individuos, y poniendo en evidencia la necesidad de prestar mayor atención a los riesgos a los que están expuestos.

(14)

Al analizar a profundidad a lo que nos enfrentamos en cada uno de nuestros hogares y al no contar con datos lo suficientemente certeros, consideramos de mucha importancia el que se haya realizado este estudio acerca de la problemática que cada día se vuelve más frecuente y que involucra a la población más vulnerable como lo es la adolescencia. Al ser un estudio de prevalencia nos permitió aplicar nuestros conocimientos generales así como también los datos expuestos se podrán realizar trabajos de investigación que permitan dar a conocer más acerca del tema. Es así como la comunidad tendrá conocimiento sobre la magnitud del problema, de igual forma puede constatar que el uso de las redes sociales está asociado fundamentalmente a factores de riesgo que esto implica y que es imprescindible una restricción para controlar su uso.

Los resultados de este trabajo estarán disponibles en la biblioteca de la Facultad de Ciencias Médicas donde pueden ser utilizados por profesores, autoridades de salud y de manera prioritaria por los estudiantes de los diferentes colegios, para generar pautas y comportamientos que evitarán el uso inadecuado de redes sociales de internet; así como también pretendemos que generen consciencia sobre los riesgos, fisiológicos y psicológicos que puede producir el uso exagerado de internet para acceder a este tipo de redes.



CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTO TEÓRICO

2.1 DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA DE INTERNET EN ECUADOR

En el Ecuador, la primera institución en proveer acceso al Internet fue EcuaneX, un nodo de Internet establecido en 1991 por la Corporación Interinstitucional de Comunicación Electrónica, Intercom. Esta red formaba parte de la red mundial del Institute for Global Communications Alliance for Progressive Communications (IGC/APC), que proveía este servicio a organizaciones no gubernamentales y de desarrollo.

Un segundo proveedor fue EcuaneT, fue establecido en octubre de 1992, por la Corporación Ecuatoriana de Información, una entidad sin fines de lucro auspiciada por el Banco del Pacífico, la ESPOL, la Universidad Católica Santiago de Guayaquil y otras entidades. ⁽¹⁵⁾

La mayoría de usuarios de Internet lo utilizan básicamente como un medio para enviar correo electrónico. De esta manera, podían enviar mensajes de manera instantánea, y casi gratuitamente (evitando el costo de las llamadas de larga distancia, así como la inseguridad y lentitud del correo normal). Para ello, bastaba tener una cuenta de Internet y la dirección del destinatario. Un segundo nivel de uso de internet lo constituyen las listas de discusión también llamadas las salas de chat. Había listas para todos los gustos. Solo sobre América Latina existían más de un centenar. ⁽¹⁵⁾

Luego se popularizó el uso del “Worldwide Web” (WWW, o Red Mundial), que presentaba la información en forma gráfica, por lo cual era más fácil de usar. Para acceder al “Web”, era necesario tener un programa de acceso, o “browser”, tal como Mosaico, Netscape o Lynx. ⁽¹⁵⁾



Esto abrió las puertas a la creación de numerosas páginas, en las que se exponía gran variedad de información que se encontraba a disposición de todos los usuarios que se encontraban a la red mundial, los mismos que podían subir y descargar cualquier tipo de documentos informáticos.⁽¹⁶⁾

El Internet en Ecuador tuvo un crecimiento sostenido, según lo indican las cifras publicadas por la Superintendencia de Telecomunicaciones desde el año 1996 en donde no se registraban usuarios de Internet.⁽¹⁶⁾

Desde el año de 1994 hasta el año 2004 se ha tenido un porcentaje de crecimiento del 4505,17% lo que indica que ha existido una gran evolución de los servicios de valor agregado en Ecuador.⁽¹⁶⁾

A pesar del crecimiento demostrado, existe un gran déficit en la provisión de servicios de Internet, las barreras principales que impiden el acceso, constituyen los aspectos económicos, tanto en la adquisición del hardware necesario para el acceso, como en los altos precios del servicio. Otra de las barreras constituye la falta de preparación de la población para utilizar al Internet como herramienta en la actividad que realiza, ya sea trabajo, estudios, entre otros.⁽¹⁶⁾

En el Ecuador existen empresas que brindan servicios de valor agregado, permitiendo el acceso de clientes con cuentas personales y de empresas e instituciones mediante cuentas corporativas.⁽¹⁶⁾

2.2 CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN DE CUENCA

Cuenca, “la tercera ciudad del país”, según el censo del 2010, tiene una población de 505.585 habitantes, se caracteriza por ser una población joven, ya que el 43,6% se encuentra dentro del grupo de edad (1-20 años). Dentro del contexto nacional, la imagen de esta ciudad se encuentra ligada a una variedad de tradiciones, valores culturales y religiosos que la identifican.⁽¹⁷⁾



Un total de 308.273 personas de esta urbe, conforman la población económicamente activa (5 y más años) ; de ellos, el 59,5% son hombres y el 40,5% son mujeres. La principal actividad que se realiza en esta localidad es la empresarial, destacándose dentro de ella el comercio al por menor. ⁽¹⁸⁾

En nuestra ciudad existen varias empresas encargadas de brindar el servicio de internet (Etapa, TvCable, CNT, Puntonet, Porta, Movistar, etc) y así mismo la ciudad posee varios lugares de acceso gratuito de internet banda ancha, aparte cuenta con numerosos café nets, entre otros sitios a la que se puede acceder internet. Es decir la ciudad se ha convertido en un centro tecnológico que está al alcance de la mayoría de los ciudadanos.

2.3 REDES SOCIALES

2.3.1 HISTORIA DE LAS REDES SOCIALES

La historia de las redes sociales se enmarca junto al inicio del internet. En los tiempos de la llamada Guerra Fría, entre el bloque comunista liderado por la Unión Soviética y el bloque capitalista con Estados Unidos a la cabeza, supuso una carrera ascendente en orden a demostrar la superioridad tecnológica y militar de uno de los dos países. En 1957 la Unión Soviética lanzó con éxito el primer satélite artificial, el Sputnik, colocándose en aparente ventaja frente al adversario. ⁽¹⁹⁾

Como respuesta, el entonces presidente de los Estados Unidos, Dwight Eisenhower, ordenó la creación del ARPA (Advanced Research Projects Agency). Se trataba de un proyecto que desarrollaría la creación de una red de comunicación entre ordenadores. La particularidad de la iniciativa radicaba en la descentralización del sistema, pues estaba compuesto por varios ordenadores distantes geográficamente el uno del otro. Para 1973 se establecieron conexiones entre ordenadores de Estados Unidos, Gran Bretaña y Noruega. ⁽¹⁹⁾



Los orígenes históricos de las redes sociales se remontan a 1994-1995 cuando algunos sitios de Internet fueron añadiendo, con las capacidades técnicas de entonces y en ámbitos más bien restringidos, la oportunidad de agregar comentarios en foros, mensajería instantánea y, eventualmente, listas de amigos.⁽¹⁹⁾

En 1997, SixDegrees.com fue la primera red social. Permitía no sólo crear perfiles sino también listas de amigos y, al año siguiente, también navegar por las listas de los amigos.

De 1997 a 2001, la evolución tecnológica facilitó nuevas herramientas que permitieron que webs como la del LiveJournal o la sueca LunaStorm estuviesen a la vanguardia e hiciesen sentir involucrados a sus usuarios. El golpe final lo dio Ryze.com cuando en 2001 impulsó las redes empresariales en Internet. Un año más tarde nacía Friendster, un portal para concertar citas online que gozó de un éxito que también fue su ruina (las dificultades técnicas no pudieron hacer frente a la alta demanda de servicios).

Aprovechando la agonía de Friendster, Tom Anderson echó a andar en 2003 un proyecto al que apenas si se le dio cobertura en sus inicios. Lo tituló MySpace. Meses más tarde, en 2004, Mark Zuckerber lanzaría el proyecto Facebook.

El fenómeno Facebook dio pie al desarrollo, consolidación, masificación y proliferación de numerosas redes sociales en los meses y años subsiguientes: Orkut se convirtió en la primera en Brasil y en un proyecto exitoso en la India; Mixi se expandió por todo Japón; LunaStorm consolidó su primacía en Escandinavia; Holanda abrazó Hyves y Gronó se hizo con Polonia; Hi5 conoció el éxito en Latinoamérica y algunos países europeos; Bebo amplió su poder en Gran Bretaña, Nueva Zelanda y Australia; QQ se masificó en China y, más recientemente, Tuenti conquistó España. Actualmente, casi todas las operadoras de telefonía móvil permiten conectarse a redes sociales, por no



hablar de los últimos modelos de cámaras digitales de imágenes y video, de los registradores digitales de sonido, etc.

La popularidad de las redes sociales “responde al deseo fundamental de las personas de entrar en relación unas con otras. Es un anhelo de comunicación y amistad que tiene su raíz en nuestra propia naturaleza humana y no puede comprenderse adecuadamente sólo como una respuesta a las innovaciones tecnológicas”. En este sentido, el deseo de contactar y el instinto de comunicación son, en definitiva, modernas manifestaciones de esa tendencia intrínseca de todos los seres humanos a ir más allá de sí mismos. ⁽²⁰⁾

2.3.2 ¿QUÉ SON LAS REDES SOCIALES?

“Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos. Una sociedad fragmentada en minorías aisladas, discriminadas, que ha desvitalizado sus redes vinculares, con ciudadanos carentes de protagonismo en procesos transformadores, se condena a una democracia restringida. La intervención en red es un intento reflexivo y organizador de esas interacciones e intercambios, donde el sujeto se funda a sí mismo diferenciándose de otros.” ⁽²¹⁾

Desde esta perspectiva, las redes sociales son un fenómeno en el que distintas personas (usuarios) encuentran la posibilidad de interactuar entre sí, a través de Internet, más allá de que no se conozcan, y desde cualquier rincón del planeta. Por medio de las redes es posible el intercambio de información, conocimiento, intereses, ideas, preocupaciones y necesidades, y generación de nuevos vínculos, ya sean afectivos o de negocios.

Las redes sociales implican un sistema abierto, el cual se va construyendo con lo que cada suscripto aporta a la red, cada nuevo miembro que ingresa



transforma al grupo en otro nuevo; al mismo tiempo, las redes rompen con el aislamiento que se genera en la mayoría de las personas.

Además, se puede pensar a las redes sociales como un servicio en Internet que permite a los individuos:

- Construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado
- Articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión
- Ver y recorrer su lista de las conexiones y de las hechas por otros dentro del sistema.⁽²¹⁾

2.3.3 RELACIÓN REDES SOCIALES Y LA WEB 2.0

En sus inicios, la Red Mundial de Internet (World Wide Web) era un medio de comunicación de un sentido: la gente publicaba contenido y los demás lo leían. Sin embargo, con la llegada de lo que se conoce como Web 2.0 (término acuñado por Tim O'Reilly en 2004), o la red en dos sentidos, todo ha cambiado. Internet se usa ahora para conversar y hacer conexiones sociales. En el epicentro de este movimiento se encuentran las redes sociales.

En éstas, la gente publica páginas con blogs (diarios personales), vínculos a sus sitios favoritos, conexiones a las páginas de sus amigos y áreas donde esos amigos pueden comunicarse, por lo general, de manera pública. Algunos servicios permiten que sus usuarios incluyan reproductores de medios que transmiten sus canciones favoritas o videos musicales. Estos sitios son en realidad comunidades en línea en las que ocurre lo mismo que en la vida real.
(20)

2.3.4 ¿CÓMO SE CLASIFICAN LAS REDES SOCIALES?

Las redes sociales se pueden clasificar de acuerdo a la conexión de los nodos (que representan individuos), éstos se conectan entre sí de formas distintas, y son esas relaciones las que definen el tipo de red:



Centralizada: los nodos se conectan a través de un único nodo que concentra y distribuye la información. Los nodos no se conocen entre sí sino a través del nodo central, y si este desaparece la red se pierde.

Descentralizada: replica la estructura anterior en varias redes centralizadas. La diferencia con la red centralizada es que la información no se concentra ya en un solo actor. Todavía existen problemas, ya que cuando se cae un nodo los que se conectan a la red a través de él quedan incomunicados.

Distribuida: cualquier nodo se conecta con cualquier otro, disseminando la información de forma más eficiente y logrando que la desaparición de un nodo no afecte de forma irrevocable la estructura de la red. Esta opción que plantea una topología descentralizada es la que describe mejor las topologías de las redes en Internet, en particular las redes sociales.⁽²⁰⁾

2.3.5 ORIGEN DE LAS REDES SOCIALES

El origen de las redes sociales se puede remontar, al menos, a 1995, cuando Randy Conrads crea el sitio web classmates.com. Con esta red social se pretende que la gente pueda recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto, universidad, etcétera. Sin embargo, recién en el 2001, y gracias a la caída del puntocom, comienzan a aparecer sitios o espacios sociales.

En el año 2002 surgen sitios web promocionando las redes de círculos de amigos en línea cuando el término se empleaba para describir las relaciones en las comunidades virtuales. En este mismo año emerge el primer sitio capaz de generar círculos sociales: Friendster, el cual ha sido uno de los que mejor ha sabido emplear la técnica del círculo de amigos. En mayo del mismo año nace el sitio de publicación de fotografías Fotolog.com, y ya en febrero del 2005 superaba el millón de usuarios. El término fotolog (o fotoblog) originalmente se refería a una variante de weblog para la publicación de imágenes.⁽²²⁾



En el 2003 surge MySpace, la segunda web más visitada de Internet. MySpace suele definirse como “un lugar de amigos”, donde es posible chatear, mandar mensajes, crear blogs, invitar a amigos a participar, e incluso personalizar la página, subir fotos y videos. LinkedIn es una red social cuyo objetivo es hacer conexiones de tipo profesional entre personas y entre personas y empresas, también lanzada en el 2003.

En el mismo año comenzó a funcionar del.icio.us, un servicio de gestión de marcadores sociales en la web, que podría compararse con nuestros favoritos, pero en este caso compartido con miles de usuarios. del.icio.us permite la construcción colectiva de marcas, que ayuda a otros usuarios a descubrir contenidos que quizás de otra manera nunca hubieran encontrado.

En febrero de 2004 fue lanzado el sitio Facebook. Esta red social fue creada originalmente para estudiantes de la Universidad de Harvard, aunque en la actualidad está abierta a cualquier usuario que quiera ser parte de ella. Es un espacio que permite publicar información personal y profesional, fotos, chatear y ser parte de grupos según intereses personales. ⁽²³⁾

La popularidad de estos sitios creció rápidamente y grandes compañías han entrado en el espacio de las redes sociales en Internet. Por ejemplo, Google lanzó Orkut el 22 de enero de 2004. Otros buscadores como KaZaZZ! y Yahoo crearon redes sociales en 2005. Según otros autores, el primer sitio reconocido de red social se lanzó en 1997. SixDegrees.com permite a los usuarios crear perfiles, lista de sus amigos y, a partir de 1998, navegar por listas de amigos.

Entre 1997 y 2001, una serie de herramientas de comunidad empezaron a apoyar diversas combinaciones de perfiles y amigos articulados públicamente. AsianAvenue,

BlackPlanet, y MiGente permitían a los usuarios crear perfiles personales, profesionales y datos, los usuarios podían identificar a amigos en sus perfiles



personales, sin solicitar la aprobación de esas conexiones. En este período también surgen otros sitios tales como: LiveJournal, Cyworld, LunarStorm.

Sin embargo, la gran ola de las redes sociales se dio a partir del 2001. Redes sociales de habla hispana Entre las redes sociales de habla hispana, podemos nombrar a las siguientes:

Networking Activo: agrupa a una serie de empresarios y emprendedores complementándose con una revista impresa y distintos eventos presenciales.

Neurona: proclama que su objetivo es ampliar y mejorar la red profesional de contactos, un espacio virtual en el que interactúan diariamente más de medio millón de profesionales presentes en más 50 sectores productivos y más de 100 de comunidades profesionales. Fue adquirida por Xing, aunque aún no ha sido fusionada.

Tuenti: accesible solo por invitación, ha despertado gran interés y un crecimiento muy acelerado para conectar a jóvenes universitarios y de nivel secundario.

eConozco: se presenta como una herramienta que te permite contactar con miles de profesionales a través de tus conocidos de confianza y donde puedes acceder a nuevas oportunidades para desarrollar tu carrera profesional. Fue también adquirida por Xing.

Cielo: combina contactos en línea con una comunidad cara a cara donde estos medios se complementan el uno al otro.

Dejaboo.net: red social orientada a la cultura, en la que los usuarios pueden compartir sus reseñas y gustos literarios, musicales o de cine.

Qdamos: portal para buscar pareja y amigos. El registro y todos los servicios son gratuitos.

Spaniards: la misión de esta red es ayudar y poner en contacto a todos los españoles que viven en el extranjero.



Linkara: enfocado hacia las relaciones de amistad, se presenta como la primera red social para conocer gente a través de aficiones y opiniones.

Gazzag: es una mixtura entre red social profesional y red social de contactos personales.

Permite la creación de galerías de fotos y blogs.

Sonico: red social de acceso gratuito orientada al público latinoamericano. Los usuarios pueden buscar y agregar amigos, actualizar su perfil personal, administrar su privacidad, subir fotos y videos, organizar eventos, entre otros servicios. A continuación describimos las redes sociales más populares y de mayor uso:

YouTube

El uso de videos ocupa un lugar preponderante en el éxito de las social network y YouTube es la insignia, si bien no es la única red de videos.

Tres antiguos empleados de PayPal, Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, fundaron YouTube.com en febrero de 2005. Apenas dos meses después fue cargado el primer video (Me at the zoo). El crecimiento desproporcionado en el alto número de visitantes hizo que Google Inc pusiera su mirada sobre el nuevo proyecto. El portal de YouTube clasifica los videos de acuerdo a categorías como comedia, noticias, documentales, ficción, deportes, entretenimiento, música, entre otros. Una vez registrado como usuario, es posible cargar en YouTube los videos personales que se considera interesantes: desde material de baja calidad técnica hasta los elaborados por profesionales, incluso crear canales personalizados para agrupar videos, compartirlos, votarlos y valorarlos. Tristemente, algunos han aprovechado todo esto para subir videos sobre peleas, chismes sobre personas, racismo e incluso erotismo. Ciertamente el portal prohíbe todos estos contenidos e incluso brinda la posibilidad de denunciar aquellos que violan las condiciones de uso.⁽²³⁾



Facebook

Nace en el 2004, cuando un estudiante de psicología de la universidad de Harvard, Mark Zuckerber, lanzó un proyecto para poner en línea los registros de los inscritos en la universidad, junto a un grupo de amigos entre los que se encontraban Christ Hughes, DustinMoskovitz y Eduardo Saverin.

Facebook comenzó como un apoyo académico para grupos universitarios sólo en la universidad de Harvard. En un inicio fue necesario contar con un correo electrónico del dominio “harvard.edu”. Cuando se amplió a otras instituciones universitarias –cuatro meses después de su nacimiento– los dominios de correo debían estar registrados en la base de Facebook.

Inscribirse en Facebook es sencillo: basta una dirección de correo electrónico como requisito y la elección de una clave. El nombre de la red, en español “libro de rostros”, es significativo. ¿Por qué? Porque no es un lugar para el anonimato sino para presentarse como uno es. ¿Con qué finalidad? La de recuperar viejas amistades que el tiempo o la distancia impedían, o también para hacer nuevos conocidos. Aceptar un nuevo “amigo” en Facebook implica compartir lo que uno tiene en el propio perfil y así posibilitar un conocimiento recíproco. Con Facebook se entra en la vida de otras personas pero también los otros entran dentro de la nuestra.

Twitter

En marzo de 2006, Evan Williams, Biz Stone y Jack Dorsey lanzaron Twitter, una forma de socialización, a través de una sociedad fundada por ellos mismos: TheObviousCoporation. Twitter es un neologismo del verbo inglés tweet, que significa piar. De ahí también la imagen del pajarillo azul que es el símbolo de la empresa.

La dinámica de Twitter es simple: hay receptores y emisores. Los segundos pueden enviar mensajes no superiores a 140 caracteres (tweet) a quienes han elegido seguirlos. Los primeros (followers), reciben esos mensajes, si bien



también pueden convertirse en emisores. En esta sencilla metodología consiste Twitter. ⁽²⁰⁾

Myspace

Es un sitio web de interacción social formado por perfiles personales de usuarios que incluye redes de amigos, grupos, blogs, fotos, vídeos y música, además de una red interna de mensajería que permite comunicarse a unos usuarios con otros y un buscador interno. Fue creado por Tom Anderson pero en la actualidad es propiedad de News Corporation, cuenta con 300 empleados, con 200.623.371 usuarios (en septiembre de 2007) y su velocidad de crecimiento es de unos 230.000 usuarios al día. MySpace es el doceavo segundo sitio más visitado de toda la red y el cuarto sitio más visitado de la red de lengua inglesa; aunque por otro lado, este sitio es poco frecuentado en Europa.

MySpace comenzó a expandirse, extenderse y ganar popularidad además de usuarios lentamente, hasta llegar al punto de convertirse en algo fuera de lo común y en una revolución social, especialmente en Estados Unidos donde MySpace es el sitio web más visitado tras Yahoo!, MSN, Google y YouTube y hasta el punto en el que la mayoría de la población del país conoce el servicio y es muy habitual, especialmente entre jóvenes y adolescentes estadounidenses, ser usuario de MySpace. ⁽²²⁾

2.3.6 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES EN INTERNET

2.3.6.1 VENTAJAS

Las ventajas del uso de redes sociales de internet son:

- Reencuentro con conocidos.
- Excelentes compartir intereses sin fines de lucro con diversas personas.



- Compartir momentos especiales con las personas cercanas a nuestras vidas.
- Diluyen fronteras geográficas y sirven para conectar gente sin importar la distancia.
- Perfectas para establecer conexiones con el mundo profesional.
- Tener información actualizada acerca de temas de interés, además permiten acudir a eventos, participar en actos y conferencias.
- La comunicación puede ser en tiempo real.
- Pueden generar movimientos masivos de solidaridad ante una situación de crisis.⁽²⁴⁾

2.3.6.2 DESVENTAJAS

Las desventajas del uso de redes sociales de internet son:

- Peligrosas si no se configura la privacidad correctamente, pues exponen nuestra vida privada.
- Pueden darse casos de suplantación de personalidad.
- Falta en el control de datos.
- Pueden ser adictivas y devorar gran cantidad de nuestro tiempo, pues son ideales para el ocio.
- Pueden apoderarse de todos los contenidos que publicamos.
- Pueden ser utilizadas por criminales para conocer datos de sus víctimas en delitos: como el acoso y abuso sexual, secuestro, tráfico de personas, etc.⁽²⁴⁾

2.3.7 INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LOS ADOLESCENTES

El sector más vulnerable y propenso a desnudar su intimidad en las redes sociales es el de los menores de edad, en la franja de 14 a 17 años. No por falta de conocimientos técnicos ni de preparación, que por formar parte de la generación “nativa digital” ya los poseen casi de forma innata, sino por la ausencia de sensibilidad alguna por la preservación de un mínimo espacio



privado o íntimo y de juicio ante los riesgos derivados del uso desmedido de estos nuevos canales de comunicación. Sin embargo, la razón primordial la encontramos en la carencia de conocimientos suficientes sobre la materia en padres, tutores y profesores, que se ven desbordados por los avances tecnológicos y el fenómeno de las redes sociales, y se ven incapaces de servir como guía necesaria ante la nueva realidad digital.

Impulsados por la necesidad de formar parte de su grupo, los menores acceden desde temprana edad a las redes sociales para crearse un perfil, cumplimentando sin prestar atención los campos indicados en el formulario de ingreso; algunos de éstos son normales (nombre y apellidos, edad, colegio), pero otros suponen la revelación de datos que en la vida real difícilmente compartirían con terceros: lugares de ocio que frecuentan, inclinación sexual, preferencias políticas, religión...

Cualquier persona que disponga de 10 minutos libres y un ordenador con conexión a Internet puede elaborar un perfil de varias páginas de información de una niña concreta de 14 años que se llama Marta Picöt vive en Madrid, va a un determinado colegio, vuelve sola a casa por las tardes y le gustan los helados de fresa, por poner un ejemplo. Por otro lado, una práctica frecuente en las redes de pornografía infantil consiste en acceder y descargar desde las redes sociales fotografías de menores de edad disfrutando de las vacaciones en la playa –en bañador- y distribuirlas tal cual o editadas a través de listas privadas de correo o por medio de otros sistemas de compartición de archivos. Asimismo, la edición de fotografías pornográficas mediante la adición de rostros de menores que participan en redes sociales se ha convertido en casi un hobby para este tipo de criminales, que crean así imágenes artificiales de pornografía infantil sin que el menor tenga que haber participado en ellas, creándose y distribuyéndose por medio de redes decenas de miles de copias en minutos, sin que sea posible detener jamás este flujo. ⁽²⁵⁾



2.3.8. EL PELIGRO OCULTO DE LAS REDES SOCIALES

Las redes sociales ofrecen plataformas excepcionales, tanto genéricas como especializadas en función de la temática, los gustos, profesiones o edad de los usuarios, en las que crear y mantener comunidades abiertas, públicas, privadas o incluso secretas. El perfecto anonimato que confiere el conocimiento avanzado de las redes ha dado lugar a su uso constante y repetido por organizaciones criminales de pederastas y terroristas, que protegen sus conversaciones y el tráfico de archivos bajo la seguridad de grupos privados, protegidos bajo contraseñas, con ingreso restringido de nuevos miembros y alojadas en terceros países de difícil acceso legal.

Naturalmente, este uso no suele ser obvio y su localización y supresión habitualmente se debe a fallos técnicos del sistema, soplos internos o usuarios infiltrados. No obstante, a pesar de que el grupo se localice, la identidad de sus miembros queda oculta bajo perfiles falsos, creados desde ubicaciones públicas y usadas a través de extensas redes de proxis, sitios en países con legislaciones laxas que hacen prácticamente imposible su identificación positiva.

Pero el fenómeno de la ocultación de identidad no es exclusivo de los grupos criminales, sino que afecta a un elevado número de perfiles de redes sociales. Arguyendo motivos de seguridad e intimidad, el uso de datos falsos es alentado y apoyado por organizaciones de internautas, especialistas de la privacidad y medios de comunicación. Actualmente, resulta complicado tener la certeza de estar conversando a través de una red social con una persona cuyo perfil se corresponda fielmente a la realidad.

Por otro lado, con la llegada de las redes sociales, el teléfono se ha convertido en un vetusto artificio del pasado; para quedar, los amigos no consideran necesario llamarse, enviarse correos electrónicos o conversar por medio de sistemas de mensajería instantánea (chatear): ahora crean “eventos”, esto es, convocatorias públicas o privadas anunciadas en las redes sociales, en las que



menores y adultos se informan del lugar y la hora a la que van a quedar, de los asistentes confirmados y del plan previsto, permitiendo a cualquier persona la obtención de datos adicionales de situación geográfica y temporal de menores. Para llevar a cabo estas convocatorias, muchas veces se usan herramientas ofrecidas por las propias redes sociales, pero otras se utilizan las llamadas “aplicaciones”.

Las aplicaciones son pequeños programas que los usuarios instalan en su zona privada de la red social o agregan a sus perfiles, y cuyas tareas o utilidades pueden ser de lo más variadas: algunas veces ayudan a la creación de eventos, gestión de calendarios, agendas... y otras, su función o utilidad se reduce a enviar objetos digitales a los amigos (un dibujo de un ramo de flores o un dibujo de una mascota) o integrar videojuegos en el perfil.

Las aplicaciones pueden ser creadas por cualquier persona del mundo con los conocimientos informáticos necesarios, y actualmente están presentes en más del 95% de los perfiles de usuarios de redes sociales. Para su instalación e integración, el usuario tan solo debe permitir expresamente a la aplicación “saber quién soy y acceso a la información” personal del perfil. El usuario, por tanto, entrega voluntariamente una ingente cantidad de datos de carácter personal a desarrolladores anónimos de cualquier parte del mundo, con el fin de que éstos, por medio de la aplicación, puedan ponerle en contacto con otros usuarios afines a él, por ejemplo, a cambio de enviarle publicidad contextual orientada por perfiles, en función de su edad, sexo o ubicación geográfica.

En este sentido, Burgueño (2009) conocido consultor estadounidense, se pregunta: “¿por qué un Sudoku tiene que enterarse de que tengo dos hijos?”. La información que se entrega suele ser excesiva y casi nunca se tiene la certeza del uso que se va a hacer con ella.

Las aplicaciones completan la red social y la dotan de nuevas características y canales de comunicación.



Sin embargo, en contadas ocasiones sus intenciones no son loables ni leales con el usuario. El mayor peligro lo presentan las aplicaciones externas a la red, que proponen al usuario una serie de mejoras o información estadística útil, para lo cual tan sólo deben introducir su usuario y contraseña de la red social.

De esta forma, obtienen acceso ilimitado a los datos personales del usuario y de todos aquellos que éste tenga seleccionados como amigos, familiares o conocidos; la finalidad más común de este tipo de obtención de datos es el envío de spam, aunque también son frecuentes los casos de usurpación de identidad y el chantaje o la extorsión al verdadero titular de la cuenta.

Por otro lado, las aplicaciones que, a partir de los datos de la red social, permiten o ayudan a construir un árbol genealógico, recuperar información sobre el instituto en el que estuvo matriculado el usuario o los que ofrecen la posibilidad de cuidar mascotas virtuales, son, en ocasiones, utilizados para obtener las respuestas secretas de las preguntas de seguridad que suelen hacer los bancos o los procesos de recuperación de cuentas de correo: segundo apellido materno, nombre de un profesor del instituto o nombre de tu mascota. ⁽²⁵⁾

2.3.9 PROBLEMAS PROVOCADOS POR UN MAL USO DE LAS REDES SOCIALES

La suplantación de identidad está a la orden del día en las redes sociales. M.A. Pérez, un conocido abogado de Madrid, narra a través de su cuenta de Twitter cómo hace unas semanas se había encontrado con su propia fotografía ilustrando el perfil de otro usuario en LinkedIn, una red social de profesionales. Afortunadamente, este abogado pudo percatarse del hecho a tiempo, gracias a que contaba con perfil en esta red y a que localizó, casi por casualidad, a esta otra persona. Sin embargo, si no hubiese sido usuario de la red social, probablemente nunca se hubiera percatado de la usurpación de identidad y el suplantador seguiría ahora haciendo uso de su imagen.



Una parte fundamental de la actividad de los usuarios en las redes sociales lo configuran los mensajes de estado, que son pequeñas frases de 140 caracteres aproximadamente, a través de las cuales se comparte con el resto de la comunidad información sobre lo que cada quien está haciendo en cada momento. Esta fuente incesante de información personal ha dado lugar a numerosas rupturas de pareja, robos y despidos. Es natural que si una persona advierte públicamente en Twitter o Facebook de que se encuentra en la playa junto con su mujer y sus hijos, el nivel de seguridad de su casa en Madrid descienda notablemente. Asimismo, representa una herramienta idónea para la preparación de atracos y secuestros mediante el estudio de pautas de comportamiento. ⁽²⁵⁾

2.3.10 CONSECUENCIAS DE UN USO NO RESPONSABLE DE LAS REDES SOCIALES

Las consecuencias de un uso no responsable de las redes sociales:

- La publicación de fotografías lleva a perder inmediatamente el control sobre su privacidad.
- El anonimato ha dado lugar a un uso constante y repetido por organizaciones criminales de pederastas y terroristas.
- Resulta complicado tener la certeza de estar conversando a través de una red social con una persona cuyo perfil se corresponde fielmente a la realidad.
- La suplantación de identidad está a la orden del día.
- Esta fuente incesante de información personal ha dado lugar a numerosos rupturas de pareja, robos y despidos.
- El sector más vulnerable y propenso a desnudar su intimidad en las redes sociales es el de los menores de edad, con la ignorancia de padres, tutores y profesores.
- El mayor peligro lo representan las aplicaciones externas a la red que proponen al usuario una serie de mejoras o información estadística útil,



para lo cual tan sólo deben introducir su usuario o contraseña de la red social.⁽²⁶⁾

2.4 ADOLESCENCIA CONCEPTO

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), define la adolescencia como:

“Etapa que transcurre entre los 11 y 19 años. En cada una de las etapas se presentan cambios tanto en el aspecto fisiológico (estimulación y funcionamiento de los órganos por hormonas, femeninas y masculinas), cambios estructurales anatómicos y modificación en el perfil psicológico y de la personalidad; Sin embargo la condición de la adolescencia no es uniforme y varía de acuerdo a las características individuales y de grupo”.⁽²⁷⁾

2.4.1 Cronológicamente:

De acuerdo al criterio utilizado por la OMS, la adolescencia se la define como el lapso de tiempo que comprende aproximadamente entre los 10 y los 19 años.⁽²⁷⁾

2.4.2 Sociológicamente:

Período de transición que media entre la niñez dependiente y la edad adulta y autónoma, tanto en los aspectos económicos como sociales.

2.4.3 Psicológicamente:

"La adolescencia es un período crucial del ciclo vital, en el cual los individuos toman una nueva dirección en su desarrollo, alcanzando su madurez sexual, se apoyan en los recursos psicológicos y sociales que obtuvieron en su crecimiento previo, recuperando para sí las funciones que les permiten elaborar su identidad y plantearse un proyecto de vida propia.".⁽²⁸⁾



2.4.2 CLASIFICACIÓN DE LA ADOLESCENCIA

La OMS divide a este período en tres fases: adolescencia temprana, media y adolescencia tardía.

2.4.2.1 Adolescencia Temprana (10 a 13 años)

Biológicamente, es el *periodo peripuberal*, con grandes cambios corporales y Funcionales como la menarca. Psicológicamente el adolescente comienza a perder interés por los padres e inicia amistades básicamente con individuos del mismo sexo. Intelectualmente aumentan sus habilidades cognitivas y sus fantasías; no controla sus impulsos y se plantea metas vocacionales irreales. Personalmente se preocupa mucho por sus cambios corporales con grandes incertidumbres por su apariencia física.⁽²⁸⁾

2.4.2.2 Adolescencia media (14 a 16 años)

Es la adolescencia propiamente dicha; cuando ha completado prácticamente su crecimiento y desarrollo somático. Psicológicamente es el período de máxima relación con sus pares, compartiendo valores propios y conflictos con sus padres, se sienten invulnerables y asumen conductas omnipotentes casi siempre generadoras de riesgo. Muy preocupados por apariencia física, pretenden poseer un cuerpo más atractivo y se manifiestan fascinados con la moda.

2.4.2.3 Adolescencia tardía (17 a 19 años)

Casi no se presentan cambios físicos y aceptan su imagen corporal; se acercan nuevamente a sus padres y sus valores presentan una perspectiva más adulta; adquieren mayor importancia las relaciones íntimas y el grupo de pares va perdiendo jerarquía; desarrollan su propio sistema de valores con metas vocacionales reales.⁽²⁸⁾



2.4.3. CARACTERÍSTICAS DE LA ADOLESCENCIA

2.4.3.1. CARACTERÍSTICAS FISIOLÓGICAS

Se cambian significativos en cuanto al peso, talla y diámetro torácico, su esqueleto es irregular, ocurriendo un acelerado crecimiento en la columna vertebral de la pelvis y de las extremidades en comparación con la caja torácica. Aparecen el desarrollo de los órganos sexuales y al aparición de caracteres sexuales secundarios, hay un aumento de energía y una sensibilidad a los influjos patógenos. Pueden aparecer desajustes en el sistema nervioso como son distracción, descenso en la productividad del trabajo desajuste en el sueño, entre otros. La masa del corazón aumenta dos veces y se adelanta al crecimiento de los espacios interiores de las arterias, venas y vasos sanguíneos, los cuales son estrechos, aumentando así la presión sanguínea, por lo que aparecen palpitaciones, mareos, dolores de cabeza, fatiga, etc. ⁽²⁹⁾

2.4.3.2. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS DE LA ADOLESCENCIA

La adolescencia es quizá la época más complicada en todo el ciclo de la vida humana. Los adolescentes son muy conscientes y están seguros de que todo el mundo los observa, entre tanto, su cuerpo continuamente los traiciona; sin embargo la adolescencia también ofrece nuevas oportunidades que los jóvenes abandonan de diferentes maneras. Todos estos factores ayudan de una manera u otra a crear responsabilidad en cada joven, lo que hace temprana o tardíamente que este obtenga una maduración intelectual.

Imaginación.- es productiva, refleja la realidad. Continúan desarrollándose los dos tipos de imaginación la reconstructiva y la creadora.

Memoria.- se incrementa el desarrollo de la memoria voluntaria, se encamina a intelectualizarse. Además se desarrolla la memoria racional y



la lógica -verbal, aumentando el papel selectivo de los procesos de memorización.

Percepción.- este proceso en el adolescente se desarrolla a la primera impresión, la cual puede resultar negativa o positiva. Puede hacer un análisis detallado de un objeto o materia percibida, donde se favorece la observación.

La percepción está impregnada de reflexión, donde el adolescente es capaz de distinguir las interconexiones más significativas y las dependencias de causa y efecto.

Emociones y sentimientos.- existe gran excitabilidad emocional. Sus vivencias emocionales son ricas, variadas, complejas y contradictorias con los adultos y con los coetáneos. Aparecen vivencias relacionadas con la maduración sexual. Sus sentimientos se hacen cada vez más variados y profundos, apareciendo los sentimientos amorosos.

Motivación.- los intereses cognoscitivos adquieren un desarrollo considerable, que se transforman en intereses teóricos que le sirven de base para su futura profesión. Su interés o intención profesional están vinculadas a las asignaturas preferidas o aquellas profesiones que tienen un reconocimiento social.

Es un motivo para ocupar un lugar en el grupo donde sea aceptado, reconocido y que exista la comunicación con sus compañeros.

Pensamiento.- se concretiza el pensamiento teórico conceptual - reflexivo (realiza reflexiones basadas en conceptos, elaborando hipótesis y juicios enunciados verbalmente, expone ideas con un carácter lógico. Su pensamiento carece de esencia y originalidad.



Voluntad.- está condicionada por sus posibilidades cognoscitivas, la experiencia en la comunicación, tienen actitud autocrítica. Son capaces de plantearse un fin y lograrlo a toda costa. Predomina un desarrollo de la valentía, independencia, decisión e iniciativa.

Conciencia moral.- su moral no resulta lo suficiente estable. El grupo influye en la formación de la opinión moral y de la valoración que hace el adolescente de ella. Se van formando ideales morales que van adquiriendo un carácter generalizado.

La opinión del grupo tiene más valor que la de los padres y maestros.

El interés por el sexo opuesto tiene mucha importancia para el desarrollo de su personalidad, por eso es de mucho valor la profundización en la información sobre los aspectos que tienen que ver con la identidad y la orientación social.⁽²⁹⁾

2.4.3.3. CARACTERÍSTICAS SOCIOLÓGICAS DE LA ADOLESCENCIA

Las características sociológicas de la adolescencia son:

Desarrollo social.- empieza a manifestarse a la hora de elegir a un amigo es electivo tienen que tener las mismas inquietudes, ideales y a veces hasta condiciones económicas; el grupo es heterogéneo compuesto de ambos sexos ya no es como anteriormente que en su mayoría eran homogéneas esto la mayoría de sus veces trae como consecuencia la mutua atracción, gustarse el varón y la niña empieza con sus tácticas amorosas pero esto lo hablaremos en el desarrollo sexual más ampliado.

Rebeldía.- algunos psicólogos se refieren a ésta etapa como una de la más crítica del ser humano ya que el adolescente ve a la sociedad o al mundo como un tema de crítica y rechazo, rompe el cordón umbilical que lo liga a los padres, desconoce la autoridad o cualquier liderato y entre en ese período transitorio en donde no se pertenece a una pandilla pero tampoco forma parte de un grupo



puberal. El comportamiento rebelde es la consecuencia de la búsqueda de independencia. Necesitan distanciarse de la relación de dependencia y protección que han tenido con sus padres para adentrarse en el mundo adulto y encontrar su identidad personal.

Independencia.- esta supone que el joven tenga: libertad dentro de la familia, para adoptar decisiones día a día; libertad emocional para establecer nuevas relaciones, y libertad personal para asumir la propia responsabilidad en asuntos como educación, opiniones políticas y la futura carrera profesional.

Filosofía.- durante la adolescencia se le da mucha importancia al grupo de iguales, fundamentalmente en esta etapa porque les ayuda a la transición al mundo adulto, les facilita mayor autonomía respecto de los padres les ofrece apoyo, etc. Pero el grupo de iguales también puede significar un riesgo cuando elimina la personalidad del joven y suponen una dependencia e influencias no sanas para el mismo. ⁽³⁰⁾

2.5 HIPOTESIS

El uso de redes sociales por los adolescentes conlleva a riesgos tales como: Adicción, Ansiedad, depresión, falta de ejercicio físico, trastornos de la personalidad y falta de comunicación dentro de la familia.



CAPÍTULO III

OBJETIVOS

3.1. Objetivo General:

Determinar la prevalencia y factores asociados al uso de redes sociales de internet por adolescentes de colegios, Cuenca 2012.

3.2. Objetivos Específicos:

3.2.1. Determinar la frecuencia del uso de redes sociales de internet en los/as adolescentes de colegios, Cuenca 2012.

3.2.2. Identificar los factores asociados al uso de redes sociales de internet en los/as adolescentes de colegios, Cuenca 2012.

3.2.3. Establecer el principal factor asociado al uso de redes sociales de internet en los/as adolescentes de colegios, Cuenca 2012.

3.2.4. Sistematizar la información recopilada



CAPÍTULO IV

4. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Diseño general del estudio

4.1.1 Tipo de estudio

Es un estudio de tipo descriptivo de corte transversal, en el cual se utilizó un formulario previamente validado, el mismo que se aplicó con el consentimiento informado de los y las adolescentes de los colegios de la ciudad de Cuenca en el periodo lectivo 2011-2012.

4.1.2 Área de estudio

Colegios urbanos de la ciudad de Cuenca. (Ver anexo # 5)

4.1.3 Universo de estudio

Comprendido por todos los estudiantes matriculados durante el año lectivo septiembre 2011 – julio 2012, en los Colegios de la zona rural de la ciudad de Cuenca. Universo = 50.150 adolescentes.

4.1.4 Tamaño de la muestra

La muestra fue obtenida utilizando el programa Epi Info Versión 6.0 con un universo de 50.150 ($N=50.150$) adolescentes escolarizados de la zona urbana de la ciudad de Cuenca, datos obtenidos según el INEC en donde constan todas las instituciones educativas de la provincia del Azuay de las cuales se seleccionó las instituciones urbanas del cantón Cuenca, educación media del periodo lectivo 2010 - 2011. (Ver anexo # 6). Para el cálculo se utilizó el 13.9% con un error aceptable de 16.0% con un nivel de confianza del 95%, (1.021). Se adicionó el 10% de posibles pérdidas (102), lo que significa que la muestra es de 1.123 estudiantes. ($n= 1.123$). Los resultados fueron procesados en el sistema SPSS 15.00 versión Evaluación.

**Tabla # 1**

Parámetros considerados para el cálculo muestral de hombres y mujeres (adolescentes escolarizados), Cuenca 2012.

	SEXO MASCULINO	SEXO FEMENINO	TOTAL
N	24333	25817	50150
% Esperado	13,9%	13,9%	
Nivel de error	16%	16%	
Nivel de confianza	95%	95%	
Z	1.96	1.96	
n	486	535	1021
10% Casos extra de seguridad	49	53	102
TOTAL DE MUESTRA	535	588	1.123*

N= Sumatoria de la población total.

Z= Constante.

n= Muestra.

* La asignación de los encuestados fue aleatoria (ver anexo # 6) y proporcional al número de hombres y mujeres en cada colegio, sin embargo, dentro de la base de datos existieron 3 personas que fueron excluidas por no cumplir con los criterios de inclusión quedando un total de la muestra por 1120 unidades de observación.

4.1.5 Unidad de Análisis y Observación.

Adolescentes escolarizadas con edades comprendidas entre 10 y 19 años que cumplieron con los criterios de inclusión.

4.2 Criterios de inclusión y exclusión

4.2.1 Criterios de inclusión

Todos los/as estudiantes matriculados en los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca durante el periodo lectivo 2011-2012, que aceptaron participar en la investigación firmando el asentimiento informado.



4.2.2 Criterios de exclusión

Se excluyeron las personas que no entraron en la clasificación de la adolescencia según la OMS (10-19 años), todos los colegios de modalidad a distancia y semi-presencial, y los adolescentes que no firmaron el asentimiento informado.

4.3 Procedimientos e Instrumentos para la obtención de la información

La información se obtuvo a través de un formulario previamente validado.

4.4 Métodos de procesamiento de la información.

La información se procesó a través del programa estadístico SPSS 15.00 (Statistical Product and Service Solutions para Windows), versión Evaluación.

La presentación de la información se realizó en forma de distribuciones de acuerdo a frecuencia y porcentaje de las variables estudiadas, los resultados son presentados en tablas. Además se utilizó el estadístico Chi cuadrado, para medir la fuerza de asociación entre las variables que la investigación consideró pertinente, el resultado es descrito al de la probabilidad ($p=$) al ser menor a ,005; el cual se asignó al final de las tablas, además se empleó la razón de prevalencia con sus respectivos intervalos de confianza para determinar factores protectores o de riesgo entre las variables asociadas; siendo un valor superior a 1 como factor de riesgo e inferior a 1 como factor de protección y si el valor de la razón de prevalencia es 1 no hay asociación estadística entre las variables.

4.5 Técnica.

Se utilizó la entrevista estructurada, la cual se aplicó con un cuestionario previamente validado con preguntas objetivas de tal manera que la encuestada seleccionó sus respuestas según las opciones planteadas.

El formulario de recolección de información constó de datos de filiación, datos socio demográficos y variables de estudio.



4.6 Procedimiento para la recolección de la información e instrumentos a utilizar.

Se solicitó la autorización pertinente para la aplicación de los formularios mediante un oficio dirigido a los/as rectores/as de los planteles educativos (ver anexo# 1), los mismos que fueron aprobados por las respectivas autoridades de los colegios en estudio.

Posteriormente se entregó a las estudiantes el consentimiento (ver anexo # 2) y asentimiento informado (ver anexo # 3), los cuales dieron a conocer a los padres de los alumnos y estudiantes participantes, el objetivo del estudio.

Una vez firmado el consentimiento y asentimiento informado, se procedió a aplicar el formulario respectivo (ver anexo #4).

En la encuesta se utilizó la técnica de formularios auto-administrados, la cual fue previamente validada en el colegio Madre Enriqueta AYME tuvo una duración de 15 minutos para los/las adolescentes de 11-13 años y 10 minutos para los/las adolescentes estudiantes de 14 a 19 años y en los colegios participantes en el estudio tuvo una duración de 10 a 15 minutos en los cursos inferiores, y de 7-10 minutos en los cursos superiores, con la presencia del investigador que solventó todas las dudas de las investigadas.

4.7 Tablas.

Se utilizó tablas simples y de doble entrada.

4.8 Medidas estadísticas.

En el análisis estadístico se realizó el AED (Análisis exploratorio de datos), corroborando la normalidad de la muestra según prueba Kolmogorov-Smirnov.



Las principales medidas estadísticas que se utilizaron fueron medidas de frecuencia relativa como la proporción y porcentaje para las variables cuantitativas y cualitativas; Chi cuadrado para medición de asociación entre las variables y la razón de prevalencia para determinar riesgo.

4.9 Procedimientos para garantizar aspectos éticos.

Se solicitó la aprobación del Comité de Ética de la facultad de Ciencias Médicas de la Universidad de Cuenca.

Se obtuvo el permiso correspondiente de las autoridades de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca participantes en la investigación.

Se les entregó el consentimiento informado a los/as representantes legales de los adolescentes participantes.

Se les entregó el asentimiento informado a los/las adolescentes.

Los participantes fueron informadas sobre los objetivos del estudio antes de someterse a la entrevista, donde se les aplicó el formulario; se les indicó también que la información es estrictamente confidencial y que no serán utilizados los nombres ni datos particulares en otros trabajos, ni serán expuestos de ninguna forma.

Se respetó su autonomía.



4.10 VARIABLES

4.10.1 Operacionalización de las variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensión	Indicador	Escala
Edad	Tiempo transcurrido desde la fecha de nacimiento hasta el momento de la entrevista	Tiempo transcurrido medido en años	Edad en Años	11 – 13 14 – 16 17 - 19
Sexo	Condición orgánica, psicológica y social que diferencia al hombre de la mujer	Enfoque biológico	Tipo de sexo	Femenino Masculino
Año que cursa	Nivel de estudios que se encuentra	Curso	Año de escolaridad	1 curso 2 curso 3 curso 4 curso 5 curso
Estado civil	Situación de las personas físicas determinada por sus relaciones de familia, provenientes del matrimonio o del parentesco, que establece ciertos derechos y deberes.	Estado Civil	Tipo de estado civil	Soltero Casado Divorciado Viudo Unión libre
Red social	Estructura social compuesta de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes, intercambios económicos, relaciones sexuales, o que comparten creencias, conocimiento o prestigio	Red social de internet	Tipo de red social	Hotmail Yahoo! Facebook Twitter Tuenti Badoo Hi5 Myspace Skype
Dispositivo de conexión	Equipo electrónico que se utiliza para tener acceso a internet.	Equipo de de conexión a internet	Tipo de dispositivo de conexión a internet	Computador portátil Computador de escritorio Celular Ipad
Tiempo de conexión	Tiempo que se mantiene conectado a internet.	Tiempo de conexión	Horas al día	1 hora 2 horas 3 horas 4 o más horas
Tiempo libre	Tiempo que la gente le dedica a aquellas actividades que no corresponden a su trabajo formal ni a tareas domésticas esenciales.	Tiempo libre	- Hacer deporte - Conexión a la red social - Pasar con la familia - Salir con los amigos	Si No

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.



CAPÍTULO V

5. RESULTADOS

5.1 Cumplimiento del estudio

La presente investigación se realizó en 63 colegios de la ciudad de Cuenca (jornada matutina, vespertina, nocturno y doble jornada), en los cuales se aplicaron 1123 formularios, los mismos que fueron contestados por los estudiantes de manera individual y en los horarios de asistencia a clase de cada institución educativa.

5.2 Características de la población de estudio

Fueron seleccionados 1123 estudiantes de colegios de jornada matutina, vespertina, nocturno y doble jornada, pertenecientes a distintos paralelos que van desde octavo de básica hasta el tercero de bachillerato; obteniendo así un total de 1123 formularios para la elaboración de la base de datos de esta investigación.



5.3 Análisis de los resultados

TABLA # 2

Características de la población estudiada: Colegios urbanos de Cuenca.

DISTRIBUCIÓN SEGÚN CARACTERÍSTICAS VARIABLES		ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA	
		FRECUENCIA	%
NÚMERO DE COLEGIOS PARTICIPANTES	63	1120	100
EDAD	11	4	,4
	12	114	10,2
	13	147	13,1
	14	188	16,8
	15	189	16,9
	16	204	18,2
	17	155	13,8
	18	92	8,2
	19	27	2,4
EDAD AGRUPADA	Adolescencia temprana	265	23,7
	Adolescencia media	581	51,9
	Adolescencia tardía	274	24,5
SEXO	Masculino	532	47,5
	Femenino	588	52,5
AÑO QUE CURSA	Octavo de básica	173	15,4
	Noveno de básica	174	15,5
	Décimo de básica	185	16,5
	Primero de bachillerato	229	20,4
	Segundo de bachillerato	202	18,0
	Tercero de bachillerato	157	14,0
ESTADO CIVIL	Casado	38	3,4
	Soltero	1047	93,5
	Divorciado	1	,1
	Unión Libre	34	3,0
¿TIENE RED SOCIAL?	Si	1081	96,5%
	No	39	3,5%
TIPO DE RED SOCIAL	Facebook	1056	97,7
	Hotmail	871	80,6
	Twitter	401	37,1
	G-mail	383	35,4
	HI5	304	28,1
	Yahoo	172	15,9
	Tuenti	24	2,2
	Badoo	56	5,2
	Messenger	487	45,1
	Skype	230	21,3
	Myspace	125	11,6
	Otros	109	10,1
FAMILIAR EN EL EXTERIOR CON EL CUAL SE COMUNICA A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL	Si	813	75,2%
	No	268	24,8%



TABLA # 2(Continuación)

Características de la población estudiada: Colegios urbanos de Cuenca.

DISTRIBUCIÓN SEGÚN CARACTERÍSTICAS VARIABLES	ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA	
	FRECUENCIA	%
LUGAR DONDE SE CONECTA A LA RED SOCIAL	Casa	770 71,2%
	Cyber	461 42,6%
	Colegio	224 20,7%
TIEMPO AL DÍA QUE SE CONECTA A LA RED SOCIAL	30 min	291 26,9%
	1 hora	337 31,2%
	2 horas	212 19,6%
	3 horas	110 10,2%
	4 horas	67 6,2%
	5 horas o mas	64 5,9%
MOMENTO DEL DÍA EN EL QUE SE CONECTA A SU RED SOCIAL	Mañana	89 8,2%
	Noche	447 41,4%
	Tarde	505 46,7%
	Todo el día	40 3,7%
DISPOSITIVO DE CONEXIÓN	Computador portátil	550 50,9%
	Computador de oficina	584 54,0%
	Ipod	80 7,4%
	Celular	323 29,9%
	Otros	86 8,0%
¿HACE QUE TIEMPO ESTÁ INSCRITO EN LA RED SOCIAL?	Hace 3 meses	91 8,4%
	Hace 6 meses	107 9,9%
	Hace 1 año	341 31,5%
	Hace 2 años	255 23,6%
	Hace 3 años	110 10,2%
	Hace más de 3 años	177 16,4%
MOTIVO POR EL QUE ABRIÓ UNA CUENTA EN LA RED SOCIAL	Comunicarme	966 89,4%
	Información sobre amigos	657 60,8%
	Hablar de sí mismo	249 23,1%
	Compartir fotos y videos	526 48,7%
	Hacer publicidad	160 14,8%
	Encontrar nuevos amigos	698 64,6%
	Encontrar antiguos amigos	830 76,9%
	Ser más popular	107 9,9%
	Otra persona lo sugirió	377 34,9%
	Hacer tareas escolares	677 62,6%
Curiosidad	472 43,7%	
¿COMO SE SIENTE AL INGRESAR A SU RED SOCIAL?	Feliz	388 35,9%
	Emocionado	181 16,8%
	Triste	3 0,2%
	Nada	466 43,1%
	Otros	43 4,0%



TABLA # 2(Continuación)

Características de la población estudiada: *Colegios urbanos de Cuenca.*

DISTRIBUCIÓN SEGÚN CARACTERÍSTICAS VARIABLES	ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA	
	FRECUENCIA	%
¿COMO SE SENTIRÍA SI SE CERRASE LA RED SOCIAL?	Feliz	9 0,8%
	Ansiedad	121 11,2%
	Tristeza	201 18,6%
	Ira	199 18,4%
	Nada	523 48,4%
	Otros	28 2,6%
¿HA DISMINUIDO LA CONVERSACIÓN CON SUS PADRES DEBIDO AL USO DE LAS REDES SOCIALES?	Si	122 11,3%
	No	959 88,7%
¿COMPARTE LA INFORMACIÓN PERSONAL CON TODOS?	Si	151 14,0%
	No	930 86,0%
USO DEL TIEMPO LIBRE	Hacer deporte	645 59,7%
	Conectarse	600 55,6%
	Pasar con la familia	617 57,1%
	Salir con amigos	602 55,7%
¿CREE QUE LAS REDES SOCIALES TIENEN ALGÚN RIESGO?	Si	774 71,6%
	No	307 28,4%
¿EL USO DE REDES SOCIALES ES UNA BUENA HERRAMIENTA PARA BUSCAR PAREJA?	Si	347 32,1%
	No	734 67,9%
¿CREE USTED QUE LAS REDES SOCIALES SON BUENAS PARA BUSCAR ALGÚN TIPO DE PAREJA?	Si	347 32,1%
	No	734 67,9%
¿HA TENIDO ALGUN TIPO DE RELACIÓN DE PAREJA CON ALGUIEN DE LA RED SOCIAL?	Si	226 20,9%
	No	855 79,1%

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.



TABLA #3

Distribución de 1120 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *Edad*.

EDAD (Años cumplidos)	Frecuencia	Porcentaje %
11	4	,4
12	114	10,2
13	147	13,1
14	188	16,8
15	189	16,9
16	204	18,2
17	155	13,8
18	92	8,2
19	27	2,4
TOTAL	1120	100,0

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: Del total de la muestra (1120 estudiantes) los datos muestran que 204 (18,2 %) son de 16 años de edad.

TABLA #4

Distribución de 1120 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *Edad agrupada*.

EDAD AGRUPADA	Frecuencia	Porcentaje %
ADOLESCENCIA TEMPRANA	265	23,7
ADOLESCENCIA MEDIA	581	51,9
ADOLESCENCIA TARDÍA	274	24,5
TOTAL	1120	100,0

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De un total de 1120 estudiantes, 581 (51,9 %) de adolescentes se encuentran en la adolescencia media.



TABLA # 5

Distribución de 1120 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: Sexo.

SEXO	Frecuencia	Porcentaje %
MASCULINO	532	47,5
FEMENINO	588	52,5
TOTAL	1120	100,0

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1120 estudiantes, 588 (52,2%) adolescentes corresponden al sexo femenino.

TABLA # 6

Distribución de 1120 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: Año que cursa.

AÑO QUE CURSA	Frecuencia	Porcentaje %
Octavo	173	15,4
Noveno	174	15,5
Decimo	185	16,5
Primero de bachillerato	229	20,4
Segundo de bachillerato	202	18,0
Tercero de bachillerato	157	14,0
TOTAL	1120	100,0

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1120 estudiantes, 229 casos (20,4 %) pertenecen a primero de bachillerato, seguido por segundo de bachillerato con 202 casos (18,0 %); sin embargo se observó un porcentaje similar de 15,4% (173) y 15,5% (174) correspondiente a octavo y noveno año respectivamente.



TABLA # 7

Distribución de 1120 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *Estado civil.*

ESTADO CIVIL	Frecuencia	Porcentaje %
CASADO	38	3,4
SOLTERO	1047	93,5
DIVORCIADO	1	,1
UNION LIBRE	34	3,0
TOTAL	1120	100,0

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1120 estudiantes, tenemos 1047 casos (93,5 %) de estado civil soltero, seguido de 34 casos (3,0 %) con estado civil correspondiente a unión libre.

TABLA # 8

Distribución de 1120 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *¿Tiene red social?*

¿TIENE RED SOCIAL?	Frecuencia	Porcentaje %
SI	1081	96,5
NO	39	3,5
TOTAL	1120	100,0

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo,

Interpretación: Del total de la muestra obtenida (1120 estudiantes) encontramos 1081 casos (96,5 %) que tienen red social, y 39 (3,5%) que no poseen red social.



TABLA # 9

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *Tipo de red social que posee.*

TIPO DE RED SOCIAL		Frecuencia	Porcentaje %
FACEBOOK	Si	1056	97,7
	No	25	2,3
HOTMAIL	Si	871	80,6
	No	210	19,4
TWITTER	Si	401	37,1
	No	680	62,9
G-MAIL	Si	383	35,4
	No	698	64,6
HI5	Si	304	28,1
	No	777	71,9
YAHOO	Si	172	15,9
	No	909	84,1
TUENTI	Si	24	2,2
	No	1057	97,8
BADOO	Si	56	5,2
	No	1025	94,8
MESSENGER	Si	487	45,1
	No	594	54,9
SKYPE	Si	230	21,3
	No	851	78,7
MYSPACE	Si	125	11,6
	No	956	88,4
OTROS	Si	109	10,1
	No	972	89,9

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 personas que tienen red social 97,7% (1056) pertenecen a Facebook, seguido por Hotmail con 80,6% (871 casos) y finalmente por Messenger con 45,1 % (487 casos), ello muestra las tres principales redes sociales más usadas por la población estudiada.



TABLA # 10

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *Familiar en el exterior con el que se comunica a través de la red social.*

FAMILIAR EN EL EXTERIOR	Frecuencia	Porcentaje %
SI	813	75,2
NO	268	24,8
TOTAL	1081	100,0

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que tienen red social 813 (75,2%) tienen familiar en el exterior con el que se comunican a través de la red social.

TABLA # 11

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *Lugar donde se conecta a la red social.*

LUGAR DE CONEXIÓN		Frecuencia	Porcentaje %
CASA	Si	770	71,2
	No	311	28,8
CYBER	Si	461	42,6
	No	620	57,4
COLEGIO	Si	224	20,7
	No	857	79,3

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que tienen red social el 71,2 % (770) se conectan desde sus casas, seguido del 42,6 % (461) se conecta desde un cyber, y finalmente el 20,7 % (224) se conectan desde su colegio, ello muestra que la mayoría de la población estudiada representada por el 71,2 % tiene acceso a internet desde sus hogares.



TABLA # 12

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *Tiempo al día que se conecta a la red social.*

TIEMPO AL DÍA DE CONEXIÓN A LA RED SOCIAL	Frecuencia	Porcentaje %
30 MINUTOS	291	26,9
1 HORA	337	31,2
2 HORAS	212	19,6
3 HORAS	110	10,2
4 HORAS	67	6,2
5 HORAS O MAS	64	5,9
TOTAL	1081	100,0

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que tienen red social, 337 (31,2 %) utilizan una hora del día para conectarse a la red social, seguido de 212 (19,6%) se conectan dos horas a su red social, 110 (10,2%) se conectan tres horas a la red social y un total de 131 estudiantes representado por el 12,1 % utilizan más de cuatro horas al día para conectarse a su red social.

TABLA # 13

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *Momento del día que se conecta a su red social.*

MOMENTO DEL DÍA QUE SE CONECTA A SU RED SOCIAL	Frecuencia	Porcentaje %
MAÑANA	89	8,2
NOCHE	447	41,4
TARDE	505	46,7
TODO EL DÍA	40	3,7
TOTAL	1081	100,0

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que tienen red social, 505 (46,7 %) utilizan la tarde para conectarse a su red social, 447 (41,4%) se conectan a la red social en la noche, 89 (8,2%) se conectan por la mañana a su red social y 40 casos (3,7 %) se conectan todo el día.



TABLA # 14

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *Dispositivo de conexión.*

DISPOSITIVO DE CONEXIÓN		Frecuencia	Porcentaje %
COMPUTADOR PORTÁTIL	Si	550	50,9
	No	531	49,1
COMPUTADOR DE ESCRITORIO	Si	584	54,0
	No	497	46,0
IPOD	Si	80	7,4
	No	1001	92,6
CELULAR	Si	323	29,9
	No	758	70,1
OTROS	Si	86	8,0
	No	995	92,0

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que tienen red social, 54,0 % (584) usan un computador de escritorio para conectarse a la red social, y el 29,9 % (323) hacen uso de su celular para estar conectados a la red social y disponer de ella en cualquier momento del día.

TABLA # 15

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *¿Hace qué tiempo está inscrito en la red social?*

TIEMPO INSCRITO EN LA RED SOCIAL	Frecuencia	Porcentaje %
HACE TRES MESES	91	8,4
HACE SEIS MESES	107	9,9
HACE UN AÑO	341	31,5
HACE DOS AÑOS	255	23,6
HACE TRES AÑOS	110	10,2
HACE MÁS DE TRES AÑOS	177	16,4
TOTAL	1081	100,0

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que tienen red social, hace dos años la población inscrita era de 255 casos con el 23,6 %, en un año la población



inscrita se incrementó al 31,5 % (341), con una inscripción a las redes sociales del 9,9 % (107) en seis meses y 8,4 % (91) en tres meses.

TABLA # 16

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *Motivo por el que abrió una cuenta en la red social.*

MOTIVO POR EL QUE ABRIÓ UNA CUENTA EN LA RED SOCIAL	Frecuencia	Porcentaje %	
PARA COMUNICARSE	Si	966	89,4
	No	115	10,6
TENER MAS INFORMACION	Si	657	60,8
	No	424	39,2
PARA HABLAR DE SÍ MISMO	Si	249	23,0
	No	832	77,0
COMPARTIR FOTOS	Si	526	48,7
	No	555	51,3
PUBLICIDAD	Si	160	14,8
	No	921	85,2
ENCONTRAR NUEVOS AMIGOS	Si	698	64,6
	No	383	35,4
ENCONTRAR ANTIGUOS AMIGOS	Si	830	76,8
	No	251	23,2
PARA SER MAS POPULAR	Si	107	9,9
	No	974	90,1
OTRA PERSONA ME LO SUGERIO	Si	377	34,9
	No	704	65,1
TAREAS O TRABAJOS ESCOLARES	Si	677	62,6
	No	404	37,4
POR CURIOSIDAD	Si	472	43,7
	No	609	56,3

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que tienen red social, el 89,4 % (966) utilizan las redes sociales para comunicarse, el 62,6 % (677) usan las redes sociales para hacer trabajos escolares, el 9,9% (107) considera una herramienta útil para conseguir popularidad.



TABLA # 17

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *¿Cómo se siente al ingresar a la red social?*

¿CÓMO SE SIENTE AL INGRESAR A LA RED SOCIAL?	Frecuencia	Porcentaje %
FELIZ	388	35,9
EMOCIONADO	181	16,8
TRISTE	3	,3
NADA	466	43,1
OTROS	43	4,0
TOTAL	1081	100,0

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que tienen red social, 466 (43,1%) refieren no manifestar sentimientos al ingresar a la red social, seguido de 388 casos con el 35,9 % refieren sentirse felices al ingresar a su red social.

TABLA # 18

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *¿Cómo se sentiría si se cerrase la red social?*

¿CÓMO SE SENTIRÍA SI SE CERRASE LA RED SOCIAL?	Frecuencia	Porcentaje %
FELIZ	9	,8
ANSIEDAD	121	11,2
TRISTEZA	201	18,6
IRA	199	18,4
NADA	523	48,4
OTROS	28	2,6
TOTAL	1081	100,0

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que tienen red social, 523 estudiantes (48,4 %) refieren ningún sentimiento si por algún motivo se cerrase la red social, pero se destaca un 18,6 % (201) que refieren sentir tristeza y un 11,2 % (121) refieren sentir ansiedad, lo que nos demuestra que para un número determinado de personas, el uso de las redes sociales se podrían haber convertido en una actividad importante en su vida cotidiana.



TABLA # 19

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *¿Ha disminuido la conversación con sus padres debido al uso de las redes sociales?*

¿HA DISMINUIDO LA CONVERSACIÓN CON SUS PADRES?	Frecuencia	Porcentaje %
SI	122	11,3
NO	959	88,7
TOTAL	1081	100,0

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que tienen red social, 122 (11,3 %) indican que la conversación con sus padres ha disminuido debido al uso de las redes sociales, lo que podría llevar a una deficiente relación padre-hijo.

TABLA # 20

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *¿Comparte la información personal con todos?*

¿COMPARTE LA INFORMACIÓN PERSONAL CON TODOS?	Frecuencia	Porcentaje %
SI	151	14,0
NO	930	86,0
TOTAL	1081	100,0

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que tienen red social, 14,0 % (151) adolescentes comparten la información personal con todos los miembros de la red social, ello podría favorecer el robo de información y delito informático.



TABLA # 21

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *Uso del tiempo libre.*

USO DEL TIEMPO LIBRE		Frecuencia	Porcentaje %
HACER DEPORTE	Si	645	59,7
	No	436	40,3
CONECTARSE	Si	600	55,5
	No	481	44,5
PASAR CON LA FAMILIA	Si	617	57,1
	No	464	42,9
SALIR CON LOS AMIGOS	Si	602	55,7
	No	479	44,3

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que tienen red social, 55,5 %(600) utilizan el tiempo libre para conectarse a la red social, el 57,1% (617) hacen uso de su tiempo para pasar con su familia, 59,7 % (645) utilizan su tiempo libre para hacer deporte, esto muestra que las diferentes actividades están a la par y hay un uso variado del tiempo libre, pero que aun así un determinado grupo de adolescentes ha incluido a su tiempo libre el conectarse a las redes sociales considerando que esto no conlleva actividades físicas ni familiares.

TABLA # 22

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *¿Cree que las redes sociales tienen algún riesgo?*

¿CREE QUE LAS REDES SOCIALES TIENEN ALGUN RIESGO?	Frecuencia	Porcentaje %
SI	774	71,6
NO	307	28,4
TOTAL	1081	100,0

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De un total de 1081 estudiantes que tienen red social, 28,4 % (307) consideran que las redes sociales no tienen riesgo alguno, el 71,6 % (774) si creen que exista riesgo, sin embargo el 28,4 % desconoce que el uso



de las redes sociales podrían conllevar algún riesgo para su bienestar tanto emocional como físico.

TABLA # 23

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *¿El uso de las redes sociales es una buena herramienta para buscar pareja?*

¿EL USO DE LAS REDES SOCIALES ES UNA BUENA HERRAMIENTA PARA BUSCAR PAREJA?	Frecuencia	Porcentaje %
SI	347	32,1
NO	734	67,9
TOTAL	1081	100,0

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que tienen red social, 347 (32,1%) creen que las redes sociales es una buena herramienta para conseguir algún tipo de pareja.

TABLA # 24

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *¿Ha tenido algún tipo de relación de pareja con alguien que haya conocido a través de la red social?*

¿HA TENIDO ALGUN TIPO DE RELACIÓN DE PAREJA CON ALGUIEN DE LA RED SOCIAL?	Frecuencia	Porcentaje %
SI	226	20,9
NO	855	79,1
TOTAL	1081	100,0

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que tienen red social, 226 (20,9 %) han tenido algún tipo de relación con alguien que conocieron a través de la red social.



TABLA # 25

Distribución de 1120 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: **Sexo y si tiene red social.**

SEXO	TIENE RED SOCIAL				TOTAL	
	SI		NO		#	%
	#	%	#	%		
MASCULINO	517	47,8	15	38,5	532	47,5
FEMENINO	564	52,2	24	61,5	588	52,5
Total	1081	100,0	39	100,0	1120	100,0
Chi-cuadrado de Pearson	1,324/GL 1				p= 0,250	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1120 casos estudiados 1081 (96.5%) tienen red social, siendo las mujeres las que tienen 52,2% de acceso. La asociación entre estas variables no presenta significancia estadística con un valor $p= 0,250$.

TABLA # 26

Distribución de 1120 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: **Edad y si tiene red social.**

EDAD	TIENE RED SOCIAL				TOTAL	
	SI		NO		#	%
	#	%	#	%		
11	3	,3	1	2,6	4	,4
12	102	9,4	12	30,8	114	10,2
13	140	13,0	7	17,9	147	13,1
14	182	16,8	6	15,4	188	16,8
15	183	16,9	6	15,4	189	16,9
16	197	18,2	7	17,9	204	18,2
17	155	14,3	0	,0	155	13,8
18	92	8,5	0	,0	92	8,2
19	27	2,5	0	,0	27	2,4
TOTAL	1081	100,0	39	100,0	1120	100,0
Chi-cuadrado de Pearson	33,0458/GI 1				p= 0,000	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.



Interpretación: De 1081 casos estudiados que tienen red social 197(18,2%) corresponden a los 16 años de edad, seguido del 16,9 % y 16,8 % correspondiente a las edades de 14 y 15 años respectivamente. Se obtuvo un valor p de 0,000 que nos indica que existe asociación con significancia estadística entre el tener red social y la edad.

TABLA # 27

Distribución de 1120 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Estado civil y si tiene red social.*

ESTADO CIVIL	TIENE RED SOCIAL				TOTAL	
	SI		NO		#	%
	#	%	#	%		
CASADO	36	3,3	2	5,1	38	3,4
SOLTERO	1013	93,7	34	87,2	1047	93,5
DIVORCIADO	1	,1	0	,0	1	,1
UNION LIBRE	31	2,9	3	7,7	34	3,0
TOTAL	1081	100,0	39	100,0	1120	100,0
Chi-cuadrado de Pearson	3,453/G1 3				p= 0,327	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que tienen red social 1013 (93,7%) son solteros. Se obtuvo un Chi-cuadrado de Pearson de 3,453 y un valor p de 0,327 indicándonos que no existe asociación estadística entre el tener red social y el estado civil.



TABLA # 28

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación estadística entre las variables: *Edad agrupada y tiempo de uso de la red social*

EDAD AGRUPADA POR PERIODOS DE LA ADOLESCENCIA	QUE SIENTE AL INGRESAR A SU RED SOCIAL					
	SENTIMIENTOS POSITIVOS		SENTIMIENTOS NEGATIVOS		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
ADOLESCENCIA TEMPRANA	139	24,42	106	20,70	245	22,66
ADOLESCENCIA MEDIA	301	52,89	261	50,97	562	51,98
ADOLESCENCIA TARDIA	129	22,67	145	28,32	274	25,34
TOTAL	569	100	512	100	1081	100
Chi-cuadrado de Pearson	5,235/G12			p=0,073		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 adolescentes que tienen red social, 242 se conectan más de una hora a la red social, 137(56,61%) correspondientes a la adolescencia media comprendida entre los 14-16 años según la clasificación de la OMS. Se obtuvo un Chi-cuadrado de Pearson de 13,452 y un valor de p de 0,001 mostrando asociación estadísticamente significativa entre las variables edad y tiempo de uso de la red social.



TABLA # 29

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: Edad agrupada y qué siente al ingresar a su red social.

EDAD AGRUPADA POR PERIODOS DE LA ADOLESCENCIA	TIEMPO DE USO DE LA RED SOCIAL					
	HASTA 1 HORA		MAS DE 1 HORA		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
ADOLESCENCIA TEMPRANA	211	25,14	34	14,04	245	22,66
ADOLESCENCIA MEDIA	425	50,65	137	56,61	562	51,98
ADOLESCENCIA TARDIA	203	24,19	71	29,33	274	25,34
TOTAL	839	100	242	100	1081	100
Chi-cuadrado de Pearson	13,452/GI 2			p=0,001		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia. A: Torres. A: Toalongo. M.

Interpretación: De 1081 adolescentes que tienen red social, 512 tienen sentimientos negativos al ingresar a su red social, de los cuales 261(50,97%) corresponden a la adolescencia media. Se obtuvo un Chi-cuadrado de Pearson de 5,235 y un valor p de 0,073 lo que muestra que no hay asociación estadística entre las variables edad agrupada y que siente al ingresar a su red social.



TABLA # 30

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Edad agrupada y momento del día en el que se conecta.*

EDAD AGRUPADA POR PERIODOS DE LA ADOLESCENCIA	MOMENTO DEL DÍA EN EL QUE SE CONECTA									
	MAÑANA		NOCHE		TARDE		TODO EL DÍA		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
ADOLESCENCIA TEMPRANA	35	38,89	76	17,04	131	25,94	3	7,5	245	22,66
ADOLESCENCIA MEDIA	53	58,89	242	54,26	241	47,72	26	65	562	51,99
ADOLESCENCIA TARDIA	2	2,22	128	28,70	133	26,34	11	27,5	274	25,35
TOTAL	90	100	446	100	505	100	40	100	1081	100
Chi-cuadrado de Pearson	48,698/Gl 6					p= 0,000				

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 adolescentes que tienen red social, 505 se conectan a su red en la tarde, siendo la adolescencia media con el 47,72%(241) la que se conecta con más frecuencia en este momento del día. Se obtuvo un Chi-cuadrado de Pearson de 48,698 y un valor de p de 0,000 indicándonos que hay asociación estadísticamente significativa entre las variables momento del día en que se conecta y edad agrupada por periodos de la adolescencia.



TABLA # 31

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Sexo y red social que posee (Facebook)*

SEXO	HOTMAIL					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
MASCULINO	416	47,8%	101	47,9%	517	47,8%
FEMENINO	454	52,2%	110	52,1%	564	52,2%
TOTAL	870	100,0%	211	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	0,000/GL1			p=0,989		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que poseen red social, 1055 tienen Facebook, de los cuales 548(51,90%) corresponden al sexo femenino y 507(48,10%) al sexo masculino. Se obtuvo un Chi-cuadrado de Pearson de 0,936 y un valor p de 0,222 que muestra que no hay asociación estadística entre las variables sexo y red social que posee (Facebook).



TABLA # 32

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Sexo y red social que posee (Hotmail)*

SEXO	FACEBOOK					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
MASCULINO	507	48,10	10	38,50	517	47,80
FEMENINO	548	51,90	16	61,50	564	52,20
TOTAL	1055	100,00	26	100,00	1081	100,00
Chi-cuadrado de Pearson	0,936/GL1			p= 0,222		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que poseen red social, 870 tienen Hotmail, de los cuales 454(52,2%) corresponden al sexo femenino y 416(47,8%) al sexo masculino. Se obtuvo un Chi-cuadrado de Pearson de 0,000 y un valor p de 0,989 que muestra que no hay asociación estadística entre las variables sexo y red social que posee (Hotmail).



TABLA # 33

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Sexo y red social que posee (Twitter)*

SEXO	TWITTER					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
MASCULINO	216	53,9%	301	44,3%	517	47,8%
FEMENINO	185	46,1%	379	55,7%	564	52,2%
TOTAL	401	100,0%	680	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	9,318/GL1				p=0,002	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que poseen red social, 401 tienen Twitter, de los cuales el 53,9%(216) corresponden al sexo masculino y 46,1%(185) al sexo femenino. Se obtuvo un Chi-cuadrado de Pearson de 9,318 y un valor p de 0,002 que muestra que hay asociación estadísticamente significativa entre las variables sexo y red social que posee (Twitter).



TABLA # 34

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Sexo y red social que posee (G-Mail)*

SEXO	G-MAIL					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
MASCULINO	153	39,9%	364	52,1%	517	47,8%
FEMENINO	230	60,1%	334	47,9%	564	52,2%
TOTAL	383	100,0%	698	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	14,754 / GL1			p=0,000		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que poseen red social, 383 tienen G-mail, de los cuales el 60,1%(230) corresponden al sexo femenino y 39,9%(153) al sexo masculino. Se obtuvo un Chi-cuadrado de Pearson de 14,754 y un valor p de 0,000 lo cual indica que hay asociación estadísticamente significativa entre las variables sexo y red social que posee (G-mail).



TABLA # 35

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Sexo y red social que posee (Hi5)*

SEXO	HI5					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
MASCULINO	145	47,7%	372	47,9%	517	47,8%
FEMENINO	159	52,3%	405	52,1%	564	52,2%
TOTAL	304	100,0%	777	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	0,003/GL1			p=0,958		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que poseen red social, 304 tienen Hi5, de los cuales el 52,3%(159) corresponden al sexo femenino y 47,7%(145) al sexo masculino. Se obtuvo un Chi-cuadrado de Pearson de 0,003 y un valor p de 0,958 lo cual muestra que no hay asociación estadística entre las variables sexo y red social que posee (Hi5).



TABLA # 36

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Sexo y red social que posee (Yahoo)*

SEXO	YAHOO					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
MASCULINO	104	60,5%	413	45,4%	517	47,8%
FEMENINO	68	39,5%	496	54,6%	564	52,2%
TOTAL	172	100,0%	909	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	13,095/GL1				p=0,000	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que poseen red social, 172 tienen Yahoo, de los cuales el 60,5%(104) corresponden al sexo masculino. Se obtuvo un Chi-cuadrado de Pearson de 13,095 y un valor p de 0,000 indicándonos que hay asociación estadística entre las variables sexo y red social que posee (Yahoo).



TABLA # 37

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: **Sexo y red social que posee (Tuenti)**

SEXO	TUENTI					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
MASCULINO	12	50,0%	505	47,8%	517	47,8%
FEMENINO	12	50,0%	552	52,2%	56	52,2%
TOTAL	24	100,0%	1057	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	0,046/GL 1			p=0,829		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que poseen red social, 24 tienen Tuenti, de los cuales el 50,0%(12) corresponden al sexo femenino y 50,0%(12) al sexo masculino. Se obtuvo un Chi-cuadrado de Pearson de 0,046 y un valor p de 0,829 lo cual muestra que no hay asociación estadística entre las variables sexo y red social que posee (Tuenti).



TABLA # 38

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Sexo y red social que posee (Badoo)*

SEXO	BADIOO					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
MASCULINO	32	57,1%	485	47,3%	517	47,8%
FEMENINO	24	42,9%	540	52,7%	564	52,2%
TOTAL	56	100,0%	1025	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	2,054/GL 1				p=0,152	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que poseen red social, 56 tienen Badoo, de los cuales el 57,1%(32) corresponden al sexo masculino y 42,9%(24) al sexo femenino. Se obtuvo un Chi-cuadrado de Pearson de 2,054 y un valor p de 0,152 lo cual muestra que no hay asociación estadística entre las variables sexo y red social que posee (Badoo).



TABLA # 39

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Sexo y red social que posee (Messenger)*

SEXO	MESSENGER					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
MASCULINO	232	47,6%	285	48,0%	517	47,8%
FEMENINO	255	52,4%	309	52,0%	564	52,2%
TOTAL	487	100,0%	594	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	0,12/GL 1			p=0,911		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que poseen red social, 487 tienen Messenger, de los cuales el 52,4%(255) corresponden al sexo femenino y 47,6%(232) al sexo masculino. Se obtuvo un Chi-cuadrado de Pearson de 0,12 y un valor p de 0,911 lo cual muestra que no hay asociación estadística entre las variables sexo y red social que posee (Messenger).



TABLA # 40

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Sexo y red social que posee (Skype)*

SEXO	SKYPE					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
MASCULINO	105	45,7%	412	48,4%	517	47,8%
FEMENINO	125	54,3%	439	51,6%	564	52,2%
TOTAL	230	100,0%	851	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	0,553/GL 1			p=0,457		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que poseen red social, 230 tienen Skype, de los cuales el 54,3%(125) corresponden al sexo femenino y 45,7%(105) al sexo masculino. Se obtuvo un Chi-cuadrado de Pearson de 0,553 un valor p de 0,457 lo cual muestra que no hay asociación estadística entre las variables sexo y red social que posee (Skype).



TABLA # 41

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Sexo y red social que posee (Myspace)*

SEXO	MYSPACE					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
MASCULINO	75	60,0%	442	46,2%	517	47,8%
FEMENINO	50	40,0%	514	53,8%	564	52,2%
TOTAL	125	100,0%	956	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	8,395/GL 1			p=0,004		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que poseen red social, 125 tienen Myspace, de los cuales el 60,0%(75) corresponden al sexo masculino. Se obtuvo un Chi-cuadrado de Pearson de 8,395 y un valor p de 0,004 lo indicándonos que hay asociación estadísticamente significativa entre las variables sexo y red social que posee (Myspace).



TABLA # 42

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación estadística entre las variables: Sexo y red social que posee

SEXO	OTRAS REDES SOCIALES					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
MASCULINO	64	58,7%	453	46,6%	517	47,8%
FEMENINO	45	41,3%	519	53,4%	564	52,2%
TOTAL	109	100,0%	972	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	5,761/GL 1			p=0,016		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes que poseen red social, 109 tienen otra red social, de los cuales el 58,7%(64) corresponden al sexo masculino. Se obtuvo un Chi-cuadrado de Pearson de 5,761 y un valor p de 0,016 lo que nos indica que hay asociación estadísticamente significativa entre las variables sexo y red social que posee (otra red social).



TABLA # 43

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación estadística entre las variables: Sexo y motivo por el que creó una cuenta en la red social. Motivo 1 (comunicarse)

SEXO	PARA COMUNICARSE				TOTAL	
	SI		NO		#	%
	#	%	#	%		
MASCULINO	467	48,34	50	43,48	517	47,83
FEMENINO	499	51,66	65	56,52	564	52,17
TOTAL	966	100	115	100	1081	100
Chi-cuadrado de Pearson	0,975/GL 1				p= 0,323	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 adolescentes que tienen red social, 966 utilizan las redes sociales para comunicarse, de los cuales el 51,66%(499) corresponde al sexo femenino y el 48,34%(467) corresponde al sexo masculino. Se obtuvo un Chi-cuadrado de Pearson de 0,975 y un valor p de 0,323 lo que muestra que no hay asociación estadística entre las dos variables.



TABLA # 44

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación estadística entre las variables: Sexo y motivo por el que creó una cuenta en la red social. Motivo 2(tener más información)

SEXO	INFORMACION				TOTAL	
	SI		NO		#	%
	#	%	#	%		
MASCULINO	316	48,1%	201	47,4%	517	47,8%
FEMENINO	341	51,9%	223	52,6%	564	52,2%
TOTAL	657	100,0%	424	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	0,49/GL1				p= 0,824	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 adolescentes que tienen red social, 657 utilizan las redes sociales para buscar información, de los cuales el 51,9%(341) corresponde al sexo femenino y el 48,1%(316) corresponde al sexo masculino. Se obtuvo un Chi-cuadrado de Pearson de 0,49 y un valor p de 0,824 lo que muestra que no hay asociación estadística entre las variables.



TABLA # 45

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación estadística entre las variables: Sexo y motivo por el que creó una cuenta en la red social. Motivo 3(hablar de sí mismo)

SEXO	HABLAR DE SI MISMO				TOTAL	
	SI		NO		#	%
	#	%	#	%		
MASCULINO	132	53,0%	385	46,3%	517	47,8%
FEMENINO	117	47,0%	447	53,7%	564	52,2%
TOTAL	249	100,0%	832	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	3,487/GL1			p= 0,062		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 adolescentes que tienen red social, 249 utilizan las redes sociales para hablar de sí mismo, de los cuales el 53,0%(132) corresponde al sexo masculino y el 47,0%(117) corresponde al sexo femenino. Se obtuvo un Chi-cuadrado de Pearson de 3,48 y un valor p de 0,062 lo que muestra que no hay asociación estadística entre los variables sexo y motivo por el que creó una cuenta en la red social.



TABLA # 46

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación estadística entre las variables: Sexo y motivo por el que creó una cuenta en la red social. Motivo 4 (compartir fotografías)

SEXO	COMPARTIR FOTOGRAFIAS				TOTAL	
	SI		NO		#	%
	#	%	#	%		
MASCULINO	253	48,1%	264	47,6%	517	47,8%
FEMENINO	273	51,9%	291	52,4%	564	52,2%
TOTAL	526	100,0%	555	100,0%	1081	100,0
Chi-cuadrado de Pearson	0,31/GL1p= 0,861					

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes, 526 comparten fotografías en su red social, de los cuales 273 (51,9%) son mujeres y 253 (48,1%) son varones. La asociación entre estas variables no presenta significancia estadística, con un valor $p= 0,861$.



TABLA # 47

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: Sexo y motivo por el que creó una cuenta en la red social.

Motivo 5(publicidad)

SEXO	PUBLICIDAD				TOTAL	
	SI		NO		#	%
	#	%	#	%		
MASCULINO	100	62,5%	417	45,3%	517	47,8%
FEMENINO	60	37,5%	504	54,7%	564	52,2%
TOTAL	160	100,0%	921	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	16,205/GL1			p= 0,000		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 adolescentes, 160 utilizan la red social por publicidad, de los cuales el 62,5% (100) corresponde a varones, seguido del 37,5% que son mujeres. Existiendo asociación estadísticamente significativa entre las variables publicidad y sexo, con un valor $p= 0,000$.



TABLA # 48

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: Sexo y motivo por el que creó una cuenta en la red social.

Motivo 6(encontrar nuevos amigos)

SEXO	ENCONTRAR NUEVOS AMIGOS				TOTAL	
	SI		NO		#	%
	#	%	#	%		
MASCULINO	360	51,6%	157	41,0%	517	47,8%
FEMENINO	338	48,4%	226	59,0%	564	52,2%
TOTAL	698	100,0%	383	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	11,102/GL1			p= 0,001		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 casos estudiados, 698 utilizan la red social para encontrar nuevos amigos, siendo el 51.6% varones y el 48.4% mujeres. La asociación entre estas variables presenta significancia estadística, con un valor $p= 0,001$.



TABLA # 49

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: Sexo y motivo por el que creó una cuenta en la red social.

Motivo 7(encontrar antiguos amigos)

SEXO	ANTIGUOS AMIGOS				TOTAL	
	SI		NO		#	%
	#	%	#	%		
MASCULINO	401	48,3%	116	46,2%	517	47,8%
FEMENINO	429	51,7%	135	53,8%	564	52,2%
TOTAL	830	100,0%	251	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	0,340/GL1			p= 0,560		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 adolescentes, 830 encuentran antiguos amigos en su red social, de los cuales el 51.7% son mujeres, seguido del 48,3% que son varones. No existe asociación estadística entre estas dos variables, siendo el valor $p= 0,560$.



TABLA # 50

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: Sexo y motivo por el que creó una cuenta en la red social.

Motivo 8(popularidad)

SEXO	POPULARIDAD				TOTAL	
	SI		NO		#	%
	#	%	#	%		
MASCULINO	62	57,9%	455	46,7%	517	47,8%
FEMENINO	45	42,1%	519	53,3%	564	52,2%
TOTAL	107	100,0%	974	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	4,872/GL1				p= 0,027	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes, 107 utilizan su red social por popularidad, representado por 62 (57,9%) varones y 42,1% mujeres. La asociación entre las variables popularidad y sexo presenta significancia estadística, con un valor $p= 0,027$.



TABLA # 51

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: Sexo y motivo por el que creó una cuenta en la red social.

Motivo 9 (sugerencia)

SEXO	SUGERENCIA				TOTAL	
	SI		NO		#	%
	#	%	#	%		
MASCULINO	173	45,9%	344	48,9%	517	47,8%
FEMENINO	204	54,1%	360	51,1%	564	52,2%
TOTAL	377	100,0%	704	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	0,871/GL1			p= 0,351		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 casos estudiados, 377 crearon su red social por sugerencia de alguna persona, siendo el 54,1% (204) mujeres, seguido del 45,9% de varones. No existe asociación estadística entre estas dos variables, siendo el valor $p= 0,351$.



TABLA # 52

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: Sexo y motivo por el que creó una cuenta en la red social.

Motivo 10 (trabajos escolares)

SEXO	TRABAJOS ESCOLARES				TOTAL	
	SI		NO		#	%
	#	%	#	%		
MASCULINO	311	45,9%	206	51,0%	517	47,8%
FEMENINO	366	54,1%	198	49,0%	564	52,2%
TOTAL	677	100,0%	404	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	2,588/GL1				p= 0,108	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 escolares, 677 utilizan su red social para realizar trabajos escolares, de los cuales 366 (54,1%) son mujeres y 311 son varones. La asociación estadística entre estas variables no presenta significancia, con un valor $p= 0,108$.



TABLA # 53

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: *Sexo y motivo por el que creó una cuenta en la red social.*

Motivo 11 (curiosidad)

SEXO	CURIOSIDAD				TOTAL	
	SI		NO		#	%
	#	%	#	%		
MASCULINO	212	44,9%	305	50,1%	517	47,8%
FEMENINO	260	55,1%	304	49,9%	564	52,2%
TOTAL	472	100,0%	609	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	2,845/GL1			p= 0,092		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 casos estudiados, 472 poseen su red social por curiosidad, siendo el 55,1% (260) y el 44,9% varones. No existe asociación estadística entre estas dos variables, ya que existe un valor $p= 0,092$.



TABLA # 54

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: Sexo y *tiempo de conexión a la red social*.

SEXO	TIEMPO DE CONEXIÓN				TOTAL	
	HASTA UNA HORA		MAS DE UNA HORA		#	%
	#	%	#	%		
MASCULINO	399	47,6%	118	48,8%	517	47,8%
FEMENINO	440	52,4%	124	51,2%	564	52,2%
TOTAL	839	100,0%	242	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	0,109/GL1			p= 0,741		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 (96.8%) casos estudiados, 242 se conectan más de una hora a su red social, de los cuales el 51,2% (124) corresponde a mujeres, seguido del 48,8% de varones. No existe asociación estadística entre estas dos variables, ya que existe un valor $p= 0,741$.



TABLA # 55

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según: Sexo y cómo se siente al ingresar a la red social.

SEXO	¿CÓMO SE SIENTE AL INGRESAR A LA RED SOCIAL?				TOTAL	
	SENTIMIENTOS POSITIVOS		SENTIMIENTOS NEGATIVOS		#	%
	#	%	#	%		
MASCULINO	236	41,5%	281	54,9%	517	47,8%
FEMENINO	333	58,5%	231	45,1%	564	52,2%
TOTAL	569	100,0%	512	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	19,412/GL1			p= 0,000		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes, 512 presentan sentimientos negativos al ingresar a su red social, de los cuales 281 (54,9%) son varones y 231 son mujeres. Existe asociación estadísticamente significativa entre las variables sexo y como se siente al ingresar a su red social, con un valor $p= 0,000$.



TABLA # 56

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: Año que cursa y red social que posee (Facebook)

AÑO QUE CURSA	FACEBOOK					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	491	46,5%	9	34,6%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	564	53,5%	17	65,4%	581	53,7%
TOTAL	1055	100,0%	26	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	1,451 / GL1			p= 0.228		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 casos estudiados, 1055 poseen Facebook, de los cuales el diversificado representa 53,5% (564) y el básico representa el 46,5%. No existe asociación estadística entre estas variables, con un valor $p= 0,228$.



TABLA # 57

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: Año que cursa y red social que posee (Hotmail)

AÑO QUE CURSA	HOTMAIL					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	368	42,3%	132	62,6%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	502	57,7%	79	37,4%	581	53,7%
TOTAL	870	100,0%	211	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	28,040 GL1			p= 0.000		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 adolescentes, 870 poseen Hotmail, siendo el 57,7% (502) del diversificado y el 42,3% el básico. Existe asociación estadísticamente significativa entre estas variables, con un valor $p= 0,000$.



TABLA # 58

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: Año que cursa y red social que posee (Twitter)

AÑO QUE CURSA	TWITTER					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	170	42,4%	330	48,5%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	231	57,6%	350	57,6%	51,5%	53,7%
TOTAL	401	100,0%	680	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	3,820 / GL1				p=0.051	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 adolescentes, 401 poseen Twitter, de los cuales el diversificado posee 231 (57,6%) estudiantes, seguido por el básico que representa el 42,4%. No existe asociación estadística entre estas variables, con un valor $p= 0,051$.



TABLA # 59

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Año que cursa y red social que posee (G-mail)*

AÑO QUE CURSA	G-MAIL					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	136	35,5%	364	52,1%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	247	64,5%	334	47,9%	581	53,7%
TOTAL	383	100,0%	698	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	27,544 / GL1				p=0.000	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes, 383 poseen G-mail siendo el 64,5% (247) de adolescentes del diversificado y el 35,5% del básico. La asociación entre estas dos variables, presenta significancia estadística con un valor $p=0,000$.



TABLA # 60

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: Año que cursa y red social que posee (Hi5)

AÑO QUE CURSA	HI5					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	113	37,2%	387	49,8%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	191	62,8%	390	50,2%	581	53,7%
TOTAL	304	100,0%	777	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	14,034 / GL1			p=0.000		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 casos estudiados, 304 poseen Hi5 como red social, siendo 191 (62,8%) estudiantes del diversificado, seguido por un valor de 37,2% que representa al básico. La asociación estadística entre estas variables, presenta significancia con un valor $p= 0,000$.



TABLA # 61

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables *Año que cursa y red social que posee (Yahoo)*

AÑO QUE CURSA	YAHOO					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	82	47,7%	418	46,0%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	90	52,3%	491	54,0%	581	53,7%
TOTAL	172	100,0%	909	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	0,166 / GL1			p=0.684		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 adolescentes, 172 poseen Yahoo, siendo del diversificado el 52,3% (90) y del básico el 47,7%. La asociación entre estas variables no posee significancia estadística, con un valor $p= 0,684$.



TABLA # 62

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Año que cursa y red social que posee (Tuenti)*

AÑO QUE CURSA	TUENTI					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	11	45,8%	489	46,3%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	13	54,2%	568	53,7%	581	53,7%
TOTAL	24	100,0%	1057	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	0,002 / GL1			p=0.967		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes, 24 poseen Tuenti, de los cuales el 54,2% (13) de adolescentes son del diversificado y 11 (45,8%) estudiantes son del básico. No existe asociación estadística entre estas dos variables, con un valor $p= 0,967$.



TABLA # 63

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Año que cursa y red social que posee (Badoo)*

AÑO QUE CURSA	BADIOO					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	17	30,4%	483	47,1%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	39	69,6%	542	52,9%	581	53,7%
TOTAL	56	100,0%	1025	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	6,003 / GL1			p=0.014		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 casos estudiados, 56 estudiantes poseen Badoo, de los cuales el 69,6% (39) son del diversificado y el 30,4% son del básico. La asociación entre estas variables presenta significancia estadística, con un valor $p= 0,014$.



TABLA # 64

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: Año que cursa y red social que posee (Messenger)

AÑO QUE CURSA	MESSENGER					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	188	38,6%	312	52,5%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	299	61,4%	282	47,5%	581	53,7%
TOTAL	487	100,0%	594	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	20,863 / GL1				p=0.000	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 estudiantes, 487 poseen Messenger, siendo del diversificado c 299 (61,4%) casos, seguido por 188 casos del básico. Existe asociación estadísticamente significativa entre estas variables, con un valor $p=0,000$.



TABLA # 65

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: Año que cursa y red social que posee (Skype)

AÑO QUE CURSA	SKYPE					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	82	35,7%	418	49,1%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	148	64,3%	433	50,9%	581	53,7%
TOTAL	230	100,0%	851	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	13,208 / GL1			p=0.000		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 adolescentes, 230 poseen Skype, siendo el 64,3% (148) de estudiantes del diversificado, seguido por el 35,7% de estudiantes del básico. La asociación estadística entre estas variables, posee significancia con un valor $p= 0,000$.



TABLA # 66

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: Año que cursa y red social que posee (Myspace)

AÑO QUE CURSA	MYSPACE					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	39	31,2%	461	48,2%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	86	68,8%	495	51,8%	581	53,7%
TOTAL	125	100,0%	956	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	12,884 / GL1				p=0.000	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 adolescentes, 125 poseen Myspace como red social, siendo 86 (68,8%) casos del diversificado y 39 estudiantes del básico. La asociación estadística entre estas variables presenta significancia, con un valor $p= 0,000$.



TABLA # 67

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: Año que cursa y red social que posee (Otras redes sociales)

AÑO QUE CURSA	OTRAS REDES SOCIALES					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	44	40,4%	456	46,9%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	65	59,6%	516	53,1%	581	53,7%
TOTAL	109	100,0%	972	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	1,690 / GL1			p=0.194		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 casos estudiados, 109 estudiantes poseen otro tipo de red social, siendo el 59,6% (65) del diversificado, seguido por el 40,4% del básico. La asociación estadística entre estas variables no presenta significancia, con un valor $p= 0,194$.



TABLA # 68

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: Año que cursa y motivo por el cual posee red social. Motivo 1 (para comunicarse)

AÑO QUE CURSA	PARA COMUNICARSE					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	428	44,3%	72	62,6%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	538	55,7%	43	37,4%	581	53,7%
TOTAL	966	100,0%	115	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	13,847 / GL1				p=0,000	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 casos estudiados, 966 utilizan las redes sociales para comunicarse, 538 estudiantes (55,7%) son de años superiores y 428 estudiantes (44,3%) son de años de educación básica. La asociación entre estas variables muestra significancia estadística con un valor $p=0,000$.



TABLA # 69

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012, Según asociación entre las variables: *Año que cursa y motivo por el cual posee red social. Motivo 2 (tener más información)*

AÑO QUE CURSA	TENER MAS INFORMACION					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	295	44,9%	205	48,3%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	362	55,1%	219	51,7%	581	53,7%
TOTAL	657	100,0%	424	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	1,232 / GL 1			p=0,267		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: de 1081 casos, 657 utilizan la red social para tener información, 362 (55,1%) son de años diversificados mientras que 295 (44,9%) son de años básicos. La asociación entre estas variables no presenta significancia estadística con un valor $p=0,267$.



TABLA # 70

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Año que cursa y motivo por el cual posee red social. Motivo 3 (hablar de sí mismo)*

AÑO QUE CURSA	PARA HABLAR DE SI MISMO					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	130	52,2%	370	44,5%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	119	47,8%	462	55,5%	581	53,7%
TOTAL	249	100,0%	832	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	4,616 / GL 1				p=0,032	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: De 1081 casos estudiados, 249 utilizan las redes sociales para hablar de sí mismos, 130 (52,2%) son de años básicos mientras que 119 (47,8%) son de diversificado. La asociación entre estas variables muestra significancia estadística con un valor $p=0,032$.



TABLA # 71

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Año que cursa y motivo por el cual posee red social. Motivo 4 (compartir fotografías)*

AÑO QUE CURSA	COMPARTIR FOTOGRAFÍAS					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BÁSICO	231	43,9%	269	48,5%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	295	56,1%	286	51,5%	581	53,7%
TOTAL	526	100,0%	555	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	2,251 / GL 1			p=0,134		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: de 1081 casos estudiados, 526 utilizan las redes sociales para compartir fotografías, de los cuales 295 estudiantes (56,1%) son de años diversificados mientras que 231 (43,9%) son de años básicos. La asociación entre estas variables no presenta significancia estadística con un valor $p=0,134$.



TABLA # 72

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Año que cursa y motivo por el cual posee red social. Motivo 5 (publicidad)*

AÑO QUE CURSA	PUBLICIDAD					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	87	54,4%	413	44,8%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	73	45,6%	508	55,2%	581	53,7%
TOTAL	160	100,0%	921	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	4,983 / GL 1				p=0,026	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: de 1081 estudiantes, 160 utilizan las redes sociales para hacer publicidad, 87 estudiantes (54,4%) son de básico, mientras que 73 (45,6%) son de diversificado. La asociación entre estas variables muestra significancia estadística con un valor de $p= 0,026$.



TABLA # 73

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Año que cursa y motivo por el cual posee red social. Motivo 6 (encontrar nuevos amigos)*

AÑO QUE CURSA	ENCONTRAR NUEVOS AMIGOS					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	324	46,4%	176	46,0%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	374	53,6%	207	54,0%	581	53,7%
TOTAL	698	100,0%	383	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	0,022 / GL 1			p=0,899		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: de 1081 casos estudiados, 698 utilizan las redes sociales para encontrar nuevos amigos, de ellos 374 (53,6%) son de años diversificados mientras que 324 (46,4%) son de años básicos. La asociación entre estas variables no presenta significancia estadística con un valor $p=0,899$.



TABLA # 74

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Año que cursa y motivo por el cual posee red social. Motivo 7 (encontrar antiguos amigos)*

AÑO QUE CURSA	ENCONTRAR ANTIGUOS AMIGOS					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	356	42,9%	144	57,4%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	474	57,1%	107	42,6%	581	53,7%
TOTAL	830	100,0%	251	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	16,252 / GL 1				p=0,000	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: de 1081 unidades de observación, 830 utilizan las redes sociales para encontrar antiguos amigos, 474 casos (57,1%) son de años diversificados mientras que 356 (42,9%) son de años básicos. La asociación entre estas variables muestra significancia estadística con un valor $p= 0,000$.



TABLA # 75

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Año que cursa y motivo por el cual posee red social. Motivo 8 (ser más popular)*

AÑO QUE CURSA	SER MAS POPULAR					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	70	65,4%	430	44,1%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	37	34,6%	544	55,9%	581	53,7%
TOTAL	107	100,0%	974	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	17,550 / GL 1				p=0,000	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: de 1081 unidades de observación, 107 utilizan las redes sociales para ser más populares, 70 casos (65,4%) son de años básicos mientras que 37 (34,6%) son de años bachilleratos. La asociación entre estas variables muestra significancia estadística con un valor $p=0,000$.



TABLA # 76

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Año que cursa y motivo por el cual posee red social. Motivo 9 (sugerencia de otra persona)*

AÑO QUE CURSA	SUGERENCIA DE OTRA PERSONA					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	158	41,9%	342	48,6%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	219	58,1%	362	51,4%	581	53,7%
TOTAL	377	100,0%	704	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	4,393 / GL 1			p= 0,036		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: de 1081 unidades de observación, 377 utilizan las redes sociales por sugerencia de otra persona, 219 casos (58,1%) son de años diversificados mientras que 158 (41,9%) son de años básicos. La asociación entre estas variables muestra significancia estadística con un valor $p= 0,036$.



TABLA # 77

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Año que cursa y motivo por el cual posee red social. Motivo 10 (tareas o trabajos escolares)*

AÑO QUE CURSA	TAREAS O TRABAJOS ESCOLARES					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	270	39,9%	230	56,9%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	407	60,1%	174	43,1%	581	53,7%
TOTAL	677	100,0%	404	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	29,583 / GL 1			p= 0,000		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: de 1081 unidades de observación, 677 utilizan las redes sociales para realizar tareas o trabajos escolares, 407 casos (60,1%) son de años diversificados mientras que 270 (39,9%) son de años básicos. La asociación entre estas variables muestra significancia estadística con un valor $p= 0,000$.



TABLA # 78

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: Año que cursa y motivo por el cual posee red social. Motivo 11 (curiosidad)

AÑO QUE CURSA	CURIOSIDAD					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	173	36,7%	327	53,7%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	299	63,3%	282	46,3%	581	53,7%
TOTAL	472	100,0%	609	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	31,066 / GL 1			p= 0,000		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: de 1081 unidades de observación, 472 utilizan las redes sociales por curiosidad, 299 casos (63,3%) son de años diversificados mientras que 173 (36,7%) son de años básicos. La asociación entre estas variables muestra significancia estadística con un valor $p= 0,000$.



TABLA # 79

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: Año que cursa y tiempo de conexión con la red social

AÑO QUE CURSA	TIEMPO DE CONEXIÓN A LA RED SOCIAL					
	HASTA 1 HORA		MAS DE 1 HORA		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	404	48,2%	96	39,7%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	435	51,8%	146	60,3%	581	53,7%
TOTAL	839	100,0%	242	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	5,437 / GL 1			p= 0,020		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: de 1081 unidades de observación, 146 utilizan las redes sociales más de una hora al día, siendo 435 casos (51,8%) son estudiantes de años diversificados mientras que 96 (36,7%) son de años básicos. La asociación entre estas variables muestra significancia estadística con un valor $p= 0,020$.



TABLA # 80

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Año que cursa* y *¿cómo se siente al ingresar a su red social?*

AÑO QUE CURSA	¿COMO SE SIENTE AL INGRESAR A SU RED SOCIAL?					
	SENTIMIENTOS POSITIVOS		SENTIMIENTOS NEGATIVOS		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
BASICO	298	52,4%	202	39,5%	500	46,3%
DIVERSIFICADO	271	47,6%	310	60,5%	581	53,7%
TOTAL	569	100,0%	512	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	18,095 / GL 1				p= 0,000	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: de 1081 unidades de observación, 512 estudiantes que utilizan las redes sociales presentan sentimientos negativos, 310 casos (60,5%) son de años diversificados mientras que 202 (39,5%) son de años básicos. La asociación entre estas variables muestra significancia estadística con un valor $p= 0,000$.



TABLA # 81

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Familiar en el exterior* y *¿Se comunica con familiar en el exterior a través de red social?*

FAMILIAR EN EL EXTERIOR	¿SE COMUNICA CON FAMILIAR EN EL EXTERIOR A TRAVÉS RED SOCIAL?					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
SI	740	76,6%	71	61,7%	811	75,0%
NO	226	23,4%	44	38,3%	270	25,0%
TOTAL	966	100,0%	115	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	12,119 / GL1				p=0,000	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: de 1081 unidades de observación, 740 estudiantes (76,6%) que poseen red social, la utilizan para comunicarse con un familiar en el exterior, 71 estudiantes que tienen familiar en el exterior no lo utilizan para comunicarse con dicho familiar. La asociación entre estas variables muestra significancia estadística con un valor $p=0,000$.



TABLA # 82

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Familiar en el exterior* y *motivo por el cual posee red social. Motivo 2 (tener más información)*

FAMILIAR EN EL EXTERIOR	TENER MAS INFORMACION					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
SI	479	72,9%	332	78,3%	811	75,0%
NO	178	27,1%	92	21,7%	270	25,0%
TOTAL	657	100,0%	424	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	4,002 / GL1 p=0,045					

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: de 1081 unidades de observación, 479 estudiantes (72,9%) que tienen algún familiar en el exterior utilizan las redes sociales para tener más información o estar más informados a través de las redes, mientras que 178 estudiantes (27,1%) que no tienen familiar en el exterior utilizan las redes sociales para tener más información. La asociación entre estas variables muestra significancia estadística con un valor $p=0,045$.



TABLA # 83

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Familiar en el exterior y motivo por el cual posee red social. Motivo 3 (hablar de sí mismo).*

FAMILIAR EN EL EXTERIOR	HABLAR DE SI MISMO					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
SI	188	75,5%	623	74,9%	811	75,0%
NO	61	24,5%	209	25,1%	270	25,0%
TOTAL	249	100,0%	832	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	0,040 / GL1			p=0,842		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: de 1081 unidades de observación, 188 estudiantes (75,5%) que tienen algún familiar en el exterior, utilizan las redes sociales para hablar de sí mismos, mientras que 61 estudiantes que no tienen familiar en el exterior utilizan las redes sociales para hablar de sí mismos. La asociación entre estas variables no muestra significancia estadística con un valor $p=0,842$.



TABLA # 84

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Familiar en el exterior y motivo por el cual posee red social. Motivo4 (compartir fotografías).*

FAMILIAR EN EL EXTERIOR	COMPARTIR FOTOGRAFÍAS					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
SI	411	78,1%	400	72,1%	811	75,0%
NO	115	21,9%	155	27,9%	270	25,0%
TOTAL	526	100,0%	555	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson	5,301/ GL1		p=0,021			

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: de 1081 estudiantes, 411 (78,1%) tienen familiar en el exterior con el cual comparten fotografías mientras que 115 (21,9%) estudiantes que no tienen familiar en el exterior utilizan las redes sociales para compartir fotografías. La asociación entre estas variables muestra significancia estadística con un valor $p= 0,021$.



TABLA # 85

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Familiar en el exterior y tipo de red social que posee (Skype)*

FAMILIAR EN EL EXTERIOR	SKYPE					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
SI	193	83,9%	618	72,6%	811	75,0%
NO	37	16,1%	233	27,4%	270	25,0%
TOTAL	230	100,0%	851	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson			12,322 / GL1		p= 0,000	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: de 1081 encuestados, 193 (83,9%) que tienen familiar en el exterior utilizan la red social Skype para comunicarse, mientras que 37 encuestados (16,1%) no tienen familiar en el exterior y poseen la red social Skype. La asociación entre estas variables muestra significancia estadística con un valor $p= 0,000$.



TABLA # 86+

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Familiar en el exterior* y *tipo de red social que posee (Tuenti)*

FAMILIAR EN EL EXTERIOR	TUENTI					
	SI		NO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
SI	24	100,0%	787	74,5%	811	75,0%
NO	0	0%	270	25,5%	270	25,0%
TOTAL	24	100,0%	1057	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson			8,172 / GL1		p=0,004	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: de 1081 encuestados, 24 (100%) que tiene familiar en el exterior utilizan la red social TUENTI para comunicarse, mientras que los encuestados que no tienen familiar en el exterior no hacen uso de esta red social. La asociación entre estas variables muestra significancia estadística con un valor $p= 0,004$.



TABLA # 87

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Familiar en el exterior* y *¿qué siente al ingresar a la red social?*

FAMILIAR EN EL EXTERIOR	¿QUÉ SIENTE AL INGRESAR A LA RED SOCIAL?					
	SENTIMIENTOS POSITIVOS		SENTIMIENTOS NEGATIVOS		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
SI	445	78,2%	366	71,5%	811	75,0%
NO	124	21,8%	146	28,5%	270	25,0%
TOTAL	569	100,0%	512	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson			6,501 / GL1	p=0,011		

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: de 1081 encuestados, 366 (71,5%) que tienen familiar en el exterior manifiestan tener sentimientos como tristeza, ansiedad o no sentir nada al ingresar en las redes sociales, mientras que los encuestados que no tienen familiar en el exterior y presentan sentimientos negativos son 146 estudiantes (28,5%). La asociación entre estas variables muestra significancia estadística con un valor $p=0,011$.



TABLA # 88

Distribución de 1081 estudiantes de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca, 2012. Según asociación entre las variables: *Familiar en el exterior* y *tiempo de conexión a la red social*.

FAMILIAR EN EL EXTERIOR	TIEMPO DE CONEXIÓN A LA RED SOCIAL					
	HASTA UNA HORA		MAS DE UNA HORA		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
SI	610	72,7%	201	83,1%	811	75,0%
NO	229	27,3%	41	16,9%	270	25,0%
TOTAL	839	100,0%	242	100,0%	1081	100,0%
Chi-cuadrado de Pearson			10,742 / GL1		p=0,001	

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: de 1081 encuestados, 201 (83,1%) que tienen familiar en el exterior manifiestan conectarse a las redes sociales más de una hora al día, mientras que 41 encuestados (16,9%) que no poseen familiar en el exterior se conectan más de una hora el día en las redes sociales. La asociación entre estas variables muestra significancia estadística con un valor $p=0,001$.



TABLA # 89

**RAZON DE PREVALENCIA ENTRE TIEMPO DE CONEXIÓN DIARIA A LA
RED SOCIAL Y FACTORES ASOCIADOS**

FACTORES ASOCIADOS		TIEMPO DE CONEXIÓN DIARIA A LA RED SOCIAL		TOTAL	RAZÓN DE PREVALENCIA 95%	X ² (G1 1)	(p)
		MENOS DE DOS HORAS	MAS DE DOS HORAS				
EDAD	10-14 AÑOS	351 (41,8%)	76 (31,4%)	427 (39,5%)	0,822 (IC 1,101 - 1,034)	8,551	0,003
	15-19 AÑOS	488 (58,2%)	166 (68,6%)	654 (60,5%)			
TOTAL		839 (100,0%)	242 (100,0%)	1081 (100,0%)			
SEXO	MASCULINO	399 (47,6%)	118 (48,8%)	517 (47,8%)	0,771 (IC 0,989 - 0,927)	0,109	0,741
	FEMENINO	440 (52,4%)	124 (51,2%)	564 (52,2%)			
TOTAL		839 (100,0%)	242 (100,0%)	1081 (100,0%)			
CÓMO SE SIENTE	SENTIMIENTO S POSITIVOS	419 (49,9%)	150 (62,0%)	569 (52,6%)	0,736 (IC 0,897 - 0,842)	10,927	0,001
	SENTIMIENTO S NEGATIVOS	420 (50,1%)	92 (38,0%)	512 (47,4%)			
TOTAL		839 (100,0%)	242 (100,0%)	1081 (100,0%)			

Fuente: Formulario de recolección de datos.

Elaborado por: Valencia, A; Torres, A; Toalongo, M.

Interpretación: Se aplicó la razón de prevalencia a las personas que tienen red social, entre las variables factores asociados y tiempo de conexión a la red para ello se agrupó las variables en forma dicotómica (Factores asociados y tiempo de conexión) únicamente para el manejo estadístico de las mismas, obteniendo que:

- Existe asociación estadística entre el tiempo de conexión a la red social y la edad, con un Chi cuadrado de **8,551**, un valor p significativo de **0,003**, la razón de prevalencia es de **0,822 (IC 95% 1,101 – 1,034)** lo que nos indica que la edad comprendida entre los 15 y 19 años es un factor de riesgo mayor en comparación a los estudiantes que tienen entre 10 y 14 años.
- El cómo se siente al ingresar a su red social dicotomizados en sentimientos positivos y negativos tiene asociación estadística significativa con un Chi cuadrado de **10,927**, un valor p significativo de **0,001** y una razón de



prevalencia de **0,736 (IC 95% 0,897-0,842)** indicándonos que los sentimientos positivos es un factor protector en el tiempo de conexión a la red social.

- El factor de riesgo estudiado: sexo no muestra asociación estadística significativa con el tiempo de conexión diaria a la red social con un Chi cuadrado de **0,109**, un valor p de **0,741** y una razón de prevalencia de **0,771 (IC 95% 0,989 - 0,927)** lo que nos indica que no existe diferencia en cuanto al tiempo que utilizan las redes sociales hombres y mujeres.



CAPITULO VI

6. DISCUSIÓN

El presente estudio se centró en determinar Prevalencia y factores asociados al uso de redes sociales de internet por adolescentes de colegios de la ciudad de Cuenca. A continuación analizaremos los siguientes resultados:

POSEE REDES SOCIALES

BRENNER, J. 2007. En su estudio indicó que aproximadamente un 93% de los/las adolescentes de 12 a 19 años usan redes sociales de internet. ⁽⁹⁾; URIBE, R. 2010 indicó en su estudio el 94,3% de los/las adolescentes usan las redes sociales. ⁽¹¹⁾; SANCHEZ, A. En su estudio muestra que el 80% de los/as adolescentes utilizan las redes sociales. ⁽¹⁰⁾. En nuestra investigación los resultados revelaron que de 1120 estudiantes, 1081 poseen redes sociales que representan el 96,5% en todos los estudios puestos a comparación con nuestro estudio encontramos valores similares a los hallados.

AÑO ESCOLAR

URIBE, R. En su estudio indica que el 41,35% de los adolescentes de 17 años y el 37,02% de 16 años poseen redes sociales. ⁽¹¹⁾. En nuestro estudio encontramos que el mayor número de adolescentes se encontraba en edad de 16 años con un 18,2% y un 16,9% con 15 años, encontrando una prevalencia mayor en años inferiores en nuestro estudio en comparación con el estudio realizado por Uribe.

RED SOCIAL MÁS USADA

Según SANCHEZ, A. En su estudio sobre las redes sociales se obtuvo que la red social más usada es Facebook con un 86% de adolescentes que usan este medio. ⁽¹⁰⁾ URIBE, R en su investigación redes sociales más usadas son Facebook (más del 95%) y Twitter (cerca del 50%). ⁽¹¹⁾ En la presente investigación encontramos que en los/las adolescentes la red social más utilizada es Facebook mostrando un 97,7%, seguido de la red social Hotmail con un 80,6% y Twitter con un 37,1%.



TIEMPO AL DÍA DE CONEXIÓN A RED SOCIAL

Según SANCHEZ, A.(Chile) señala que el 6,2% de los adolescentes chilenos utilizan las redes sociales más de 5 horas diarias mientras que el 37,8% utiliza una hora aproximadamente las redes sociales. ⁽¹⁰⁾En la presente investigación encontramos que los adolescentes encuestados utilizan alrededor de 5 horas diarias un 5,9%, en cambio los que utilizan aproximadamente una hora diaria representa el 31,2% mostrando así que la frecuencia de uso en nuestro estudio es menor a la comparada con Chile.

MOTIVO POR EL CUAL ABRIÓ UNA CUENTA EN LA RED SOCIAL

Según SANCHEZ, A. el motivo por el cual los adolescentes utilizan las redes sociales es “para comunicarse” representando el 79%, seguido de: “para encontrar antiguos amigos” con un 40%.⁽¹⁰⁾ En nuestro estudio encontramos que los adolescentes utilizan las redes sociales para “comunicarse” en un porcentaje del 89,4%, “encontrar antiguos amigos” representa el 76,8%, mostrando valores más altos en la ciudad Cuenca.

CREE QUE EL USO DE REDES SOCIALES CONLLEVA ALGÚN RIESGO

Según SANCHEZ, A. muestra en su estudio que en Ecuador el 31% de los adolescentes creen que el uso de redes sociales no conlleva ningún riesgo, situación diferente a la de otros países como México y Venezuela donde se muestran valores de 76% y 73% respectivamente de adolescentes que piensan que el uso de redes sociales no conlleva ningún riesgo. ⁽¹⁰⁾En nuestra investigación los resultados de acuerdo a si los adolescentes creen que el uso de redes sociales no conlleva riesgo muestra que el 28,4% no creen que exista riesgo.

RELACION A TRAVES DE LA RED SOCIAL

Según SANCHEZ, A. en su investigación muestra que en Ecuador el 16% de los adolescentes ha tenido algún tipo de relación con alguien a través de la red social, en comparación con el 53% y 40% obtenidos en Colombia y Venezuela respectivamente. ⁽¹⁰⁾En nuestra investigación el 20,9% de los adolescentes ha



tenido algún tipo de relación a través de las redes sociales, valores superiores a los encontrados por SANCHEZ en Ecuador pero inferiores comparados con Colombia y Venezuela.

SENTIMIENTOS NEGATIVOS SI SE CERRASE LA RED SOCIAL

Según SANCHEZ, A. en su estudio indica que el 46% de los adolescentes manifestaron tener sentimientos negativos ⁽¹⁰⁾, en comparación con nuestro estudio en donde encontramos que el 48,2% manifestaron que presentarían sentimientos negativos si por cualquier motivo no pudieran ingresar a su red social.

TIEMPO QUE ESTÁ INSCRITO EN LAS REDES SOCIALES

Según SANCHEZ, A. en su investigación indica que el 23,82% de los adolescentes poseen redes sociales desde hace más de 3 años y el 76,18% son usuarios de las redes sociales hace menos de 3 años. ⁽¹⁰⁾ En nuestra investigación encontramos que el 26,6% de los adolescentes están inscritos en las redes sociales desde hace más de 3 años, mientras que el 73,4% son usuarios de las redes sociales hace menos de 3 años mostrando el boom de las redes sociales en los últimos años, mostrándose así valores similares en ambos estudios.

Además en nuestro estudio encontramos los siguientes resultados en la población de adolescentes que actualmente utilizan las redes sociales de internet:

Con respecto a la migración de un familiar con el cual se comunica a través de las redes sociales, el 75,2% de los encuestados de nuestro estudio, siendo un factor determinante en el ingreso a las redes sociales de los estudiantes y un posible factor desencadenante al uso excesivo puesto que no existe un control paternal para el correcto desarrollo de la personalidad y carácter de la adolescente.

De acuerdo al lugar de conexión el 71,2% de los encuestados manifestó hacerlo desde su casa lo que quiere decir que la cobertura de internet en los hogares es buena, mientras que apenas el 20,7% lo hace desde su colegio



mostrando el bajo acceso a internet que poseen los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca.

En cuanto al momento del día que se conectan con más frecuencia a las redes sociales nuestro estudio encontró que el 46,7% lo hace durante la tarde y el 41,4% de los estudiantes se conectan a las redes sociales durante la noche, para ello se emplea en mayor cantidad lo que son computadores de escritorio con el 54% y computador portátil con 50,9%.

Con respecto al motivo por el cual abrió una cuenta en la red social en nuestro estudio encontramos que 60,8% de los encuestados usan las redes sociales para encontrar información de sus amigos y conocidos, el 23,1% para hablar de sí mismo, el 48,7% utilizan las redes sociales para compartir fotografías y videos, el 14,8% para hacer publicidad, el 64,6% utilizan las redes sociales para encontrar nuevos amigos/as, mientras que el 76,9% lo hacen para encontrar antiguos amigos, 9,9% lo hacen para ser más populares, un 34,9% usan las redes sociales por que otra persona se lo sugirió, un 62,6% utiliza las redes sociales para realizar tareas escolares, y el 43,7% lo hizo por curiosidad.

Según en que utilizan su tiempo libre un 55,6% lo hace para conectarse, el 59,7% utilizan este tiempo para hacer deporte, el 57,1% para pasar con su familia y el 55,7% para salir con esta información nos revela que las redes sociales se ha convertido en una actividad social común más de la ciudad de Cuenca.



CAPITULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

En este capítulo incluiremos los resultados encontrados en la población total de adolescentes investigados (1120) de los colegios urbanos de la ciudad de Cuenca. Además se confirma la hipótesis planteada ya que el presente estudio corrobora que un 5,9% de adolescentes posiblemente tienen una adicción a las redes sociales, un 11,2% manifiesta sentir ansiedad al no poder ingresar a su cuenta de red social, un 55,6% utiliza su tiempo libre para conectarse a las redes sociales mismo tiempo que lo empleaban para hacer deporte u otras actividades, y un 11,3% de los encuestados manifestó que la comunicación con sus padres si ha disminuido a causa del uso de las redes sociales.

La presente investigación concluye que:

- De la población estudiada tenemos que la prevalencia de uso de las redes sociales de internet en los estudiantes de los colegios de la ciudad de Cuenca es de 96,5% del total de los adolescentes investigados, mujeres 95,9%, hombres 97,18%, de ellos el 18,2 % pertenece a los adolescentes de 16 años de edad.
- Del total de los encuestados el 52,5 % que usan las redes sociales corresponde al sexo femenino.
- El 89,4% de los encuestados que poseen redes sociales las utilizan para comunicarse con otras personas.
- El 75,2% de los encuestados que poseen redes sociales, lo utilizan para comunicarse con un familiar en el exterior.
- El 93,5 % de los estudiantes que utilizan las redes sociales tienen un estado civil de soltero.
- El 5,9 % de las personas que usan las redes sociales permanece conectado a su más de cinco horas al día.
- De la población estudiada el 55,5 % utilizan el tiempo libre para conectarse a la red social.



Redes sociales y factores asociados

A continuación tomaremos los resultados obtenidos de la población que tiene red social participantes en el estudio:

- De la población que tiene red social (96,5%) encontramos que existe asociación estadística entre el tener red social y la edad, en donde el mayor porcentaje con el 18,2 % corresponde a los 16 años de edad.
- El estudio indica que hay asociación entre la edad agrupada y el tiempo de uso a la red social con un 56,61% que se conecta más de una hora a la red social y que corresponde a la adolescencia media comprendida entre los 14-16 años según la clasificación de la OMS.
- La investigación demostró que el 9,9% de la población estudiada hace uso de las redes sociales para obtener popularidad, siendo el 65,4% perteneciente a los tres primeros años de colegio y el 34,6% pertenece a los tres años de bachillerato.
- En el estudio se encontró significancia estadística entre el año que cursa y el cómo se siente al ingresar a la red social, en donde el 39,5% del ciclo básico y el 60,5 % del ciclo bachillerato presentan sentimientos negativos al ingresar a su red social.
- El tener familiar en el exterior y el tiempo de conexión a la red social también mostró significancia estadística ya que el 83,1 % de la población que tiene familiar en el exterior se conecta más de una hora a la red social.
- La investigación reveló que la edad comprendida entre los 15-19 años se convierte en un factor de riesgo para conectarse más de dos horas a la red social, en comparación a la edad comprendida entre los 10-14 años, siendo el grupo de edad de 15-19 años representado por el 58,2 % y el 41,8 % para el grupo de 10-14 años de edad.
- Los sentimientos positivos (felicidad y emoción) se convierten en un factor protector para conectarse menos de dos horas a la red social expresado por el 62,0 % en comparación al 49,9% que se conectan a la red social por más de dos horas y que expresan sentimientos positivos.



7.2 RECOMENDACIONES

- El Gobierno Ecuatoriano debería instaurar leyes más estrictas acerca de los delitos informáticos, además de la creación de un ente permanente de regulación de internet a fin de controlar la información que se provee con la finalidad de detectar páginas o usuarios en internet que pongan en riesgo o atenten contra los adolescentes en todo el Ecuador para protegerlos de ser víctimas de delitos o abusos informáticos.
- Dar charlas dirigidas hacia los estudiantes, padres o representantes de familia sobre el uso y el peligro de las redes sociales de internet y como pueden ser estas utilizadas de manera correcta sin que su uso conlleve algún peligro.
- Restricción del tiempo de uso de las redes sociales por parte de los padres para con sus hijos, e incentivar la realización de otras actividades como hacer deporte, leer libros o salir en familia.
- Enseñar a los adolescentes el buen manejo de las redes sociales destacando la importancia y beneficios en cuanto a comunicación se refiere, permiten también la asimilación de nueva información que muchas veces no se encuentra fácilmente disponible y que resulta beneficiosa siempre y cuando esta sea manejada correctamente y en el caso de menores de edad con la asesoría de un adulto.
- Se recomienda la elaboración de investigaciones sobre el uso de las redes sociales, las mismas que se encuentren en constante actualización debido a la gran importancia que han adquirido en la actualidad y su estrecha relación con la tecnología, considerando siempre su influencia en los adolescentes, en especial el grupo perteneciente a la adolescencia media ya que es éste el grupo más vulnerable y víctima de las consecuencias que provocaría el uso incorrecto de las redes sociales.



BIBLIOGRAFÍA

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. TAPIA, A; GÓMEZ, B; HERRANZ, J; MATELLANES, M. “Los estudiantes universitarios ante las redes sociales: cuestiones de uso y agrupación en estructuras elitistas o pluralistas”. Vivat Academia Revista de comunicación. España. 2010. [Citado 2011-08-6]. Información disponible en:
<http://www.ucm.es/info/vivataca/numeros/n113/PDFs/Tapia.pdf>
2. ECHEBURÚA, E. “Psicólogo advierte del peligro que suponen las redes sociales para juventud”. ABC Hoy Tecnología. España. 2011.[Citado 2011-08-6]. Información disponible en: <http://www.hoytecnologia.com/noticias/Psicologo-advierte-peligro-suponen/126802>.
3. RODRIGO, M. MÁIQUEZ, M. GARCÍA M. MENDOZA, R. RUBIO, A. MARTÍNE, A.MARTÍN, J. “Relaciones padres-hijos y estilos de vida en la adolescencia” Universidad de La Laguna. España. 2004. [Citado 2011-08-7]. Información disponible en:
<http://www.galanet.eu/dossier/fichiers/Estudio%20sobre%20la%20relaci%F3n%20padres-hijos%20en%20Espa%F1a.pdf>
4. BURCHER, N. “Facebook usage statistics by country - Sep 10 vs Sep 09 vs Sep 08” EE.UU. 2010. [Citado 2011-08-7]. Información disponible en:
<http://www.nickburcher.com/2010/09/facebook-usage-statistics-by-country.html>
5. DACCACH, J. “Usuarios Sitios Redes Sociales en América Latina” Delta. Colombia. 2009. [Citado 2011-08-7]. Información disponible en:
<http://www.deltaasesores.com/estadisticas/internet/3503-usuarios-sitios-redes-sociales-en-america-latina>
6. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSO (INEC). “Reporte anual de Estadísticas sobre tecnologías de la información y comunicaciones TICs” Ecuador. 2011. [Citado 2011-08-7]. Información disponible en:
http://www.google.com.ec/url?sa=t&source=web&cd=2&sqi=2&ved=0CCIQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.conatel.gob.ec%2Fsite_conatel%2Findex.php%3Foption%3Dcom_docman%26task%3Ddoc_download%26gid%3D5643%26Itemid%3D481&rct=j&q=%E2%80%93%20%E2%80%93Reporte%20anual%20de%20Estad%3ADsticas%20sobre%20tecnolog%3ADas%20de%20la%20



- informaci%C3%B3n%20y%20comunicaciones%20TICs&ei=Moh-TvnzDonDgQfl-ehM&usg=AFQjCNHdSVSAiVbmmQH-R0N2iZNJESMeTw
7. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSO (INEC). “Tecnologías de la información y comunicaciones en el Ecuador” Ecuador. 2011. [Citado 2011-08-7]. Información disponible en:
http://www.google.com.ec/url?sa=t&source=web&cd=6&ved=0CEMQFjAF&url=http%3A%2F%2Fwww.conatel.gob.ec%2Fsite_conatel%2Findex.php%3Foption%3Dcom_docman%26task%3Ddoc_download%26gid%3D5643%26Itemid%3D481&ei=34I-TriVKoydgQeeuOg-&usg=AFQjCNHdSVSAiVbmmQH-R0N2iZNJESMeTw
 8. ECUADOR EN CIFRAS. “Acceso a internet” Ecuador. 2010. [Citado 2011-08-10]. Información disponible en: <http://www.ecuadorencifras.com>
 9. BRENNER, J. – Pew Internet: Teens. -“Pew Internet & American live Project” - EE.UU. – 2011. [Citado 2012-09-10]. Información disponible en:
<http://www.pewinternet.org/Commentary/2012/April/Pew-Internet-Teens.aspx>
 10. SANCHEZ, A. - INFORME GENERACIÓN 2.0 2010. Hábitos de los adolescentes en el uso de las redes sociales – Chile – 2010. [Citado 2012-09-10]. Información disponible en:
<http://escacc.cat/docroot/escacc/includes/elements/fixters/1111/generacin2-0.pdf>
 11. URIBE, R. – “Segmentación de usuarios adolescentes de redes sociales en Chile” - Universidad de Chile – Chile – 2011. [Citado 2012-09-10]. Información disponible en:
<http://escacc.cat/docroot/escacc/includes/elements/fixters/1111/generacin2-0.pdf>
 12. MENDEZ, E. - ¿Cuántos usuarios hay en Facebook? @EDUKCION niños, niñas y adolescentes. Venezuela. 2010. [Citado 2011-08-11]. Información disponible en: <http://emendezh.wordpress.com/2010/02/19/%C2%BFcuantos-usuarios-hay-en-facebook/>
 13. SUPERTEL. “Los usos de internet comunicación y sociedad” Ecuador, 2008. [Citado 2011-09-01]. Información disponible en: www.supertel.gob.ec
 14. CSO. “Redes sociales: beneficios y riesgos para la privacidad de los datos”. 2011. [Citado 2011-08-11]. Información disponible en:



- <http://www.csospain.es/Redes-sociales-beneficios-y-riesgos-para-la-privacidad-de-lo/seccion-actualidad/articulo-203004>
15. FIERRO, L. "Presencia del Internet en el Ecuador. 1995. [Citado 2011-08-13]. Información disponible en: <http://interred.wordpress.com/1995/02/12/presencia-del-ecuador-en-el-internet/>
16. PROASETTEL. "Estudio de mercado de internet" Ecuador. 2006. [Citado 2011-08-14]. Información disponible en: http://www.proasetel.com/paginas/articulos/mercado_internet.htm
17. ASOCIACIÓN DE JUNTAS PARROQUIALES RURALES DEL AZUAY (AJUPA). "Cabecera Cantonal Cuenca". Ecuador. 2008. [Citado: 2011-01-15]. Información disponible en: <http://www.ajupa.gov.ec/parroq.aspx?cant=1&parr=50>.
18. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSO (INEC). "Azúay por dentro". Ecuador. 2006. [Citado: 15/01/2011]. Información disponible en: http://www.inec.gov.ec/c/document_library/get_file?folderId=45235&name=D_LFE-5133.pdf.
19. UGARTE, D. - "El poder de las redes sociales." – España. - 2011. [Citado: 15/01/2011]. Información disponible en: http://www.deugarte.com/gomi/historia_del_analisis_de_redes_sociales.pdf
20. MÚJICA, J. "Redes Sociales: historia, oportunidades y retos". España. 2010. [Citado 2011-09-14]. Información disponible en: http://www.forumlibertas.com/frontend/forumlibertas/noticia.php?id_noticia=16428
21. ZAMORA, M. Ponencia en las jornadas sobre gestión en organizaciones del tercer sector en la universidad di tella de buenos aires. Argentina. 2001. [Citado: 2011-19-17]. Información disponible en: http://www.tecnologiahechapalabra.com/sociedad/sociologia_comunicacion/articulo.asp?i=5544
22. ASÚNSOLO, A. - "Qué son y cómo funcionan las Redes Sociales." - España. - 2011. [Citado 2011-09-14]. Información disponible en: <http://www.microsoft.com/business/es-es/Content/Paginas/article.aspx?cbcid=71>



23. RAACKE, J. BONDS, J. – “MySpace and Facebook: Applying the Uses and Gratifications Theory to Exploring Friend-Networking Sites” - CyberPsychology & Behavior. EE.UU. - 2008. [Citado 2011-09-14]. Información disponible en: <http://www.liebertonline.com/doi/abs/10.1089/cpb.2007.0056>
24. ARRIAGA, L. - “Porque vinieron para quedarse: Redes sociales, sus ventajas y desventajas”. - México. 2009. [Citado 2011-08-20]. Disponible en: http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/aula/redes_sociales.html
25. BURGUEÑO, P. - “El peligro de las redes sociales y sus principales consecuencias jurídicas”. - 2009. –[Citado 2011-08-20]. Disponible en: <http://www.pabloburgueno.com/wp-content/uploads/2009/06/El-peligro-de-las-redes.pdf>
26. KATZ, J. RICE, R. – “Consecuencias sociales del uso de internet” – Editorial UOC – España – 2005. [Citado 2011-09-14]. Información disponible en: <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/viewFile/308/320>
27. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD (OMS) “La Adolescencia” [Citado 2011-09-11]. Información disponible en: <http://www.who.int/es/>
28. GUMUCIO, M. “Desarrollo Psicosocial y Psicosocial en la Adolescencia” Departamento de Psiquiatría, Pontificia Universidad Católica de Chile, Curso Salud y Desarrollo del Adolescente. Chile. 2007. [Citado 11-09-2011]. Información disponible en: <http://escuela.med.puc.cl/paginas/OPS/Curso/Lecciones/Leccion02/M1L2Leccion.html>
29. DUEÑAS, M. “La Adolescencia: Sus características fisiológicas, psicológicas y sociológicas”. Argentina. 2011. [Citado 11-09-2011]. Información disponible en: <http://www.ilustrados.com/tema/7299/Adolescencia--caracteristicas-fisiologicas-psicologicas-sociologicas.html>
30. APARICIO, T. “La rebeldía de los adolescentes” Centro de Psicología Alarcón. España. 2007. [Citado 11-08-2011]. Información disponible en: http://www.pulevasalud.com/ps/subcategoria.jsp?ID_CATEGORIA=104357&RUTA=1-5-9-104357

**BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA**

1. MADARIAGA, C. ABELLO, L. SIERRA, O. – Redes Sociales Infancia, Familia y Comunidad – Ediciones Uninorte – Colombia – 2003. [Citado 12-10-2011]. Información disponible en: <http://revista-redes.rediris.es/webredes/textos/infancia.pdf>
2. BORJA, C. - Las redes sociales lo que hacen sus hijos en internet – Editorial Club universitario – España – 2010. [Citado 12-10-2011]. Información disponible en: <http://www.casadellibro.com/capitulos/9788499480053.pdf>
3. CASAS, J. CEÑAL M. - “Desarrollo del adolescente. Aspectos físicos, psicológicos y sociales.” Unidad de Medicina del Adolescente. Servicio de Pediatría. Hospital de Móstoles, Madrid. – España – 2005. [Citado 14-10-2011]. Información disponible en: [http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/puericultura/desarrollo_adolescente\(2\).pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/puericultura/desarrollo_adolescente(2).pdf)
4. PAROLARI. F. “Psicología de la adolescencia. Despertar para la vida.” – Editorial San Pablo – Colombia – 2005. [Citado 14-10-2011]. Información disponible en: http://books.google.com.ec/books?id=BK78doiXndkC&printsec=frontcover&dq=psicologia+de+la+adolescencia&hl=es&ei=vYGCTpjeLMHegQeA07ke&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=3&ved=0CDUQ6AEwAg#v=onepage&q&f=false
5. ARAUJO, A. GARCÍA M. ARTEAGA, J. SIERRA, A. ABADIA, I. GÁLVEZ, A. – “Adolescencia” – Universidad de la sabana. Instituto de la familia. – Colombia – 2008. [Citado 14-10-2011]. Información disponible en: http://books.google.com.ec/books?id=NJ84S6M2HyIC&printsec=frontcover&dq=adolescencia&hl=es&ei=n3-CTsbTmPQgAe1rchG&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=2&ved=0CC8Q6AEwAQ#v=onepage&q&f=false



ANEXOS

ANEXO # 1



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias Médicas Escuela de Medicina

Sr. /ra
Director/a del colegio
Ciudad.

De nuestras consideraciones:

Nosotros, Miguel Andrés Valencia Solórzano, Amada Jackeline Torres Aguilar y Maricela Marlene Toalongo Gallegos estamos por realizar un estudio de tesis denominado “PREVALENCIA Y FACTORES DE RIESGO ASOCIADOS AL USO DE REDES SOCIALES DE INTERNET EN ADOLESCENTES DE COLEGIOS, CUENCA 2012” para lo cual es necesario la participación de los/as adolescentes de la ciudad de Cuenca; a quienes se les entregará un cuestionario, el mismo que será respondido de acuerdo al criterio de cada uno de ellos sobre el tema.

La información recogida será utilizada únicamente con fines científicos guardando confidencialidad de la misma. El beneficio para los estudiantes que participen será conocer los resultados de la investigación y saber que su participación permitirá crear programas de intervención y se generaran correctivos a los programas ya existentes.

Esperamos contar con su colaboración.

Atentamente.

Amada Torres

Andrés Valencia

Maricela Toalongo



ANEXO # 2



UNIVERSIDAD DE CUENCA
Facultad de Ciencias Médicas
Escuela de Medicina

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PADRE/MADRE/REPRESENTANTE LEGAL**PREVALENCIA Y FACTORES ASOCIADOS AL USO DE REDES SOCIALES DE INTERNET EN ADOLESCENTES DE COLEGIOS, CUENCA 2012.**

La presente investigación tiene como director al Dr. Julio Alfredo Jaramillo Oyervide y es realizada por: Miguel Andrés Valencia Solórzano, Amada Jackeline Torres Aguilar y Maricela Marlene Toalongo Gallegos, estudiantes de la Escuela de Medicina, Facultad de Ciencias Médicas, Universidad de Cuenca, con la finalidad de realizar la tesis “Prevalencia y factores asociados al uso de redes sociales de internet en adolescentes de Colegios, Cuenca 2012”, previa a la obtención del título de médicos.

Antes de decidir si su representado participa o no, debe conocer y comprender cada uno de los siguientes apartados.

Una vez que haya comprendido el estudio y si usted desea que su hijo/a participe, entonces se le pedirá que firme esta hoja de consentimiento.

Información del estudio.- En el estudio se investigará el número de adolescentes que utilizan las redes sociales de internet y sus factores de riesgo asociados, esto se llevará a cabo mediante la aplicación de un formulario de recolección de datos a su representado.

Riesgos del estudio: la participación de su representado en la presente investigación no implica riesgo alguno, no afectará ningún aspecto de su integridad física y emocional.

Beneficios: la información obtenida será utilizada en beneficio de la comunidad, pues con este estudio se conseguirá determinar la prevalencia y factores asociados al uso de redes sociales de internet en adolescentes de nuestra ciudad.

Confidencialidad: la información que se recogerá será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

La participación es voluntaria: la participación de este estudio es estrictamente voluntaria, usted está en libre elección de decidir si desea que su hijo/a participe en el estudio sin que eso lo perjudique en ninguna forma.

Preguntas: si tiene alguna duda sobre esta investigación comuníquese a los números de las responsables de la investigación que exponen a continuación: 089150012(Amada Torres), 089645224(Andrés Valencia), 095712280(Maricela Toalongo). Desde ya le agradecemos su participación.



Yo _____ representante legal de
_____, libremente y sin ninguna presión, acepto que mi representado participe en este estudio. Estoy de acuerdo con la información que he recibido. Reconozco que la información que se provea por parte de mi representado en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio. He sido informado/a de que puedo hacer preguntas sobre esta investigación y que libremente puedo decidir sobre la participación de mi representado sin que esto acarree perjuicio alguno. Me han indicado también que mi representado tendrá que responder un formulario de recolección de datos.

Firma del Representante legal



ANEXO # 3



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias Médicas
Escuela de Medicina

ASENTIMIENTO INFORMADO PARA ADOLESCENTES

PREVALENCIA Y FACTORES ASOCIADOS AL USO DE REDES SOCIALES DE
INTERNET EN ADOLESCENTES DE COLEGIOS, CUENCA 2012.

Nombre del Colegio _____

Curso: _____

La presente investigación tiene como director al Dr. Julio Alfredo Jaramillo Oyervide y es realizada por, Miguel Andrés Valencia Solórzano, Amada Jackeline Torres Aguilar y Maricela Marlene Toalongo Gallegos, estudiantes de la Escuela de Medicina, Facultad de Ciencias Médicas, Universidad de Cuenca, con la finalidad de realizar la tesis “Prevalencia y factores asociados al uso de redes sociales de internet en adolescentes de Colegios, Cuenca 2012”, previa a la obtención del título de médicos.

Antes de decidir si participa o no, debe conocer y comprender cada uno de los siguientes apartados.

Una vez que haya comprendido el estudio y si usted desea participar, entonces se le pedirá que firme esta hoja de asentimiento.

Información del estudio.- En el estudio se investigará el número de adolescentes que utilizan las redes sociales de internet y sus factores de riesgo asociados, esto se llevará a cabo mediante la aplicación de un formulario de recolección de datos.

Riesgos del estudio: la participación en la presente investigación no implica riesgo alguno, no afectará ningún aspecto de su integridad física y emocional.

Beneficios: la información obtenida será utilizada en beneficio de la comunidad, pues con este estudio se conseguirá determinar la prevalencia de embarazo precoz y factores asociados en adolescentes de nuestra ciudad.

Confidencialidad: la información que se recogerá será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.



La participación es voluntaria: la participación de este estudio es estrictamente voluntaria, usted está en libre elección de decidir si desea participar en el estudio sin que eso lo perjudique en ninguna forma.

Preguntas: si tiene alguna duda sobre esta investigación comuníquese a los números de las responsables de la investigación que exponen a continuación: 089150012(Amada Torres), 089645224(Andrés Valencia), 095712280(Maricela Toalongo). Desde ya le agradecemos su participación.

Con el presente documento hago conocer que he sido informado/a de los detalles del estudio que se pretende llevar a cabo en mi colegio, previo consentimiento de mi representante legal. Yo entiendo que voy a ser sometido a una encuesta. Sé que estas pruebas no conllevan riesgo alguno. También comprendo que no tengo que gastar ningún dinero por el cuestionario.

Yo _____, libremente y sin ninguna presión, acepto participar en este estudio. Estoy de acuerdo con la información que he recibido.

Firma de el/la estudiante _____

Fecha _____



ANEXO # 4



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias Médicas
Escuela de MedicinaPREVALENCIA Y FACTORES ASOCIADOS AL USO DE REDES SOCIALES DE
INTERNET EN ADOLESCENTES DE COLEGIOS, CUENCA 2012.

Instrucciones: Por favor marca con una X en el cuadrado de la opción que elijas como respuesta a cada una de las preguntas, solo debes marcar 1 respuesta para cada pregunta.

Formulario # _____

1. Edad: _____ años

2. Sexo:

2.1. Masculino
2.2. Femenino

3. Año que cursa:

3.1. Octavo de Básica	<input type="checkbox"/>	3.2. Noveno de Básica	<input type="checkbox"/>	3.3. Decimo de Básica	<input type="checkbox"/>
3.4. Primero de Bachillerato	<input type="checkbox"/>	3.5. Segundo de Bachillerato	<input type="checkbox"/>	3.6. Tercero de Bachillerato	<input type="checkbox"/>

4. Estado civil:

4.1. Casado	<input type="checkbox"/>	4.2. Soltero	<input type="checkbox"/>	4.3. Divorciado	<input type="checkbox"/>	4.4. Viudo	<input type="checkbox"/>	4.5. Unión libre	<input type="checkbox"/>
-------------	--------------------------	--------------	--------------------------	-----------------	--------------------------	------------	--------------------------	------------------	--------------------------

5. ¿Tiene red social?

5.1. Si 5.2. No

6. ¿Cuál de las siguientes redes sociales tiene?

6.1. Facebook	<input type="checkbox"/>	6.2. Hotmail	<input type="checkbox"/>	6.3. Twitter	<input type="checkbox"/>
6.4. G-mail	<input type="checkbox"/>	6.5. Hi5	<input type="checkbox"/>	6.6. Yahoo	<input type="checkbox"/>
6.7. Tuenti	<input type="checkbox"/>	6.8. Badoo	<input type="checkbox"/>	6.9. Messenger	<input type="checkbox"/>
6.10. Skype	<input type="checkbox"/>	6.11. Myspace	<input type="checkbox"/>	6.12. Otros	<input type="checkbox"/>

7. ¿Tiene algún familiar en el exterior con el cual se comunica através del uso de alguna red social?

7.1 Si 7.2. No



8. Si ha contestado sí en la pregunta anterior, indique cuál familiar tiene usted en el extranjero.

- 8.1 Papa 8.2. Mamá 8.3 Hermanos 8.4. Otros

9. Se conecta a su red social desde:

- 9.1. Su casa Si No
 9.2. Uncyber Si No
 9.3. Su colegio Si No

10. ¿Cuánto tiempo se conecta usted a su red social en el día?

- 10.1) 30 minutos 10.2) 1 hora 10.3) 2 horas
 10.4) 3 horas 10.5) 4 horas 10.6) 5 horas o más

11. Se conecta con más frecuencia en la:

- 11.1. Mañana 11.2. Noche
 11.3. Tarde 11.4. Todo el día

12.Cuál de los siguientes dispositivos usa usted para conectarse:

- 12.1. Computador portátil 12.2. Computador de oficina
 12.3. Ipod 12.4. Celular
 12.5. Otros

13. ¿Desde cuándo está inscrito en la red social?

- 13.1) Hace 3 meses 13.2) Hace 6 meses 13.3) Hace 1 año
 13.4) Hace 2 años 13.5) Hace 3 años 13.6) Hace más de 3 años

14. ¿Por qué motivo usted decidió abrir una cuenta en la red social?

14.1. Para comunicarme	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
14.2. Para tener más información sobre mis amigos	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
14.3. Para hablar de mí	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
14.4. Para compartir mis fotos y videos	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
14.5. Para hacer publicidad	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
14.6. Para encontrar nuevos amigos	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
14.7. Para encontrar antiguos amigos	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
14.8. Para ser más popular	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
14.9. Porque otra persona (amigo/a, familiar, etc.) me sugirió	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
14.10 Para tareas o trabajos escolares	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
14.11. Por Curiosidad	Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>



15. ¿Cómo se siente usted al ingresar a su cuenta de red social?

- 15.1 Feliz
- 15.2 Emocionado
- 15.3 Triste
- 15.4 Nada
- 15.5 Otros _____

16. ¿Qué sentiría usted si por alguna causa (se le prohíbe, cierre de la página web, no cuenta con internet, etc.) no pudiese ingresar en su cuenta de red social?

- 16.1 Felicidad
- 16.2 Ansiedad
- 16.3 Tristeza
- 16.4 Ira
- 16.5 Nada
- 16.6 Otros

17. ¿La conversación con sus padres ha disminuido por el uso de su red social?

- 17.1 Si
- 17.2 No

18. ¿Quién puede consultar su perfil?

- 18.1. Amigos Si No
- 18.2. Familia Si No
- 18.3. Amigos de sus amigos Si No
- 18.4. Todos Si No

19. ¿Comparte su información personal con todos?

- 19.1. Si 19.2. No

20. ¿En que utiliza su tiempo libre?

20.1. Para hacer deporte	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
20.2. Para conectarse	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
20.3. Para pasar con su familia	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
20.4. Para salir con sus amigos	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>

21. ¿Cree usted que el uso de redes sociales tiene algún riesgo?

- 21.1. Si 21.2. No

22. Cree usted que el uso de redes sociales puede ser una buena herramienta para buscar pareja o gente con quien salir

- 22.1. Sí 22.2. No



23. ¿Tuviste una relación de pareja con alguien que hayas conocido a través de alguna red social?

23.1.

Sí

23.2. No

**ANEXO # 5**

Cuadro de Colegios de la zona Urbana de la ciudad de Cuenca periodo lectivo 2010 – 2011 que participaron en el estudio.

NOMBRE INSTITUCION
MANUELA GARAICOA DE CALDERON
LA ASUNCION
SAN JOSÉ DE LA SALLE
MANUEL J CALLE
BENIGNO MALO
TECNICO SALESIANO
CIUDAD DE CUENCA
MIGUEL MORENO ORDOÑEZ
OCTAVIO CORDERO PALACIOS
CARLOS CUEVA TAMARIZ
CORAZON DE MARIA
SAGRADOS CORAZONES
CONSERVATORIO DE MUSICA JOSE MARIA RODRIGUEZ
SUDAMERICANO
CENTRO EDUCATIVO FE Y ALEGRIA
COLEGIO NACIONAL TECNICO ECUADOR
DANIEL CORDOVA TORAL
ALFONSO CORDERO PALACIOS
LICEO AMERICANO CATOLICO
BILINGUE INTERAMERICANO
MIGUEL ANGEL ESTRELLA AREVALO
ANTONIO AVILA MALDONADO
LUISA DE JESUS CORDERO
FRAY VICENTE SOLANO
UNIDAD EDUCATIVA POLITECNICA KENNEDY
UNIDAD EDUCATIVA DE INICIACION Y DESARROLLO DEPORTIVO DEL AZUAY
CENTRO EDUCATIVO ECUATORIANO CEDEC
VICTOR MANUEL ALBORNOZ
LICEO CRISTIANO DE CUENCA
UNIDAD EDUCATIVA SANTANA UNESA
CESAR ANDRADE Y CORDERO
GABRIEL CEVALLOS GARCIA
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE NUESTRA FAMILIA



CARLOS ARIZAGA VEGA
LUIS ROBERTO BRAVO
VICTOR GERARDO AGUILAR
MADRE ENRIQUETA AYMER SSCC
JUAN BAUTISTA STIEHLE
CEBCI
CENTRO EDUCATIVO LATINOAMERICANO
MARIA AUXILIADORA
COREL
LUIS MONSALVE POZO
ALICIA LOZA MENESES
CEBIN
5 DE NOVIEMBRE
JESUS CORDERO DAVILA
UNIDAD EDUCATIVA YANUNCAY
CARLOS CRESPI II
LOS ANDES
UNIDAD EDUCATIVA LAS PENCAS
PORVENIR
CRISTO REY
VICENTE ESCANDON
HOME SCHOOL
JUAN PABLO II
ADINEA
AMERICAN COLLEGE
CENTRO DE FORMACION SAN VICENTE DE PAUL
LICEO DEL AZUAY
EUROPA
SANTA MARIANA DE JESUS
INTEGRACION IBEROAMERICANO

**ANEXO # 6**

Para la aleatorización de los datos se empleó el programa Epi Info Versión 6.0 en el cual se ingresó el número de adolescente matriculados en el periodo lectivo 2011 – 2012 de los colegios de la zona urbana de la ciudad de Cuenca, a continuación se exponen los resultados de la aleatorización:

Muestreo simple aleatorio

- Tamaño poblacional: 50150
- Tamaño de muestra: 1123

Número de los sujetos seleccionados

53	111	168	205	214	247	277	283	321	463	512	526	576	743	745	774	788	792
796	859	885	903	904	913	956	971	1007	1008	1101	1124	1237	1291	1300	1355	1367	1398
1400	1468	1520	1528	1544	1584	1595	1600	1605	1641	1691	1731	1743	1746	1748	1749	1821	
1846	1958	1961	1981	2092	2096	2102	2123	2126	2192	2201	2207	2229	2275	2327	2352	2358	
2412	2444	2470	2499	2508	2520	2532	2719	2728	2733	2752	2835	2840	2862	2952	3023	3041	
3074	3119	3158	3169	3203	3229	3264	3336	3396	3437	3517	3580	3622	3664	3690	3753	3774	
3802	3806	3841	3878	3893	3911	3924	3941	3954	3980	4025	4058	4062	4092	4140	4198	4245	
4261	4304	4346	4526	4546	4591	4701	4743	4804	4835	4933	4937	4951	5032	5055	5120	5129	
5314	5356	5363	5520	5541	5568	5570	5585	5622	5669	5690	5725	5765	5797	5803	5814	5817	
5823	5836	5872	5874	5916	5951	5966	5982	5987	5989	5994	6004	6013	6016	6022	6024	6030	
6072	6075	6145	6166	6281	6336	6380	6413	6430	6438	6493	6524	6561	6586	6670	6673	6722	
6737	6759	6783	6808	6816	6855	6986	7066	7093	7107	7155	7169	7191	7225	7235	7251	7304	
7395	7444	7464	7525	7618	7701	7728	7734	7809	7811	7834	7862	7934	8028	8067	8083	8086	
8120	8174	8193	8225	8226	8335	8353	8373	8374	8389	8435	8503	8510	8511	8520	8571	8573	
8599	8738	8821	8840	8846	8879	8917	8977	9008	9041	9043	9055	9104	9212	9245	9350	9366	
9373	9417	9444	9459	9483	9515	9590	9612	9628	9658	9676	9684	9705	9709	9715	9746	9825	
9837	9840	9850	9857	9876	9877	9880	9903	9943	10019	10031	10049	10080	10104	10141	10167		
10190	10199	10201	10240	11023	11075	11110	11112	11116	11127	11240	11261	11344	11447	11453			
11463	11470	11477	11531	11647	11674	11709	11729	11827	11836	11917	11962	12027	12080	12098			
12135	12167	12230	12322	12343	12361	12372	12380	12384	12437	12456	12508	12601	12648	12665			
12704	12739	12787	12851	12960	13006	13082	13084	13093	13221	13224	13242	13267	13272	13388			
13391	13401	13409	13430	13467	13502	13515	13556	13582	13587	13593	13692	13701	13813	13823			
13837	13857	13879	13907	13937	14005	14026	14032	14040	14052	14111	14160	14178	14197	14203			
14250	14287	14529	14541	14558	14673	14701	14704	14707	14724	14806	14888	14889	14985	15049			
15073	15121	15161	15200	15223	15295	15334	15337	15359	15440	15462	15472	15516	15529	15535			
15538	15568	15587	15716	15733	15825	15859	15860	15886	15895	15917	15920	15942	15971	15988			
16026	16029	16063	16088	16107	16112	16127	16173	16197	16198	16213	16325	16354	16355	16423			
16540	16640	16652	16698	16739	16760	16771	16876	16916	17045	17072	17082	17084	17138	17206			
17287	17362	17365	17368	17417	17439	17458	17506	17540	17541	17553	17559	17591	17606	17626			
17635	17644	17716	17734	17781	17788	17817	17829	17899	17909	17944	17995	18017	18089	18125			
18147	18160	18216	18244	18260	18276	18295	18353	18361	18434	18550	18556	18561	18586	18637			
18654	18738	18807	18828	18834	18875	19032	19034	19075	19088	19091	19097	19110	19151	19222			
19260	19282	19343	19352	19381	19426	19428	19448	19483	19515	19531	19538	19567	19573	19603			
19685	19693	19723	19751	19752	19789	19795	19835	19848	19859	19962	19996	20020	20065	20073			
20167	20207	20281	20289	20311	20318	20330	20384	20395	20426	20434	20462	20483	20484	20549			
20559	20598	20611	20632	20704	20731	20752	20807	20820	20844	20882	20915	20940	21010	21031			



21047	21105	21109	21180	21276	21281	21345	21394	21415	21425	21511	21692	21799	21801	21854
21904	21912	21915	21917	21964	21976	22104	22135	22138	22196	22274	22338	22410	22429	22483
22529	22539	22562	22591	22649	22730	22739	22772	22806	22810	22813	22836	22860	22911	22949
23093	23113	23130	23199	23233	23246	23259	23306	23343	23421	23431	23500	23652	23668	23671
23700	23739	23805	23865	23903	23939	23941	23968	23991	24013	24028	24040	24102	24175	24259
24304	24348	24359	24402	24428	24514	24526	24539	24558	24568	24569	24592	24598	24632	24694
24748	24760	24823	24869	24943	24972	24980	25056	25162	25201	25202	25210	25228	25237	25287
25298	25310	25313	25363	25385	25394	25416	25421	25423	25430	25487	25519	25547	25641	25671
25764	25811	25864	25925	25967	25996	26010	26137	26150	26243	26247	26271	26277	26306	26435
26524	26544	26646	26660	26697	26713	26719	26727	26773	26780	26811	26875	26895	26910	26959
26971	26982	27006	27022	27028	27089	27147	27182	27213	27243	27275	27304	27364	27465	27475
27520	27523	27567	27598	27628	27680	27685	27725	27808	27809	27913	27928	28012	28015	28019
28056	28062	28141	28152	28180	28181	28195	28243	28291	28298	28381	28403	28407	28419	28420
28443	28446	28447	28451	28466	28468	28487	28606	28657	28777	28800	28824	28829	28874	29024
29137	29182	29189	29241	29274	29275	29300	29321	29325	29334	29410	29411	29422	29451	29478
29565	29587	29645	29667	29696	29773	29779	29795	29842	29844	29862	29881	29894	29901	29916
29977	29979	30020	30053	30054	30064	30246	30310	30366	30374	30416	30455	30520	30527	30540
30547	30549	30591	30651	30654	30676	30677	30708	30710	30738	30749	30918	30933	31052	31131
31237	31260	31264	31356	31365	31393	31399	31474	31656	31664	31706	31713	31734	31798	31843
31862	31869	31898	31955	32043	32120	32223	32254	32265	32272	32418	32614	32693	32707	32716
32731	32741	32748	32775	32812	32844	32957	32961	33010	33029	33039	33053	33063	33065	33127
33162	33195	33208	33243	33244	33320	33352	33354	33425	33505	33514	33519	33539	33542	33667
33831	33836	33849	33895	33929	33979	34016	34038	34079	34114	34115	34205	34212	34264	34281
34328	34367	34377	34399	34416	34427	34442	34498	34705	34749	34760	34843	34849	34895	34897
34915	34927	34983	34986	35007	35098	35102	35252	35328	35336	35367	35410	35498	35554	35571
35580	35618	35628	35666	35670	35716	35756	35765	35771	35818	35821	35843	35864	35869	35896
35925	35995	36010	36091	36101	36124	36209	36211	36231	36291	36325	36326	36395	36450	36459
36461	36483	36485	36498	36535	36577	36694	36723	36802	36894	37000	37019	37021	37023	37076
37207	37220	37237	37254	37346	37391	37439	37447	37461	37529	37656	37662	37726	37729	37808
37887	37926	37949	37951	37975	37995	38016	38023	38027	38065	38134	38224	38233	38240	38276
38329	38332	38445	38518	38521	38523	38590	38678	38683	38684	38700	38775	38784	38895	38905
38908	38919	38937	38943	39045	39080	39093	39122	39125	39128	39213	39216	39238	39354	39390
39410	39450	39483	39484	39490	39542	39553	39563	39572	39597	39630	39766	39796	39819	39904
39935	39986	40013	40128	40219	40223	40228	40321	40362	40376	40398	40403	40409	40439	40515
40544	40570	40606	40740	41030	41068	41069	41106	41139	41232	41249	41273	41298	41362	41408
41409	41413	41507	41553	41567	41588	41606	41660	41706	41759	42129	42483	43885	43922	44058
44582	45197	45214	46895	46990	47421	47984	49135	49444						