

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**USOS Y ABUSOS DEL FACEBOOK EN ESTUDIANTES  
DE PERIODISMO DE LA ESCUELA DE  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Tesis

Presentada al Honorable Consejo Directivo por:

**RICCI VIANEY CASTILLO PÉREZ**

PREVIO A OPTAR AL TÍTULO DE

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

ASESOR

**M.A. ELPIDIO GUILLEN**

Guatemala, mayo de 2013

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

**Director**

Lic. Julio Moreno Sebastián

**Representantes Docentes**

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

**Representantes Estudiantiles**

José Jonathan Girón

Pub. Aníbal de León

**Representantes de Egresados**

Lic. Michael González Bátres

**Secretaría Administrativa**

M.A. Claudia Molina

**Tribunal Examinador**

M.A. Elpidio Guillén, presidente.

M.A. Fredy Morales, revisor.

Lic. Mario Campos, revisor.

M.A. Wagner Díaz, examinador.

M.Sc. Sergio Morataya, examinador.



## Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 07 de mayo de 2012

Dictamen aprobación 47-12

Comisión de Tesis

Estudiante

**Ricci Vianey Castillo Pérez**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Castillo**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.9 del punto 1 del acta 06-2012 de sesión celebrada el 07 de mayo de 2012 que literalmente dice:


**1.9. Comisión de Tesis acuerda:** A) Aprobar al (la) estudiante Ricci Vianey Castillo Pérez, carné 9410217, el proyecto de tesis: *USOS Y ABUSOS DEL FACEBOOK EN UN GRUPO DE ESTUDIANTES DE PERIODISMO DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.* B) Nombrar como asesor a: M.A. Elpidio Guillén.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

...“se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis  
AM/Eunice S.



# Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 01 de agosto de 2012  
Comité Revisor/ NR  
Ref. CT-Akmg 50-2012

Estudiante  
**Ricci Vianey Castillo Pérez**  
Carné **9410217**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Castillo**:

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: **USOS Y ABUSOS DEL FACEBOOK EN UN GRUPO DE ESTUDIANTES DEL PERIODISMO DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.**

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

M.A. Elpidio Guillén, presidente(a)  
Lic. Mario Campos, revisor(a)  
M.A. Fredy Morales, revisor(a).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

Lic. **Julio E. Sebastian Ch.**  
Director ECC



M.A. **Aracely Mérida**  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: comité revisor. Adjunto 2 fotocopias del informe final de tesis y respectiva boleta de evaluación.  
Larissa  
Archivo.  
AM/JESCH/Eunice S.



## Autorización informe final de tesis por terna revisora

Guatemala, 30 de agosto 2012 de 20\_\_

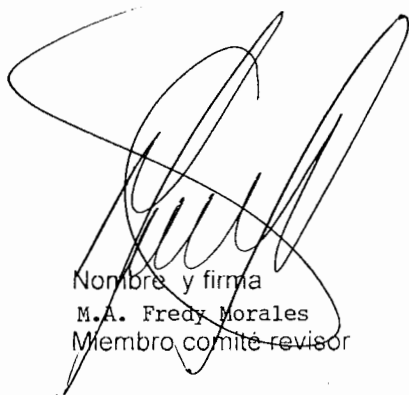
M.A.  
Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.  
Ciudad Universitaria, zona 12

Distinguida M.A. Mérida:

Atentamente informamos a usted que el (la) estudiante RICCI VIANEY CASTILLO PEREZ  
\_\_\_\_\_, carné 9410217,

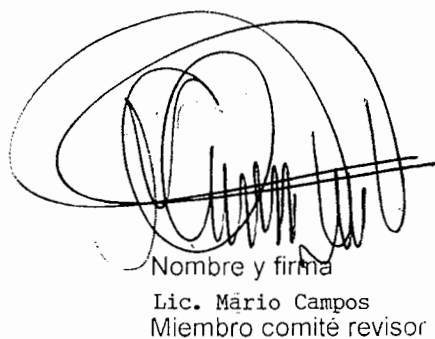
ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título final es:  
"USOS Y ABUSOS DEL FACEBOOK EN UN GRUPO DE ESTUDIANTES DEL PERIODISMO DE LA ESCUELA DE  
CIENCIAS DE LA COMUNICACION".

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.




Nombre y firma  
M.A. Fredy Morales  
Miembro comité revisor

ID Y ENSEÑAD A TODOS



Nombre y firma  
Lic. Mario Campos  
Miembro comité revisor



Nombre y firma  
M.A. Elpidio Guillén  
Presidente(a) comité revisor



## Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 04 de abril de 2013  
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.  
Ref. CT-Akmg- No. 22-2013

Estudiante  
**Ricci Vianey Castillo Pérez**  
Carné **9410217**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Castillo**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: **USOS Y ABUSO DEL FACEBOOK EN UN GRUPO DE ESTUDIANTES DEL PERIODISMO DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, siendo ellos:

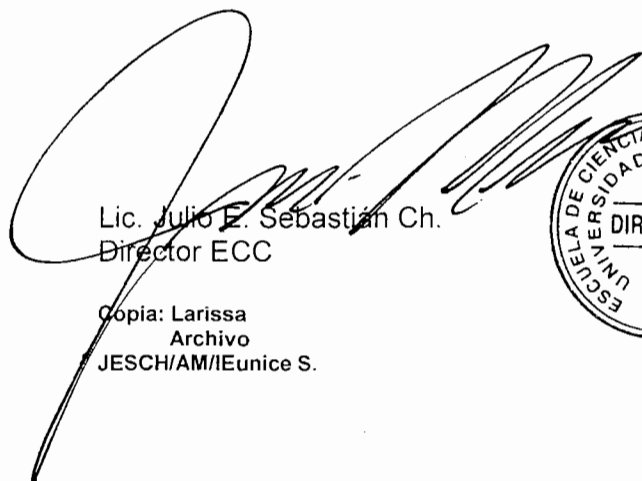
M.A. Elpidio Guillén, presidente(a)  
M.A. Fredy Morales, revisor(a).  
Lic. Mario Campos, revisor(a)  
M.A. Wangner Díaz, examinador(a).  
M.Sc. Sergio Morataya, examinador(a).  
M.A. Marco Julio Ochoa, suplente.

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaría del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
Lic. Julio E. Sebastián Ch.  
Director ECC

Copia: Larissa  
Archivo  
JESCH/AM/IEunice S.



  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis





# Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 28 de mayo de 2013

**Orden de impresión/NR**

Ref. CT-Akmg- No. 26-2013

Estudiante

**Ricci Vianey Castillo Pérez**

Carné **9410217**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Castillo**:

Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título **USOS Y ABUSOS DEL FACEBOOK EN ESTUDIANTES DE PERIODISMO DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados dos ejemplares impresos y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; seis ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y diez ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.


Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas la calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
**Lic. Julio E. Sebastián Ch.**  
**Director ECC**



  
**M.A. Aracely Mérida**  
**Coordinadora Comisión de Tesis**



Copia: archivo  
AM/JESCH/Eunice S.

“Para efectos legales únicamente la autora es responsable del contenido de este trabajo”



### **Dedicatoria**

Este trabajo está dedicado a los esfuerzos de una madre ejemplar y abnegada para cumplir uno de sus más grandes deseos como gratificación de sus esfuerzos reflejados en mí vida.

GRACIAS MADRE, Dios te bendiga.

## **Agradecimientos**

*"A mi Dios",  
...por su guía.*

*"A mi madre", Miriam Alicia Pérez Vda. De Castillo,  
...por enseñarme el amor al estudio y por confiar en mí siempre.*

*"A mi asesor de tesis" M.A. Elpidio Guillén,  
...por hacer más perfecto aquello en que creo.*

*"A mis revisores", Lic. Mario Campos, Lic. Fredy Morales ,  
...Por sus oportunas lecciones y el valor agregado a este documento.*

*"A mi esposo, Gerlin González e hijos Estuardo González y Jonathan González",  
...que con su amor y ternura me relajaron en los momentos de tensión.*

*"A mis hermanos", Erika, David, Belia y Elsa,  
...por su fraternidad y apoyo incondicional.*

*"A mis familiares en general",  
...y todos aquellos que hicieron posible este éxito.*

*"A mis amigos en general."*

*"Al Dr. Wangner Díaz, M.A. Sergio Morataya, M.A. Julio Ochoa y Licda. Susana Revolorio"  
...por sus aportes sinceros a esta tesis.*

*"A Mi País",  
Por la bendición de ser el pedacito de tierra en el cual he ido creciendo física,  
moral e intelectualmente.*

*"Y a usted señor lector"*

*Mil gracias.*

## 1. Capítulo

### Marco conceptual

	<b>Págs.</b>
1.1 Marco conceptual	1
1.2 Antecedentes	1
1.3. Justificación	2
1.4 Planteamiento del problema	2
1.5 Alcances y límites	3
1.5.1. Ámbito geográfico	3
1.5.3 Ámbito Institucional	3
1.5.4 Ámbito Personal	3
1.5.5 Ámbito Temporal	3

## 2. Capítulo

### Marco teórico

2.1 Teorías sobre el uso y gratificaciones de Facebook	4
2.2 Surgimiento y desarrollo de la teoría de los usos y gratificaciones	5
2.3 Marshall McLuhan (2007) y el determinismo tecnológico	6
2.4 Los medios como extensiones del hombre	7
2.4.1 El medio es el mensaje	7
2.5 Medios calientes y medios fríos	8
2.6 Redes Sociales en <i>Internet</i>	9
2.6.1 Definiendo a las redes sociales	9
2.6.2 Historia	12
2.6.2.1Ventajas	13
2.6.2.2Desventajas	13
2.6.3 Herramientas de las redes sociales	14
2.6.4 <i>Facebook</i>	14
2.6.5 ¿Cómo crear una cuenta en <i>Facebook</i> ?	15

## 3. Capítulo

### Marco Metodológico

3.1 Método o tipo de Investigación	16
3.2 Objetivos	16
3.2.1 General	16
3.2.2 Específicos	16
3.3 Instrumentos de investigación	16
3.4 Población	16
3.6 Muestra	16
3.7 Cálculo de tamaño de muestra	17

#### 4. Capítulo

Análisis de resultados	19
<i>“Un ordenador conectado a Internet es una ventana abierta al mundo”</i>	(Anónimo)
Infografía	28
Conclusiones	29
Recomendaciones	30
Bibliografía	31
Anexos	33
Glosario	37

## Introducción

Con el gran apogeo del uso del internet en la actualidad viene el uso de las redes sociales, tales como *Facebook*, *twitter*, *tuenti*, que se han convertido en un método fundamental de socialización para los jóvenes. Indiscutiblemente es un tema controversial y tratado a diario al igual que las redes sociales siguen siendo usadas a diario, todas estas redes sociales trae grandes beneficios como acortar distancias y mantenernos informados de lo que pasa en la actualidad.

El problema erradica en el uso excesivo de dichas formas de socialización virtuales, alrededor del mundo se ven casos a diario de jóvenes que son adictos a las redes sociales, a las video juegos online y todo tipo de actividades que tengan que ver con la red, cuando esto pasa de ser una simple afición a una adicción se le conoce como ludopatía, esta se considera con un problema psicológico, que básicamente trata de el no poder controlar los impulsos a jugar o a simplemente estar conectados todo el día; dicho trastorno trae consigo muchos problemas tantos psicológicos como físicos.

La tecnología y los avances en informática han incidido más en los procesos de comunicación tradicional, modificándolos y haciéndolos cada vez más útiles aunque menos personales.

Este documento se estructuró en cuatro marcos los cuales se describen a continuación:

En el marco conceptual se mencionan los antecedentes del problema definiéndolo justificando su importancia. Así mismo se exponen los objetivos de la investigación de una forma clara. En el marco es el teórico aparecen todos los conceptos y definiciones fundamentales que sirvieron de base a la investigación.

El marco metodológico describe la forma como se realizó esta investigación, las técnicas de recolección de datos y los instrumentos utilizados.

Los resultados sobre este trabajo y el análisis del mismo se encuentran en el cuarto marco, siendo este el marco operativo.

La navegación del Internet y el uso de las Redes Sociales, en este caso, el Facebook se ha convertido en el medio de mayor uso, por los estudiantes de la escuela de ciencias de la comunicación de la Universidad de San Carlos se ha convertido en algo muy normal.

Se espera que el estudio ayude a realizar posteriores investigaciones que determinen de una mejor manera los usos y abusos del *Facebook*.

## 1. Capítulo

### MARCO CONCEPTUAL

**Usos y abusos del Facebook en un grupo de estudiantes de periodismo de la  
Escuela de Ciencias de la Comunicación**

# 1. Capítulo

## Marco conceptual

### 1.1. Título del Tema

Usos y abusos del *Facebook* en estudiantes de periodismo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

### 1.2 Antecedentes

Después de la revisión en distintos centros de investigación de las diferentes instituciones universitarias, se encontró algunas tesis que tienen relación, aunque indirecta con el tema tratado, se consideró oportuno leerlas y a continuación se presenta un resumen de las mismas:

En 2010 Mario Ramírez en la universidad Panamericana realizó su tesis titulada *El Facebook* y el tiempo de ocio en jóvenes adolescentes. El objetivo principal fue explicar la importancia que tiene el *Facebook* en el tiempo libre de los jóvenes adolescentes de la colonia Landívar, Zona 7 de esta capital. Ramírez concluye que dicha red social (*Facebook*) ocupa entre los jóvenes estudiados un papel muy importante, ya que ocupa el 73% de su tiempo de ocio.

En ese mismo año, Rita Solórzano de la universidad Mariano Gálvez en su tesis abordó el tema las ventajas y desventajas del *Facebook* entre jóvenes universitarios. El objetivo principal fue investigar las ventajas y desventajas del *Facebook* en el rendimiento educativo. Concluyó que el *Facebook* es un distractor muy poderoso que afecta el rendimiento educativo de los estudiantes estudiados y que dicha red social tiene más desventajas que ventajas.

En 2011, también fue publicada la tesis de Pablo Ordoñez, de la Escuela de Ciencias Psicológicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, quien abordó el tema el uso exagerado de la red social *Facebook* influye en las emociones y actitudes de los jóvenes universitarios.

El propósito fue identificar que actitudes y que emociones son afectadas por el abuso del *Facebook*. Concluye Ordoñez que los jóvenes que pasan mucho tiempo en las redes sociales tienden a padecer de insomnio, ansiedad y con el paso del tiempo se pueden convertir en personas ensimismadas y dependientes de la tecnología. Finalmente, Enrique Sandoval de la escuela de Ciencia Política, de la Universidad de San Carlos presentó su tesis titulada "Facebook", un medio para involucrar a la juventud universitaria en la política nacional.

El objetivo principal en dicha tesis fue conocer la opinión de los estudiantes universitarios en torno al *Facebook* como medio para motivarlos a participar en la política nacional. Concluyó que a los estudiantes entrevistados el Facebook les interesa para tratar temas personales, mas no para temas políticos.

El artículo Usos y abusos de Internet escrito por el Dr. Wangner Díaz y publicado en la revista Comunicología, en diciembre de 2008. El doctor Díaz presenta un estudio donde destaca ventajas, desventajas, acceso a internet, frecuencia de uso, entre otros. Concluye Díaz, que los estudiantes objeto de estudio de su investigación dedican más tiempo a las nuevas tecnologías que a leer o a practicar algún deporte; en tal virtud, estos jóvenes están más expuestos al fenómeno de la sedentarización integral donde participan internet, televisión y celular.

### **1.3. Justificación**

*Facebook* se define a sí misma como la red social que le da a la gente el poder de compartir y hace al mundo más abierto y conectado. Millones de personas utilizan *Facebook* cada día para mantenerse en contacto con sus amigos, subir un número ilimitado de fotografías, compartir links y videos, y aprender más sobre la gente que conocen.

Las aplicaciones con las que cuenta *Facebook* son fotos, en donde se pueden subir un sinnúmero de fotografías; notas, en donde se pueden escribir recordatorios; grupos, en donde se pueden unir a una comunidad con un tema en común; eventos, en donde se pueden ver temas de interés para el futuro.

Se considera interesante investigar sobre este tema ya que actualmente *Facebook* es una de las plataformas, en internet, más utilizadas y una de las redes sociales más populares. Así mismo, es interesante observar cómo estas redes sociales afectan la forma de convivir y la interacción entre los jóvenes universitarios

### **1.4 Planteamiento del problema**

El *Facebook* como parte de las redes sociales, es un medio utilizado de forma global por el individuo y que además de fungir en el proceso para intercambio de información, se convierte a la vez en una amplia fuente de información pasando por un medio o canal a través de satélite, teléfono, computadoras y las conexiones con cable hasta llegar al receptor o destinatario que lo decodifica e inicia el proceso de retroalimentación.

Sin lugar a dudas todas las herramientas, canales y medios de comunicación siempre serán de gran utilidad; lo recomendable es conocer sus beneficios y también los peligros o riesgos que puedan causar en la población.

A finales del siglo pasado, todo esto revolucionó, dio un giro radical y cambió a la sociedad en general, el símbolo principal de ese cambio fue el surgimiento de la Internet y poco tiempo después diferentes redes sociales como *Messenger*, *Metroflog*, *Hi5*, *Myspace*, *Facebook*, *Twitter*, *Skype*, por mencionar solo algunas. Paulatinamente se fueron haciendo de popularidad y diez años después algunas de estas siguen estando vigentes.



Por lo anterior anotado, resulta común que la mayoría de los jóvenes universitarios tengan una relación constante con la red social Facebook. Esta red permite una interacción social alterna que facilita las relaciones sociales entre amigos y contactos virtuales.

De lo anterior se desprende la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las gratificaciones y las consecuencias negativas del *Facebook* para los estudiantes de periodismo?

## **1.5 Alcances y límites**

### **1.5.1. Ámbito geográfico:**

Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación, Ciudad Universitaria, zona 12.

### **1.5.3 Ámbito Institucional:**

Escuela de Ciencias de la Comunicación.

### **1.5.4 Ámbito Personal:**

Estudiantes del 5º semestre de la carrera técnica de periodismo profesional.

### **1.5.5 Ámbito Temporal:**

La investigación de campo se realizó en octubre de 2011.

2. Capítulo

MARCO TEÓRICO

**Teoría sobre el uso y gratificación de *Facebook***

## 2. Capítulo

### Marco teórico

#### 2.1. Teorías sobre el uso y gratificaciones de *Facebook*

Para el desarrollo de esta investigación se decidió partir desde dos teorías cuyas bases toman como eje elementos distintos, sin embargo, ambas sustentan la idea de la relación entre el ser humano y la tecnología. La teoría de los usos y gratificaciones y las aportaciones de estudiosos como Marshall McLuhan y Postman sobre el cambio social (aplicando el termino al proceso de socialización) originado por los medios de comunicación, especialmente el *Facebook*, que es la parte fundamental y medular de este trabajo.

A continuación se hace mención de la teoría de usos y gratificaciones, misma que permitirá entender el panorama general de cómo un medio como el *Facebook* es utilizado para satisfacer las demandas de los jóvenes en función de sus gustos y preferencias. Así como la manera en que este medio genera nuevos patrones de comportamiento que logran gratificar al usuario del medio, extendiendo el uso del mismo.

La Teoría de los usos y gratificaciones de Halloran en esencia dice: “Debemos abandonar el hábito de pensar que es lo que los medios hacen a la gente y reemplazarlo por la idea de lo que la gente hace con los medios”. (2009:27). El pensamiento expresado anteriormente funda las bases de lo que más tarde se conocería como la teoría de los usos y gratificación.

Las gratificaciones a las necesidades que el receptor experimenta, añade el autor, son la causa del efecto de la comunicación de masas. *Facebook* posee gran eficacia cuando el receptor se las da, es decir, que la influencia de los medios de comunicación de masas no se comprendería si no se consideraran los criterios de experiencia y el contexto del público. El receptor también comienza a dar origen a mensajes de respuesta, crea una interpretación autónoma, y actúa sobre la información de la que dispone y la utiliza. Mientras tanto, el destinatario toma el papel de sujeto comunicativo de pleno derecho.

A continuación, con base a la teoría de Halloran (2009:89) se presentan los cinco puntos fundamentales de los Usos y gratificaciones del *Facebook*:

1. La audiencia activa.

2. Necesidades y la elección de los medios.

3. Competencia de los medios con otras fuentes de satisfacción de necesidades, los beneficiados por las gratificaciones mediáticas son sólo un segmento del gran conjunto de necesidades humanas.

4. Los destinatarios son capaces de dar razón de sus propios intereses y motivos de casos específicos. Es decir la industria mediática debe adaptarse a lo que la audiencia desea recibir de acuerdo con sus necesidades, intereses, e incluso influyen las situaciones en las que el destinatario se pone en contacto con los medios.

5. Los juicios de valor sobre el significado cultural de las comunicaciones de masas deberían mantenerse en suspenso hasta que las orientaciones de la audiencia no fuesen analizadas en sus mismos términos.

Un aspecto importante sobre dicho tema es que implica un movimiento del origen del efecto, que se desplaza del puro contenido del mensaje a todo contexto comunicativo. Otro aspecto significativo es el hecho de que el intento de explicar el consumo y el efecto que tienen los medios de comunicación en función de las ventajas que obtiene el destinatario al utilizarlas. Un punto clave de los usos y gratificaciones es la actividad selectiva e interpretativa del destinatario que pasa a ser parte formal e indispensable del proceso de comunicación, la audiencia es activa, y los medios tienen un fin específico, es decir que se da la elección del mejor medio para satisfacer una necesidad.

## 2.2. Surgimiento y desarrollo de la teoría de los usos y gratificaciones:

La preocupación científica sobre el papel que desempeña la televisión desde su inserción en la sociedad alrededor de los años 50's ha sido constante.

Durante los años 60 y 70, la investigación se intensificó en la satisfacción de los usuarios de los medios de comunicación. Esta nueva perspectiva de estudio tiene una profunda relación con el desarrollo de la publicidad, es por esta razón que los investigadores trataron de establecer correlaciones entre las demandas y las motivaciones de la audiencia, así como de los efectos de los medios de comunicación. En esta etapa se le otorga una particular atención a las descodificaciones de los mensajes por parte de los receptores.

En la teoría de los usos y gratificaciones se comenzó a asumir a la audiencia como sujeto y no sólo como objeto en su interacción con los medios de comunicación. Sin embargo, para considerarla como tal, es necesario entenderla como un ente en situación y, por tanto, condicionado individual y colectivamente. Así mismo, supone entenderla como sujeto que se va constituyendo como tal de muchas maneras y diferenciando como resultado de su particular interacción con la TV, sobre todo, como consecuencia de las diferentes mediaciones que entran en juego en su proceso de recepción. Mencionado lo anterior podemos deducir que la audiencia de la TV no nace, sino que se hace.

La teoría de usos y gratificaciones explica la manera en que las audiencias o en el caso de *Facebook* los usuarios se comportan en torno al medio de comunicación, tomando como base las necesidades que se cubre, así como las

satisfacciones que recibe con el uso del medio. Dicha perspectiva tiene una estrecha relación con el ser humano como un individuo que utiliza los medios de comunicación. Sin embargo, parafraseando a Halloran, (2009) para realizar un análisis más completo, se tendría que analizar la capacidad que tienen los medios para convertirse en productos que brindan satisfacciones a los seres humanos, y que conllevan con esto a su permanencia en el ambiente social.

El *Facebook* ha venido a revolucionar el contexto social, por esta razón muchos estudiosos han realizado análisis sobre las tendencias tecnológicas y los cambios propiciados por los mismos. Sin duda alguna, el contexto social se ha transformado, cambiando con esto la manera en que se dirige la sociedad política, social, cultural y económicamente. Los mayores cambios que pueden observarse en la sociedad, están estrechamente unidos al papel que poseen los medios de comunicación en la vida cotidiana de las personas.

Actualmente se vive en una era en que los medios son trascendentales para la vida social, misma que se ha transformado en torno a las posibilidades que le brindan los medios de comunicación. El *Facebook* concretamente y más que cualquier otro medio, ha propiciado una serie de cambios en los que las barreras espacio temporales se rompen invitando a los seres humanos a participar en nuevas relaciones y vínculos sociales.

Pero antes de tomar hacer un recuento de las posibilidades y transformaciones originadas del internet y *Facebook*, se presenta a continuación una serie de conceptos que como se mencionó anteriormente sustentan la investigación de campo.

**2.3 Marshall McLuhan (2007) y el determinismo tecnológico.** Algunos de los fundamentos teóricos que sustentan dicha teoría de la comunicación son los que a continuación se mencionan. Las tres eras de la humanidad:

\*La era preliteraria o tribal: Antes que la escritura se extendiera, la humanidad vivía en un espacio acústico, el espacio de la palabra hablada.

\*La era de Gutenberg: La estructura transformó al espacio en algo limitado, lineal, ordenado, estructurado y racional. La página escrita, con sus bordes, márgenes y caracteres definidos en renglón tras renglón trajo una nueva forma de pensar el espacio. McLuhan sostenía que la movilidad del libro "fue como una bomba de hidrógeno" cuya consecuencia fue el surgimiento de un "entorno enteramente nuevo". Apareció un nuevo Ambiente: el espacio ilustrado, el espacio urbano.

\*La Era Electrónica: McLuhan (2007) especula sobre el potencial de la tecnología electrónica. Por un lado indica que debemos "sobrevivir a los medios, evitar que estos nos ahoguen, su estrategia es la siguiente: " si queremos salvarnos de morir ahogados por los medios que nosotros mismos hemos creado, primero

debemos observarlos y luego entenderlos." (2007:39). Está convencido que si no se desarrolla una actitud reflexiva frente a ellos, terminaran por "ahogarnos". Por otro lado nunca deja de tener una gran esperanza respecto a las nuevas tecnologías. Eso hace definir su determinismo tecnológico.

La tecnología electrónica no depende de las palabras y puesto que la computadora es la extensión del sistema nervioso central, cabe la posibilidad de extender la conciencia sin verbalización. La división por etapas del avance tecnológico permite conocer las series de transformaciones originadas por los medios, así mismo permite observar y entender como el entorno social, cambia por completo con la implementación de algunas tecnologías.

Las nuevas tecnologías en la actualidad, el caso concreto de *Facebook* permite hacer una cuarta estratificación la era digital. En dicha etapa, algunas de las características generales son, la comunicación mediada por las computadoras, el desarrollo de habilidades en torno a las mismas tales como el entendimiento de la informática y su uso. Los cambios dramáticos observados por McLuhan(2007) al final de la era impresa se vuelven a repetir en el final de la era eléctrica y el comienzo de la era digital. Los cambios son paulatinos pero drásticos.

**2.4 Los medios como extensiones del hombre:**  
El pensamiento de McLuhan sobre los medios comienza con dos premisas: "...somos lo que vemos", "...formamos nuestras herramientas y luego son éstas las que nos forman". (2007:70) McLuhan tenía su propia e ingeniosa definición de los medios. Para él cualquiera que sea la tecnología, todo medio es una extensión de nuestro cuerpo, mente o ser. Por ejemplo: La ropa es una extensión de la piel.

De esta manera el autor en mención, redefine los medios y en consecuencia se hace necesario redefinir el mensaje. Internet en este sentido puede considerarse como extensión de muchos sentidos, ya que existe una diversidad de acciones que sustentan la idea de interacción en el medio gracias a muchos medios.

**2.4.1 El medio es el mensaje:** Para llegar a esta conclusión, McLuhan parte de un nuevo concepto de medio: "Toda prolongación de nuestro propio ser debido a cada nueva técnica". (2007:104) McLuhan cree que si únicamente se entiende el mensaje como contenido o información se deja de lado una de las características más importantes de los medios: su poder para modificar el curso y funcionamiento de las relaciones y actividades humanas.

El mensaje de un medio es todo cambio que ese medio provoca en las sociedades o culturas. Por ejemplo, la respuesta de McLuhan a un periodista que le preguntó en 1973, ¿Qué quiso decir con la afirmación el medio es el mensaje? "Déjeme explicárselo (responde McLuhan) Tenemos por ejemplo un automóvil. El medio no es el coche, sino todo lo que existe debido al automóvil: las carreteras, las fábricas, las gasolineras, etc., todo lo que se crea a su alrededor y que cambia

la vida de la gente.

En este punto es importante señalar el papel que posee el medio en las transformaciones sociales, en este caso el *Facebook* y las aplicaciones surgidas en torno a él, representan no sólo un cambio en la forma de entretenimiento sino en las formas de comportamiento, interacción social y en sí, un cambio el contexto global de las personas.

## **2.5 Medios calientes medios fríos:**

La clasificación básica que McLuhan(2007) hace de los medios como "calientes" o "fríos" se apoya en significados especiales de las palabras "definición" e "información" y en nuestros sentidos físicos más que en el sentido de las palabras propiamente dichas. Para su definición McLuhan utiliza una terminología técnica que toma prestada de la televisión:

En el mundo de la televisión, la alta definición significa bien definida, precisa, sólida, detallada, en referencia a cualquier cosa visual. Mientras que las formas, rasgos, imágenes que no se distinguen tanto son de baja definición. Así los medios de comunicación se clasifican en "fríos" o "calientes", según la participación o no de los sujetos a quienes van dirigidos. El *Facebook* dadas las condiciones definidas con anterioridad se puede clasificar como un medio frío, ya que requiere de muchos sentidos humanos para poder interactuar en él.

Una vez analizado el contexto de las tecnologías y los cambios que sugiere en la sociedad es necesario retomar algunos conceptos básicos de Neil Postman (2009)

Los cinco postulados sobre el cambio tecnológico son:

1.- El cambio tecnológico proporciona costos y beneficios, y ambas se proyectan en la cultura. En el caso de *Internet y Facebook* el cambio tecnológico manifiesta cambios en el comportamiento y las formas de desarrollarse en la sociedad. Los costos son quizá el desapego que actualmente existe entorno a las relaciones interpersonales, los usuarios tienden a involucrarse tanto en algunas aplicaciones sociales de *Facebook*, que dejan de lado sus actividades sociales reales.

Los beneficios que presenta el medio citado, además de ser un medio de comunicación interactivo, es la capacidad de comunicar a individuos que se encuentran en diversas partes del mundo. Así mismo, esta tecnología permite la satisfacción de más necesidades, no sólo la de comunicación, también se considera el entretenimiento y el aprendizaje dado el flujo masivo de información.

2.- El cambio tecnológico beneficia a unos y perjudica a otros. Las nuevas tecnologías no son parte del contexto social de todos los seres humanos, si bien se propone un cambio para entender el entorno global, es necesario hacer énfasis en las diferencias sociales y económicas que indican que el acceso y a

las nuevas tecnologías no es similar para todo.

3.- Detrás de cada tecnología existe una filosofía. En *Facebook* la filosofía que existe detrás, es la de un cambio en todos los paradigmas de la vida social. No sólo como un medio de comunicación sino también como una forma para que los individuos construyan una identidad y entorno a ésta una nueva forma de vivir y de relacionarse con los demás. El *Facebook* amplía la socialización y detrás de este medio existe la filosofía de una nueva forma de vida social.

4.- El cambio tecnológico es ecológico, no aditivo. El cambio tecnológico surgido gracias a Internet se mezcla como se ha establecido a lo largo de esta investigación, con diversos aspectos de la vida social de los seres humanos en la actualidad. Los cambios propiciados por esta nueva tecnología no sólo se desarrollan en el contexto social, sino también en otros contextos.

5.- Las tecnologías tienden a convertirse en algo mítico. La mitificación de Internet y del *Facebook* está sustentada en las innumerables aplicaciones a las que se tiene acceso en este medio. Actualmente, muchas de las actividades sociales, se manifiestan en Internet, incluso el funcionamiento de la red traería consigo catástrofes no sólo a nivel personal, sino también a nivel nacional de algunos países desarrollados.

Se ha considerado al *Facebook* como un medio indispensable en el entorno de la vida social, se mantiene comunicación con otros seres humanos, se desarrolla un proceso de creación de identidad, se cubren necesidades de entretenimiento y sobretodo funge como un medio en el que se pueden controlar diversos aspectos macrosociales.

Con lo anterior se aclara la trascendencia que poseen las nuevas tecnologías y sobretodo el papel que desempeñan en la conformación de una nueva identidad social.

## **2.6 Redes Sociales en *Internet*:**

Las redes sociales en Internet han ganado su lugar de una manera vertiginosa convirtiéndose en promisorios negocios para empresas, artistas, marcas, freelance y sobretodo en lugares para encuentros humanos.

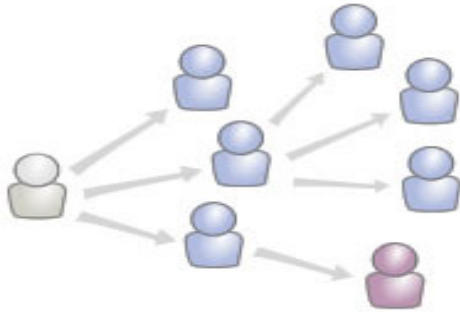
### **2.6.1 Definición:**

A continuación se describe parte de la ponencia en las Jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector en la Universidad Di Tella de Buenos Aires, Argentina, en noviembre de 2001.

“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.



En las redes sociales se tiene la posibilidad de interactuar con otras personas aunque no se les conozca, el sistema es abierto y se va construyendo obviamente con lo que cada suscriptor a la red aporta, cada nuevo miembro que ingresa transforma al grupo en otro nuevo. La red no es lo mismo si uno de sus miembros deja de ser parte.

Intervenir en una red social empieza por hallar allí otros con quienes compartir intereses, preocupaciones o necesidades y aunque no sucediera más que eso, eso mismo ya es mucho porque rompe el aislamiento que suele aquejar a la gran mayoría de las personas, lo cual suele manifestarse en retraimiento y otras veces en excesiva vida social sin afectos comprometidos.

La fuerza del grupo permite sobre el individuo cambios que de otra manera podrían ser difíciles y genera nuevos vínculos afectivos y de negocios.

Sólo con estas incompletas reflexiones sobre los beneficios psicosociales que brindan las redes a los individuos ¿Queda alguna duda acerca de cuál es la causa del éxito y popularidad que ganan a gran velocidad las redes sociales en Internet?

Si bien son ciertas, las redes sociales son cada vez la clave más factible de comunicación, los avances de la tecnología moderna obligándonos así a sumergirnos en ellas, a tal grado que es imposible que podamos estar completamente actualizados en el mundo comunicativo sin hacer uso de ellas.

Particularidades del Facebook:

El *Facebook* además de igualar o superar el atractivo audiovisual de otros medios como la televisión, ofrece la posibilidad de interactuar de forma rápida y barata con cualquier punto del planeta sin límite de espacio ni de tiempo. El Facebook es, cada vez más, un medio que contribuye a facilitar la vida: pone al alcance multiplicidad de información, brinda la posibilidad de hacer trámites, gestiones o compras sin movernos de casa y nos permite una relación virtual con quién el emisor quiera a un bajo coste.

Por otra parte el ordenador y en especial las telecomunicaciones ofrecen una enorme facilidad de acceso a todo tipo de sucesos, personas e información de

cualquier rincón del mundo. Los usuarios pueden obtener información acerca del tema que deseen sin desplazamientos ni gestiones.

Al respecto de las gráficas de *Facebook* morales expresa: “La cara más amable, útil y pedagógica de la red que convierte a *Facebook* en una herramienta de alto valor educativo. Una gran parte de los servicios de conexión proporcionan recursos como enciclopedias, noticieros, acceso a bibliotecas y otros materiales educativos de valor, servicios de gran utilidad para nuestros hijos”. (2010:19)

En la escuela, rentabiliza el proceso educativo, ya que el profesor puede dejar de ser un transmisor de conocimientos para dedicarse a ser un guía de acompañamiento en la obtención de la información, la persona que les ayuda a sacar el máximo provecho de esta nueva forma de adquirir conocimientos.

La televisión o el videojuego, ofrece al niño información que él absorbe de una manera pasiva. Internet brinda la oportunidad de participar activamente moviéndose por mares de información y distintas posibilidades para comunicarse con otros niños del mundo o elegir a qué tipos de información o distracciones desean acceder. El pequeño se convierte en un explorador activo del conocimiento y son su voluntad y su ansia de conocimiento las que le mueven y le guían por el océano virtual.

Consecuencias negativas:

Sin embargo, son estos mismos atractivos los que pueden ser, en algunas ocasiones, perjudiciales. Las posibilidades que ofrece el *Facebook* de ir de un lado a otro con un solo clic incitan a la impulsividad, la curiosidad y la necesidad de gratificación inmediata o realimentación que tiene el niño. La fascinación que les provoca el ir de un lado para otro con un simple movimiento de dedo puede generarles una curiosidad casi compulsiva.

La inmediatez con que se ejecutan los cambios de rumbo dentro de la red, les crea la necesidad de una urgente gratificación y de una constante retroalimentación. El no obtener esto de forma satisfactoria puede provocarles ansiedad y nerviosismo.

El tiempo que se pasa frente al ordenador es tiempo perdido para el desarrollo de las destrezas sociales. Se debe estar especialmente atento a este riesgo si nuestro hijo tiene ya algún problema que dificulte un proceso normal de socialización. Es más fácil entretenerse y pasar el tiempo delante del ordenador, o hablarle a una pantalla que no dar la cara e interrelacionarse y hacer frente a las dificultades que conlleva la relación con los demás; principalmente cuando se es adolescente y empiezan muchos complejos e inseguridades en la personalidad. Morataya en su texto al respecto Algunos prefieren refugiarse delante del ordenador antes que jugar con otros niños. Todo ello puede generar adicción y aislamiento.”(2010:22).

Las conversaciones con el *Facebook* puede suponerles el tener que enfrentarse a situaciones tensas o de conflicto, los niños pueden ser muy crueles sobre todo si se “protegen” bajo un alias y no tienen que dar la cara. Y a la vez tienen un punto de inocencia y una gran sensibilidad. Unas palabras o ciertos tonos que sobrepasen el límite de lo aceptable pueden afectarles más de lo que pensamos.

Aunque a través del ordenador no se vean las caras, esto no les exime de violentarse o vivir de forma negativa ciertas conversaciones.

Es importante recordar que no todo lo que ve o lee en Facebook es verdadero. Hay que saber que contactos son fiables.

## 2.6.2 Historia

Según la empresa Gold Express en estudio realizado en el quinquenio comprendido entre 1995-2000, alrededor de 2001 y 2002 surgen los primeros sitios que fomentan redes de amigos. Hacia 2003 se hacen populares con la aparición de sitios tales como Friendster, Tribe y Myspace.

Rápidamente algunas empresas ingresan a las redes sociales. Google lanza en enero de 2004 Okut apoyando un experimento que uno de sus empleados realizaba en su tiempo libre. En 2005 ingresan Yahoo 360° y otros.

Básicamente el funcionamiento comienza cuando una vez montado el soporte técnico, un grupo de iniciadores invitan a amigos y conocidos a formar parte de la red social, cada miembro nuevo puede traer consigo muchos nuevos miembros y el crecimiento de esa red social puede ser geométrico.

Y he aquí que se transforma en un interesante negocio. Creo que un buen ejemplo de esto es *Facebook*, una red social enfocada a estudiantes, muy similar a Myspace, con millones de usuarios registrados y donde ha habido una importante inversión publicitaria de parte de Microsoft.

Se corría el rumor que esta red social podría ser adquirida por Yahoo en un valor de nada menos que mil millones de dólares. ¿Más ejemplos? Bien. Otro es del.icio.us que ha alcanzado ya la cifra del millón de usuarios cifra que supera en tres la cantidad de hace sólo nueve meses atrás.

Y ya que hablábamos de Myspace.com esta red social tiene más de cien millones de usuarios, pertenece a News Corp (la transacción rondó los \$580 millones al previo dueño) posicionándose como la mayor en su tipo e incluye temáticas tan diversas como búsqueda de personas desaparecidas.

Claro está que no todo es buenaventura para las redes sociales, conforme se fue convirtiendo en buen negocio, surgieron intereses y por lo tanto, corre cierto peligro, al menos en su filosofía de funcionamiento libre ya que la empresa Friendster.com logró que la Oficina de Patentes de los Estados Unidos le acepte una patente sobre redes sociales la cuál cubre:

Todo sistema, método y aparato para conectar usuarios en sistemas computarizados en línea basándose en sus relaciones en redes sociales. El 7 de noviembre del 2007, se anuncia *Facebook Ads*; una iniciativa de comercialización que incluye un sistema para que los sitios web permitan que los usuarios compartan la información elegida sobre sus actividades en los sitios con sus amigos (*Facebook Beacon*); el programa relacionara los anuncios basados en los datos del perfil usuario y de la actividad de sus amigos (*Facebook Social Ads*). No cabe duda que esta red social muy pronto superara a MySpace o al menos así parece, hace un buen tiempo que me registre y estoy encantado.

A continuación se plantean algunas ventajas y desventajas de su uso como inicio de la corriente de información que justifican la importancia del avance de este medio.

#### **2.6.2.1 Ventajas:**

Las Redes Sociales hoy nos ofrecen y que además cuenta con una cobertura mundial, permitiendo en segundos la comunicación con otras personas sin importar la ubicación o distancia; al mismo tiempo nos permite restablecer a través de un amplio rastreo la comunicación de quienes en un lapso determinado se había perdido.

Sin embargo pese a su fácil manejo y su amplia cobertura, este se ha convertido en una herramienta de doble filo. Por un lado nos ofrece la posibilidad de contar con un medio audio visual de contactar con nuestras familias, amigos y compañeros de trabajo de una manera sencilla y directa.

#### **2.6.2.2 Desventajas:**

Por otro lado es tan sencillo su acceso que cualquiera puede ingresar y manipular la comunicación que es enviada al receptor. Sin ir tan lejos, en nuestro país se están viviendo momentos álgidos en la delincuencia y la violencia social que este medio entonces se convierte en una herramienta fácil de manipular para los agresores.

Cualquiera puede intervenir en la información personal y familiar de un individuo valiéndose de ellos para hacer mal uso de esta información, manipulando las actitudes de esta por medio de mensajes coercitivos y desleales.

Cabe mencionar que la contaminación verbal va muchas veces de la mano con la manipulación, pues si bien es cierto allí se mueven todo tipo de mensajes emitidos por individuos de diferentes niveles sociales, económicos y culturales.

Tal es el caso que este recurso no solo es utilizado de manera personal sino también en las instituciones de gobierno así como también se ha hecho útil para los señores diputados del Congreso de la República de Guatemala, pues no es

raro ver que ellos tienen ya un espacio que regularmente es utilizado para publicidad.

Sin embargo, Zayas expresa lo siguiente: “En los Estados Unidos de Norte América se suscitó una mala administración de documentos privados que fueron objeto de manipulación a través de las redes sociales, lo que despierta la incógnita de saber entonces que tantas ventajas pueden ofrecer el *Facebook* como herramienta de comunicación, saber que tanta contaminación verbal se maneja.”(2010:104)

En la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, no existen trabajos de tesis que hayan tratado el tema del uso de las Redes Sociales y el *Facebook* como medio de comunicación sin embargo se aprecia a simple vista que los estudiantes han empleado esta alternativa de comunicación.

### **2.6.3 Herramientas de las redes sociales:**

Las herramientas que proporcionan en general las redes sociales en Internet son:

- Actualización automática de la libreta de direcciones
- Perfiles visibles
- Capacidad de crear nuevos enlaces mediante servicios de presentación y otras maneras de conexión social en línea.

### **2.6.4 Facebook:**

- **Datos de Facebook**
  - **Lanzamiento:** 4 de Feb. de 2004
  - **Fundador:** Mark Zuckerberg
  - **Oficinas:** Palo Alto, California
  - **Empleados:** Más de 1,700
  - **Usuarios:** Más de 500 millones

A continuación se presenta un texto tomado directamente de la red que ejemplifica parte de la historia de *Facebook*

*Facebook* es la red social que conecta amigos en todo el mundo ingresando con gran aceptación por el mundo.

En *Facebook* las personas mantienen contacto con sus amigos, cargan un número ilimitado de fotos, comparten vínculos y videos y obtienen información acerca de las personas que van conociendo.

Mark Suckerberg fundó esta red social en febrero del 2004, mientras asistía a la Universidad de Harvard, junto a Andrew McCollum y Eduardo Saverin. Al final del mes luego de ser lanzado, más de la mitad de la población de los estudiantes de Harvard se había registrado en el servicio. En ese momento, a Zuckerberg se le

sumaron Dustin Moskovitz y Carlos García quienes participaron en la promoción de la red social ampliándose a las universidades de Standford, Columbia y Yale. Esta expansión continúa en abril de 2004 cuando expande en el resto de Ivy League y a otras escuelas. El mes siguiente, Susckerberg, McCollum y Moskovitz se mudan a Palo Alto – California, para continuar con el desarrollo de la red social contando con la ayuda adicional de Adam D´Angelo y Sean Parker.

Para diciembre del 2004, la red social supera el millón de usuarios registrados, es en ese momento la red social recibía aproximadamente \$ 500,000 del co-fundador de PayPal Peter Thiel un inversionista ángel (Ángel Investor).

En mayo del 2005 recaudan \$ 12.8 millones en capital de riesgo de AccelPartners. El 23 de agosto de 2005, compran el nombre de dominio **facebook.com** a AboutfaceCorporation por un valor de \$ 200,000 y se reduce de “thefacebook.com” a facebook.com. Para finales del año 2005 ya utilizaban la **Red Social** alumnos de más de 2,000 colegios y más de 25,000 escuelas secundarias en todo Estados Unidos, Canadá, México, el Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda e Irlanda.



### 2.6.5 ¿Cómo crear una cuenta en Facebook?

Crear una cuenta en *Facebook* es muy sencillo solo basta ir a la sección de registro donde encontraras un formulario como el de abajo, ingresas tus datos y este te enviará un correo electrónico solicitándote que valides tu suscripción a través de un link y listo con eso ya pertenecerás a esta gran red social.

Resulta interesante saber además que para ser usuario de **Facebook** no importa la edad, sexo, religión, nacionalidad ni aspectos legales altamente definidos.

### 3. Capítulo

## MARCO METODOLÓGICO

**“La metodología es la plataforma para que una investigación pueda contrastar la realidad con base a teorías que expliquen la problemática encontrada, según explica Juan José Chávez Zepeda, en su texto *Elaboración de Proyectos de Investigación*” (2011:181).**

## 3. Capítulo

### Marco Metodológico

#### 3.1 Método o tipo de Investigación: descriptiva

La investigación descriptiva, *como su nombre lo indica, se limita a la descripción de observaciones en un contexto determinado, indicando las características del grupo de elementos estudiados. Trata de comprender los fenómenos no los manipula, por lo tanto no se propone confirmar una hipótesis*, es así como lo describe Juan José Chávez Zepeda (página 49), en su texto de “Elaboración de Proyectos de Investigación”. La investigación descriptiva

#### 3.2 Objetivos

##### 3.2.1. General

- Describir los usos y abusos más comunes de *Facebook* entre la población estudiantil de la carrera de periodismo, del quinto semestre, de la Escuela de Ciencias

##### 3.2.2 Específicos:

- Identificar las principales gratificaciones del Facebook entre la población objeto de estudio.
- Describir las principales consecuencias negativas del Facebook para la población estudiada.

#### 3.3. Instrumentos de investigación

Se utilizó como instrumento para recolección de datos, una encuesta. La cual se pasó a los estudiantes de la carrera de periodismo profesional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

#### 3.4 Población

La población objeto de estudio fueron todos los estudiantes de la carrera de periodismo (jornadas, vespertina, nocturna y del PAD) inscritos en la Escuela de Ciencias de la Comunicación durante el segundo semestre del 2011.

#### 3.5. Muestra

La muestra de la investigación quedó establecida de la siguiente manera:

- 50 estudiantes del segundo
- 30 estudiantes de cuarto
- 20 estudiantes del sexto

Lo cual hizo un total de 100 estudiantes quienes fueron seleccionados mediante el sistema de muestreo al azar.

#### 3.6. Procedimiento

El proceso para pasar la encuesta fue el siguiente



- a. Se redactaron las preguntas de la encuesta tomando en cuenta el problema, los objetivos y el tipo de investigación elegida.
- b. Previo a pasar la encuesta a los sujetos objeto de investigación se realizó un estudio piloto con un grupo de estudiantes de la jornada vespertina. El objetivo fue el de corroborar si las preguntas redactadas eran entendibles para los estudiantes y si las mismas proporcionarían la información requerida por la investigadora.
- c. Finalmente, la encuesta se pasó el 23 de octubre del 2011 en los edificios donde funciona la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

### Cálculo de tamaño de Muestra

N= Población= 140

$$\text{Tamaño de muestra} = N$$

$$N = \frac{N}{1 + \frac{(d)^2 (N-1)}{(Ze)^2 (r)^2}}$$

Donde:

N= Población

1= Constante

$(d)^2$ = margen de error en la investigación  
=5% =  $(0.05)^2$

$N - 1 = 140 - 1 = 139$

$(Ze)^2 = 1.96 =$  Valor critico estadístico que le corresponde a un nivel de confianza de 95%

$(R)^2 = 50\% =$  Varianza =  $(0.50)^2$

$$N = \frac{140}{1 + \frac{(0.05)^2 (139)}{(1.96)^2 (0.05)^2}} = \frac{140}{1 + \frac{(0.0025) (139)}{(3.8416) (0.25)}}$$

$$N = \frac{140}{1 + \frac{0.3475}{0.9604}} = \frac{140}{1 + 0.3618}$$

$$N = \frac{140}{1.3618} = 102$$

Se tomo 100 como tamaño de muestra para trabajar con un dato total, de esta manera, poder contar una distribución de 50, 30 y 20 estudiantes para cada año de estudio (2do, 4to y 6to); muestra significativa para facilitar la cuantificación y comprensión basada a criterio personal.

## 4. Capítulo

# ANÁLISIS DE RESULTADOS

## 4. Capítulo

Análisis de resultados

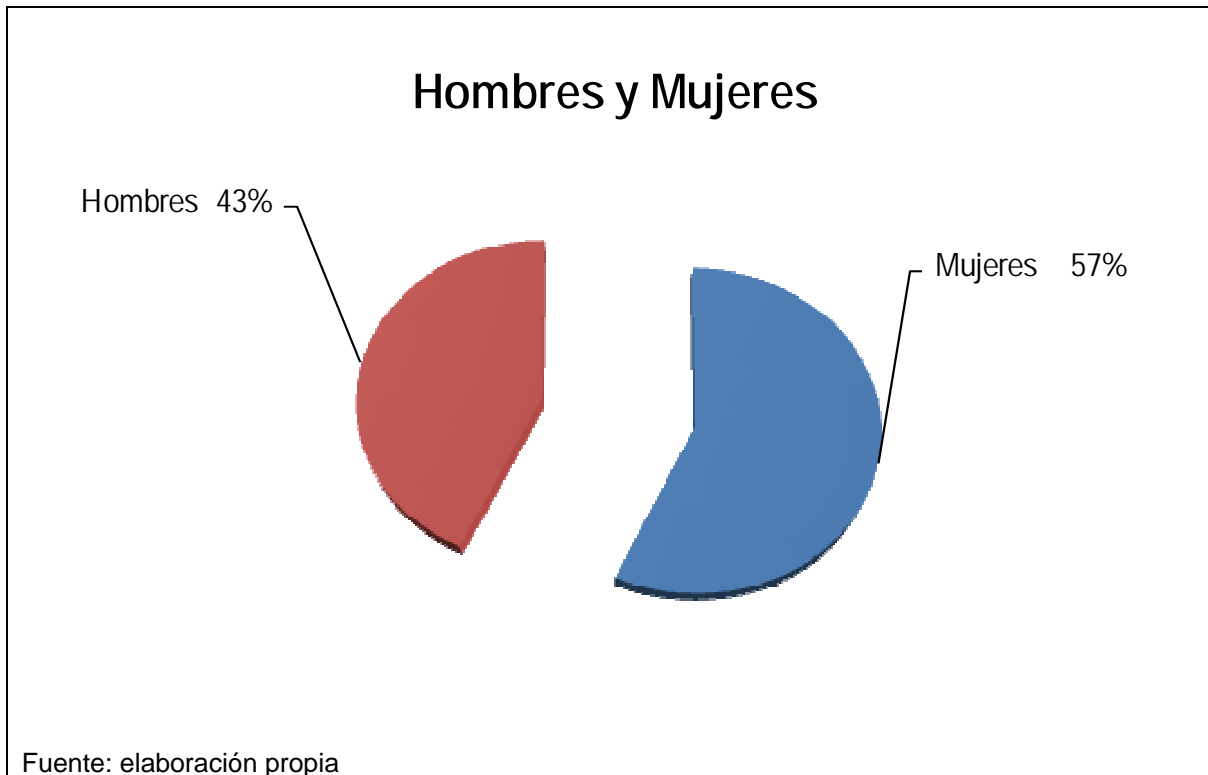
***“Un ordenador conectado a Internet es una ventana abierta al mundo”***

***(Anónimo)***

### Introducción

El uso de las redes sociales ha crecido enormemente en los últimos años hasta convertirse en una referencia de comunicación por Internet. Paralelamente, se ha suscitado un debate social sobre la conveniencia de estas redes, especialmente entre los jóvenes, por sus posibles usos y consecuencias legales o familiares. Nadie puede negar que Facebook haya alterado el panorama de la interacción social, particularmente entre los jóvenes, pero es hasta ahora que los estudios comienzan a arrojar evidencia sólida sobre los efectos positivos y negativos de su uso y abuso.

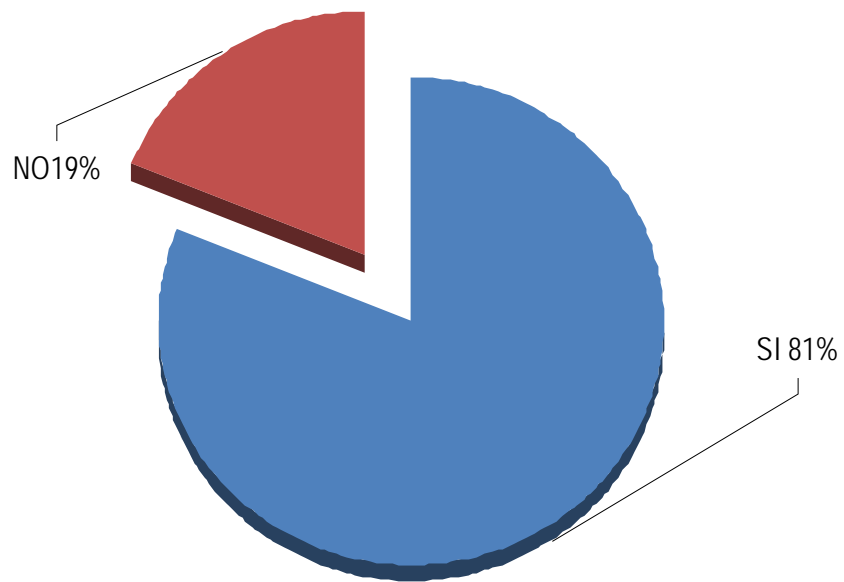
### Gráfica No. 1



Se puede observar que de los 100 estudiantes encuestados 57% son mujeres y un 43%, hombres.

## Gráfica 2

### Acceso de internet en residencia

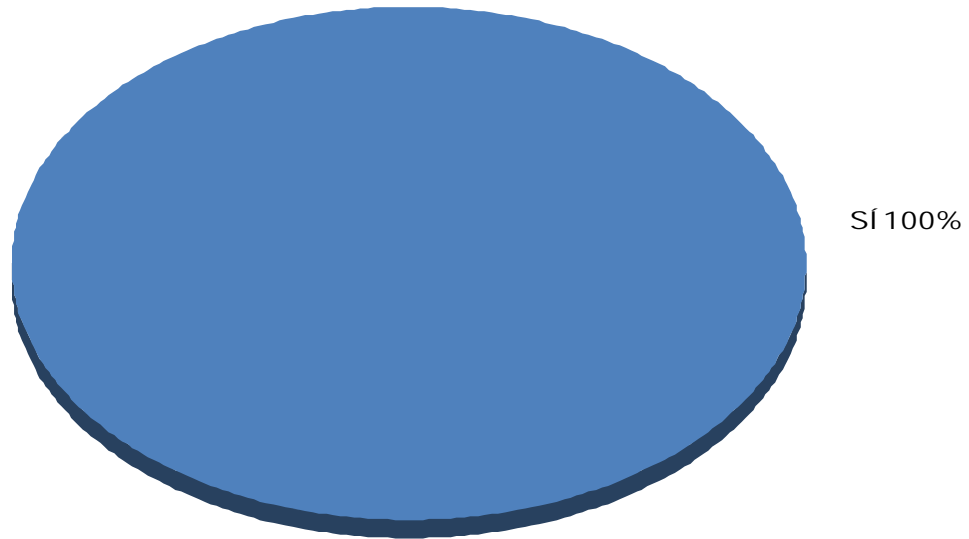


Fuente: elaboración propia

Se puede observar que de los cien estudiantes encuestados, 57% son mujeres y un 43% hombres.

### Gráfica 3

#### Conocimiento de las redes sociales

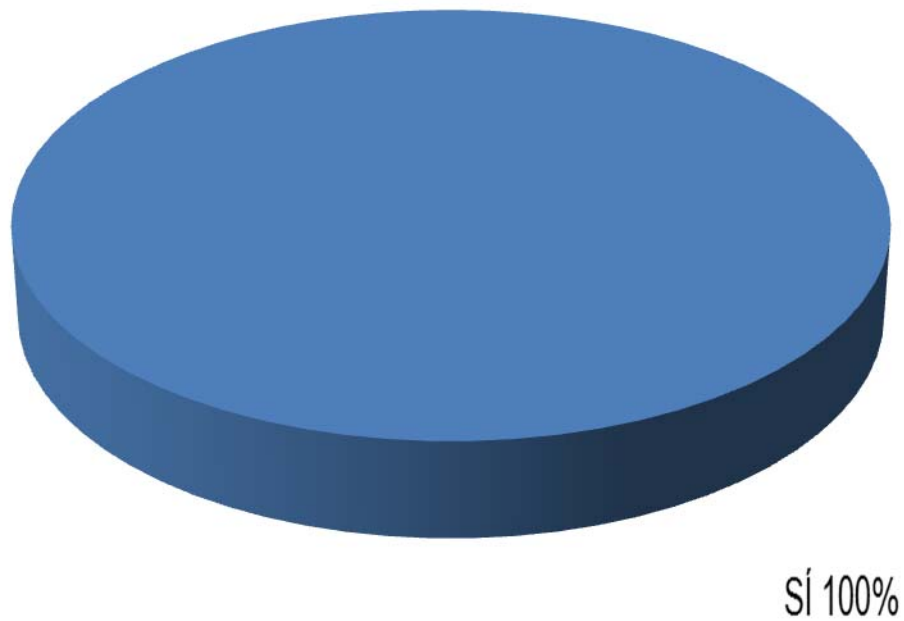


Fuente: elaboración propia

La gráfica permite evidenciar que el 100% de la muestra conoce de la existencia de las redes sociales.

## Gráfica No. 4

¿Sabes que es el Facebook?



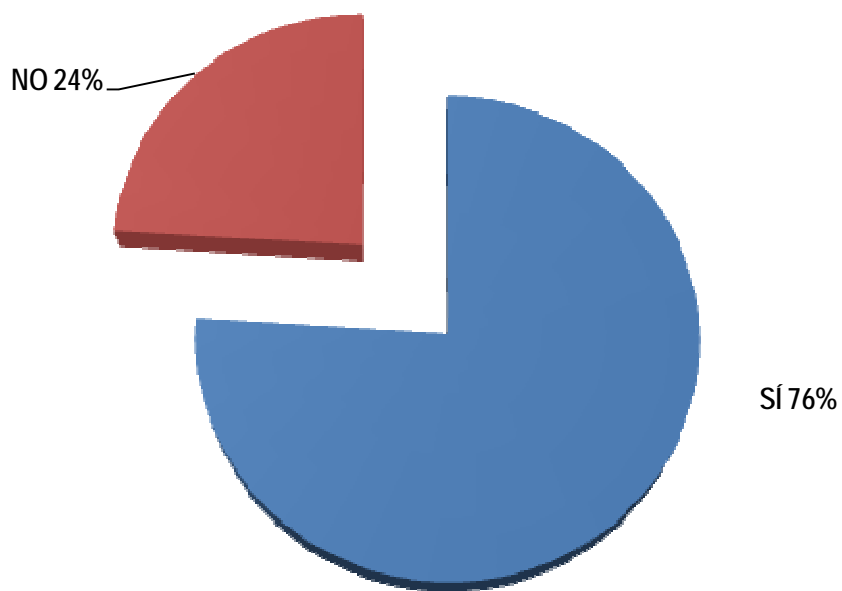
Fuente: elaboración propia

El 100% de la muestra conciben *Facebook* fundamentalmente como un canal de comunicación personal con amigos, conocidos y desconocidos (posibles amistades).

## Gráfica No. 5

¿Crees que los estudiantes universitarios en general y los de periodismo en particular hacen mal uso del Facebook?

### Pregunta No. 5



Fuente: elaboración propia

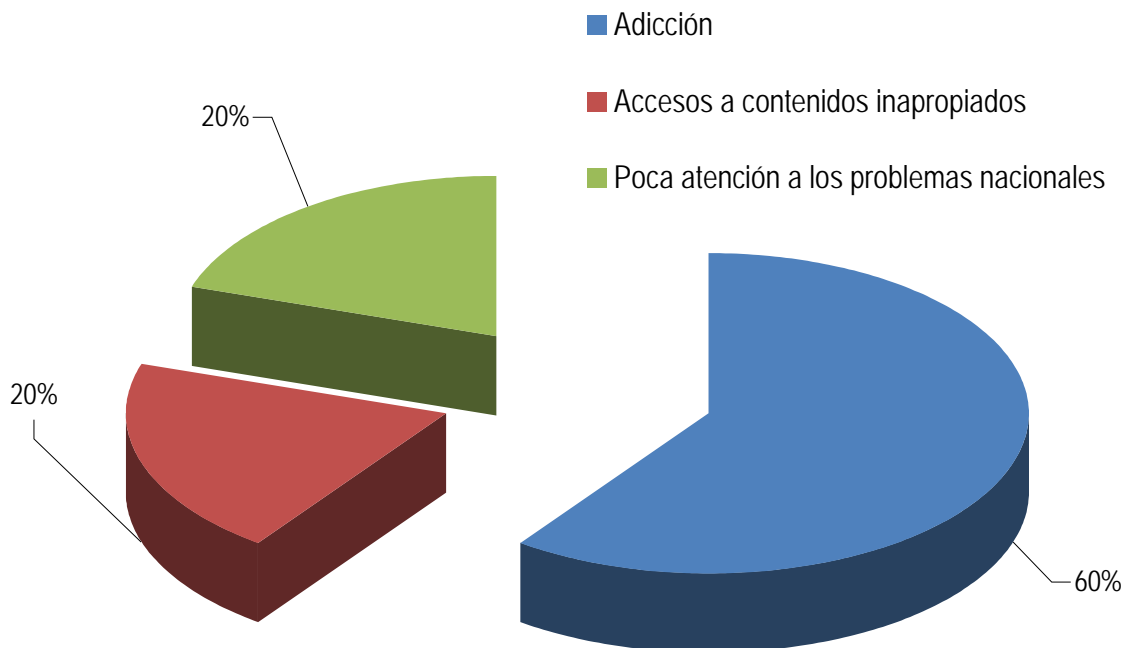
La respuesta a la pregunta anterior es indicador de que los estudiantes en efecto abusan de las redes sociales. En este caso, la tercera parte de la muestra, es decir el 76%, considera que sí se abusa del uso del *Facebook*, una minoría piensa que no.



## Gráfica No. 6

¿Cuáles crees son las principales consecuencia que trae consigo el abuso de las redes sociales, en particular el *Facebook*?

### Consecuencias



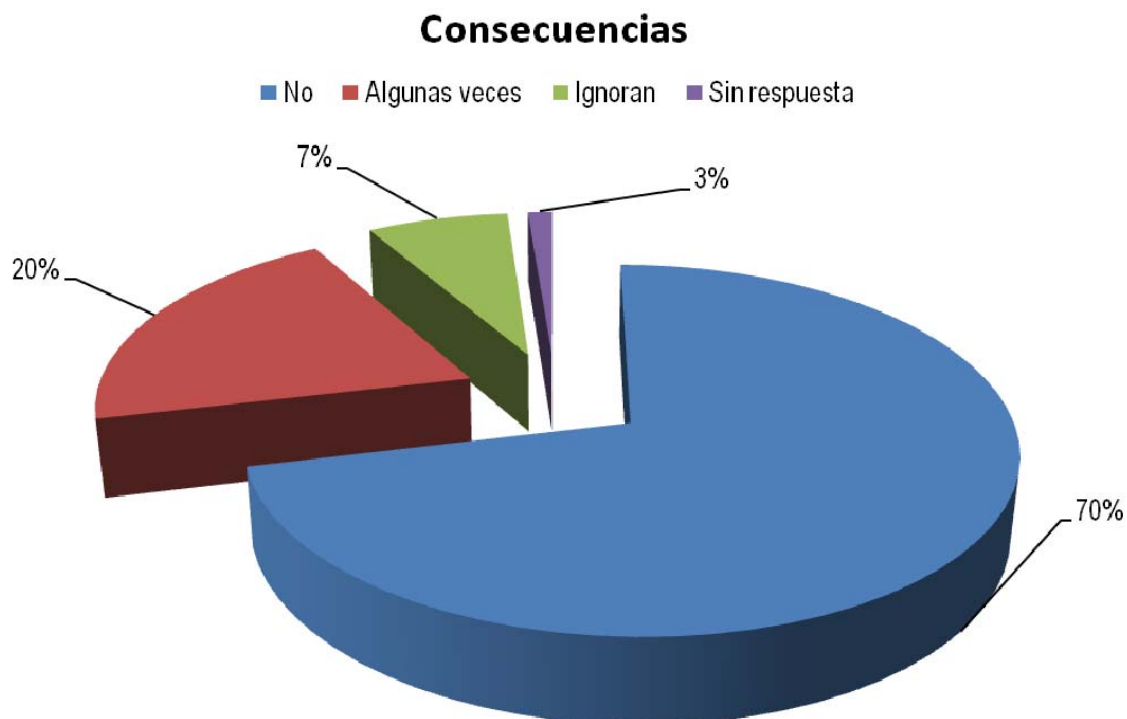
Fuente: elaboración propia

Al ser preguntados por los posibles abusos del uso de las redes sociales, los jóvenes objeto de estudio, de forma espontánea, señalaron una amplia variedad de posibles riesgos o amenazas. Citados de mayor a menor frecuencia: posible vulneración de datos e información personal, suplantación de personalidad, acceso a contenidos inapropiados o peligro de entrar en contacto con gente deshonesto.

En todo caso, el abuso más citado es el de la adicción o el uso excesivo de estas redes (60%) seguido por el acceso a determinados contenidos inapropiados (20%) la poca atención a los problemas nacionales (20%).

## Gráfica 7

¿Has padecido consecuencias negativas al utilizar el Facebook de forma exagerada?

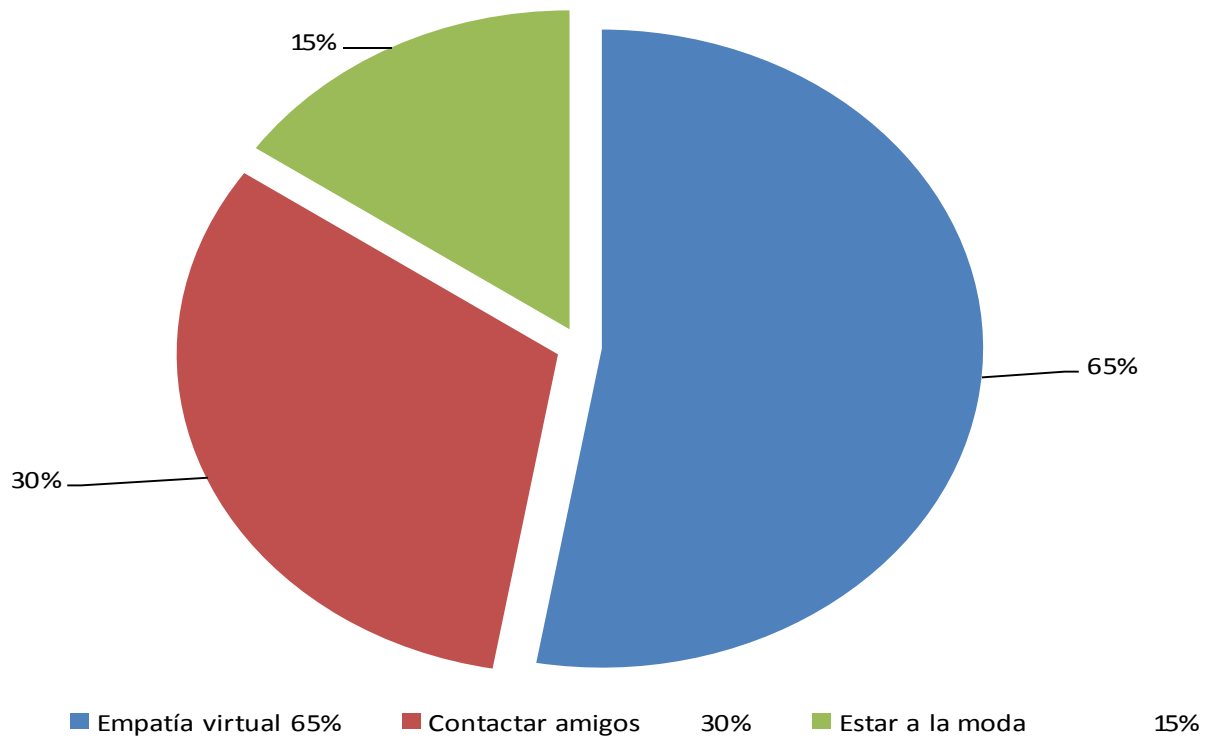


Fuente: elaboración propia

El 70% expresó que no. un 20% indicó que algunas veces, el 7% dijo ignorar y el 3% no respondió. Afortunadamente, la gran mayoría de los jóvenes usuarios de redes sociales (*Facebook*) parece no haber sufrido ninguno de las consecuencias o amenazas evaluadas en la pregunta anterior. De todos modos lo que se puede mencionar es que todos estamos a la mira de quien menos creemos, en muchos casos pueden ser empresas que requieran de nuestros servicios y en otros de los ciber-criminales que quieran atentar contra nosotros.

## Gráfica 8

¿Qué usos y gratificaciones crees que posee el Facebook?



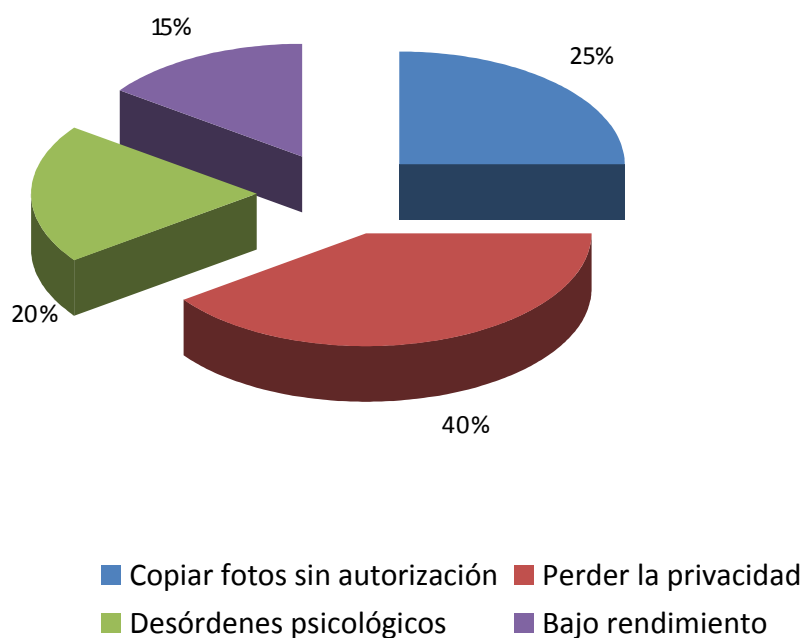
Fuente: elaboración propia

Las respuestas a la pregunta anterior fueron variadas. Para ilustrar presentamos las tres más mencionadas, 65%, la empatía virtual; 30%, contactar amigos; y 15%, estar a la moda.

## Gráfica No. 9

¿Enumere, cuáles son a su juicio las desventajas del Facebook?

### Desventajas



Fuente: elaboración propia

Desventajas lo fácil que es copiar y pegar una foto y enviarla a un amigo sin que tu contacto se entere (25%) es muy fácil perder la privacidad (40%) es decir, que la vida de la persona se convierte en una ventana pública.

Cabe señalar que los estudiantes usan *Facebook* con mayor frecuencia muestran una mayor tendencia al narcisismo, muestran más signos de desórdenes psicológicos (20%) como conductas antisociales, así como tendencias y manías agresivas.

*Facebook* puede resultar un distractor e impactar negativamente en el proceso de aprendizaje de los estudiantes (15%). Los encuestados expresaron que los estudiantes que revisan su cuenta de *Facebook* durante un periodo de clase pueden alcanzar notas más bajas que aquellos que no lo hacen.

## Usos y abusos del Facebook



Facebook cuenta con más de 900 millones de miembros alrededor del mundo, y traducciones a 70 idiomas. En octubre de 2012, llegó a los 1,000 millones de usuarios, de los cuáles hay más de 600 millones de usuarios móviles. Los países con el mayor número de usuarios son Brasil, India, Indonesia, México y Estados Unidos. Fuente: Wikipedia.com

**2013**

Es la Red Social con más penetración en la región centroamericana. El 98% de usuarios de Redes Sociales tienen cuenta en Facebook. Twitter, 67%, Google+ 53%, Messenger 45%, LinkedIn 27%, Hi5 19%, Pinterest 17%.



El 81% de estudiantes de la ECC tiene acceso a internet en su residencia.



57% de usuarios son mujeres y 43% hombres.



Facebook sigue siendo la red social líder de la región. Cuenta con más de 8,7 millones de usuarios en América Central. El país con la mayor cantidad de usuarios es Guatemala, con 2,186,400.

76% de los estudiantes de la ECC, considera que sí se abusa del uso del facebook.



En Guatemala durante los últimos 5 meses ha tenido un crecimiento de más de 25,000 usuarios mensuales.



Las principales consecuencias que trae consigo el abuso de esta red social en los estudiantes de la ECC son:

- Adicción o el uso excesivo (60%)
- Acceso a contenidos inapropiados (20%)
- Poca atención a los problemas nacionales (20%)



El principal grupo etario de los usuarios de Redes Sociales en Guatemala es el de 25 a 30 años. (25%)



La gran mayoría de los jóvenes usuarios de facebook en la ECC parece no haber sufrido consecuencias o amenazas.



Guatemala y Nicaragua tiene un porcentaje de usuarios que son estudiantes universitarios de 45%. En la región centroamericana el país líder es Nicaragua con un 47%.

Entre los principales usos y gratificaciones que mencionaron de la red social son:

- la empatía virtual 65%,
- contactar amigos 30%, y
- estar a la moda 15%.



Datos obtenidos del II Estudio de las Redes Sociales en América Central por iLifebelt Marketing Relevante. Enero 2013. <http://ilifebelt.com>

Las desventajas en la utilización de facebook que los estudiantes de la ECC señalan:



- La facilidad de copiar una foto y enviarla a un amigo sin que tu contacto se entere (25%)
- Es muy fácil perder la privacidad (40%)
- Muestran más signos de desórdenes psicológicos (20%)
- Puede resultar un distractor en el proceso de aprendizaje de los estudiantes (15%)

Facebook ofrece aspectos gratificantes porque se ha convertido en un espacio para contactar gente conocida (o desconocida), y formar una especie de red social que mantenga unidas a las personas a través de la web, estar a la moda en materia tecnológica; sin embargo, su uso también puede ser para fines delictivos o ilícitos.

Según la investigación de campo, utilizar durante periodos prolongados Facebook puede llevar al desarrollo de desórdenes psicológicos y actitudes narcisistas o antisociales en los jóvenes. En algunos de los casos estudiados, de adolescentes que tienen una presencia muy activa en la red social, se observaron también comportamientos maniáticos y hasta agresivos.

Los estudiantes encuestados señalan que a los alumnos que entran a Facebook durante las horas de estudio se les pueden observar calificaciones más bajas, al igual que puede afectar su grado de concentración y atención al docente.

Los entrevistados señalan como aspectos negativos del uso de Facebook los siguientes: se ofrecen los datos personales y profesionales al escrutinio público, lo que facilita su uso por parte de cualquier tercero.

La política de privacidad de Facebook no obliga a la página a mantenerla o respetarla de acuerdo a las leyes vigentes de cada país, toda vez que dicha página no procesa los datos en cada país donde se conecte la persona, por lo que la responsabilidad legal de la página no puede hacerse valer conforme la legislación de cada país. La legislación es a la fecha deficiente.

La mayoría de las personas que se conectan a la web desconoce que pueden estar siendo observadas por terceras personas, que podrían estudiarlas, analizarlas o seguir sus pasos, emplear esa información para diversos fines e intereses. Sin embargo, esta suspicacia no está presente en el mundo virtual, porque se considera más impersonal e inofensiva.

Investigación descriptiva, con una muestra de 100 estudiantes de la carrera de Periodismo (jornadas: vespertina, nocturna y del PAD; de semestres 2do, 4to, y 6to.) inscritos en la Escuela de Ciencias de la Comunicación durante el segundo semestre del 2011.

## Conclusiones

Después de confrontar los ejes de la investigación problema, objetivos y resultados del estudio se llegó a las siguientes conclusiones:

1. Entre los usos positivos (gratificaciones) se puede considerar como el desarrollo del fenómeno llamado empatía virtual, con un efecto positivo sobre los contactos hacia los que se muestra esta empatía. Esa empatía virtual es susceptible de pasar a la vida real, haciendo a los jóvenes más comprensivos con su entorno. *Facebook* ofrece aspectos gratificantes porque se ha convertido en un espacio para contactar gente conocida (o desconocida), y formar una especie de red social que mantenga unidas a las personas a través de la web, estar a la moda en materia tecnológica. Pero su uso no se limita a ello, sino que también puede ser usado (y abusado) para otros fines, algunos de ellos delictivos o ilícitos
2. Según la investigación de campo, utilizar durante periodos prolongados *Facebook* puede llevar al desarrollo de desórdenes psicológicos y actitudes narcisistas o antisociales en los jóvenes. En algunos de los casos estudiados, de adolescentes que tienen una presencia muy activa en la red social, se observaron también comportamientos maniáticos y hasta agresivos.
3. Los alumnos encuestados señalan que los alumnos que entran en *Facebook* durante las horas de estudio pueden observar calificaciones más bajas, al igual que puede afectar su grado de concentración y atención al docente.
4. Los entrevistados señalan como consecuencias negativas (aspectos negativos) del uso de *Facebook* los siguientes: Se ofrecen los datos personales y profesionales al escrutinio público, lo que facilita su uso por parte de cualquier tercero.
5. La política de privacidad de *Facebook* no obliga a la página a mantenerla o respetarla de acuerdo a las leyes vigentes de cada país, toda vez que dicha página no procesa los datos en cada país donde se conecte la persona, por lo que la responsabilidad legal de la página no puede hacerse valer con forme la legislación de cada país. La legislación es a la fecha deficiente.
6. La mayoría de las personas que se conectan a la web desconoce que pueden estar siendo observadas por terceras personas o "curiosos", que podrían estudiarlas, analizarlas o seguir sus pasos, o emplear esa información para diversos fines e intereses. Lo paradójico de esto, es que la mayoría de las personas no se sentirían bien sabiendo que en su vida real alguien desconocido las observa constantemente; pero esta suspicacia no está presente en el mundo virtual, porque se considera más impersonal e inofensivo.

## Recomendaciones

A los estudiantes en general y en particular a los estudiantes de periodismo objeto de estudio se les recomienda:

-Elegir cuidadosamente los datos que ofrece la página, y prever los posibles (aunque improbables) riesgos que ello supone.

-Usar opciones de privacidad (que ofrece la misma página) que impidan que cualquier internauta tenga acceso a ellos. Para ello, debemos leer cuidadosamente los recuerdos y opciones que nos ofrece dicha página.

-No compartir toda la información que se ocurra en dicha página, sino ser muy selectivos en ella. Esto lo hacemos en la vida cotidiana, y funciona; ¿por qué deberíamos ser menos prudentes en la web?

-Evitar mencionar datos muy personales o que nos exponen a un riesgo innecesario (eje: los datos de la tarjeta de crédito)

-En caso de menores de edad, los padres y educadores deben asumir una función activa, y no solamente formal. En especial, los educadores y profesores (con quienes muchos niños y adolescentes pasan la mayor parte del día), deberían crear programas, cursos o actividades de clase donde se les enseñe a los niños a usar el *Facebook*, y a conocer qué es prudente y qué no es prudente hacer en internet.

-El fenómeno del *Facebook* es, en sí mismo, algo que debe ser objeto de estudio en otros ámbitos y con otras poblaciones; y cuyas consecuencias positivas y negativas deben explicitarse, a los fines de manejar este instrumento de la forma más prudente, razonable y útil posible.

-Una negación genérica contra el *Facebook* o una denuncia crítica contra él sin tomar en cuenta lo positivo también, es un signo de atraso cultural e intelectual, que manifiesta la incapacidad para adaptarse a los nuevos tiempos. *Facebook* es una realidad, y dependerá de la inteligencia y habilidad del ser humano darle el uso instrumental que le corresponde.

## Referencias bibliográficas

Aguilar Pacheco, Amner Estuardo. 2009. Formas de hacer publicidad en Internet: características, ventajas y desventajas. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la comunicación. Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Arriola, Miguel, 2008. Usos educativos del *Facebook*. México. Trillas

Baena, Guillermina y Montero, Sergio. 1986. Tesis en 30 días. México Lineamientos prácticos y científicos.

Berenson, M.C. 1998. Estadística para Administración y Economía Conceptos y Aplicaciones. D.M. Levine. Madrid, Editorial Mc Graw Hill.

Cuadernos de Comunicación. 2010. La Televisión que viene. Madrid. Evoca.

Chávez Zepeda, J.J .2011.Elaboración de Proyectos de Investigación Cuantitativa y Cualitativa. Guatemala, editorial universitaria.

De Hugarte, David. 2011. El Poder de Las Redes Sociales. España Biblioteca de las Indias Electrónicas.

De León, Enrique. 2009. uso del blog en la escuela. Cómo prosperar en la sociedad de la información. Costa Rica. Educa.

Diario, Prensa Libre.2011.Sección Buena Vida. Guatemala

Eguizábal Masa, Raúl. 1998. Historia de la Publicidad. España. Eresma y Celeste.

Etapas a seguir en el desarrollo del Proyecto de Investigación y Guía para la presentación del Informe de Proyecto. 2005. Guatemala.

González Morales, Dante Jacobo. 2009 Comunicación Global: comunicadores globales para hoy y mañana. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Ramírez impresiones, Guatemala

Melgar, Luis Alexander Melgar, Luis Alexander.2002. Etapas a seguir en el desarrollo del Proyecto de Investigación y Guía para la presentación del Informe de Proyecto. Guatemala, SDE

Morales, Aurora. 2010. Redes Sociales y conflictos emocionales. México. Trillas.



Morataya, José. 2010. Redes Sociales y cambio cultural. .Barcelona. Ediciones para la paz.

Marshal Mc Luhan 2007. La Galaxia Gutenberg. Madrid. Gedissa.

Marshal Mc Luhan 2007. La Aldea Global. Madrid. Gedissa.

Nueva Enciclopedia Temática.1973. Panamá, Editorial Richard, S.A.

Polanco, Raúl.2009. Los usos del Facebook en poblaciones urbanas. Managua. Ediciones del Río.

Revista Interactiveiab 2010 Comunicación en Medios Sociales Cuadernos de Comunicación Interactiva Volumen 8.

Van Dalen, Deobold B. Y Meyer, William J. 2006. Síntesis de "Estrategia de la investigación descriptiva" Manual de técnica de la investigación educacional. Costa Rica. Educa.

Velásquez Rodríguez, Carlos Augusto 2002. Comunicación Semiología del Mensaje Oculto. Guatemala. Eidos ediciones

Zayas Agüero, Pedro M. 2010. La comunicación interpersonal. Colombia. Oveja Negra.

## ANEXOS

## Universidad de San Carlos de Guatemala



**Lema** «Id y enseñad a todos»

**Tipo** Autónoma

**Fundación** [1676](#)

### Localización

**Dirección** Ciudad Universitaria, Zona 12  
[Ciudad de Guatemala Guatemala](#)

### Academia

**Estudiantes** 146,299 ([2010](#))

**Mascota** Chalana

### Administración

**Rector** Estuardo Gálvez

**Funcionarios** Rector, Decanos y Catedráticos

[www.usac.edu.gt](http://www.usac.edu.gt)

### Modelo de encuesta

La presente encuesta tiene por objeto recabar información que permita obtener datos acerca del uso que los estudiantes del quinto semestre de la carrera técnica de periodismo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, le dan las redes sociales (Facebook).

### Encuesta

Edad \_\_\_\_\_

Sexo \_\_\_\_\_

Estado civil \_\_\_\_\_

1. ¿Por qué elegiste la carrera universitaria?

2. ¿Cómo es tu relación con tus compañeros y maestros?

Muy buena \_\_\_\_\_  
Mala \_\_\_\_\_

Buena \_\_\_\_\_

Regular \_\_\_\_\_

3. Tienes acceso a Internet

4. ¿Cuánto tiempo navegas diariamente?

5. ¿Cuáles son tus programas de internet preferidos?

6. ¿Conoces el *Facebook*?

7. ¿Para qué lo usas?

8. ¿Consideras el *Facebook* como un medio de comunicación para solución de problemas sociales?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

¿Por qué?

9. ¿Crees que el *Facebook* es una herramienta útil en tus estudios? Menciona los más importantes:

10. ¿Conoces los beneficios del *Facebook*? Menciona las más importantes:

11. ¿Conoces las desventajas del *Facebook*? Mencione las más importantes:

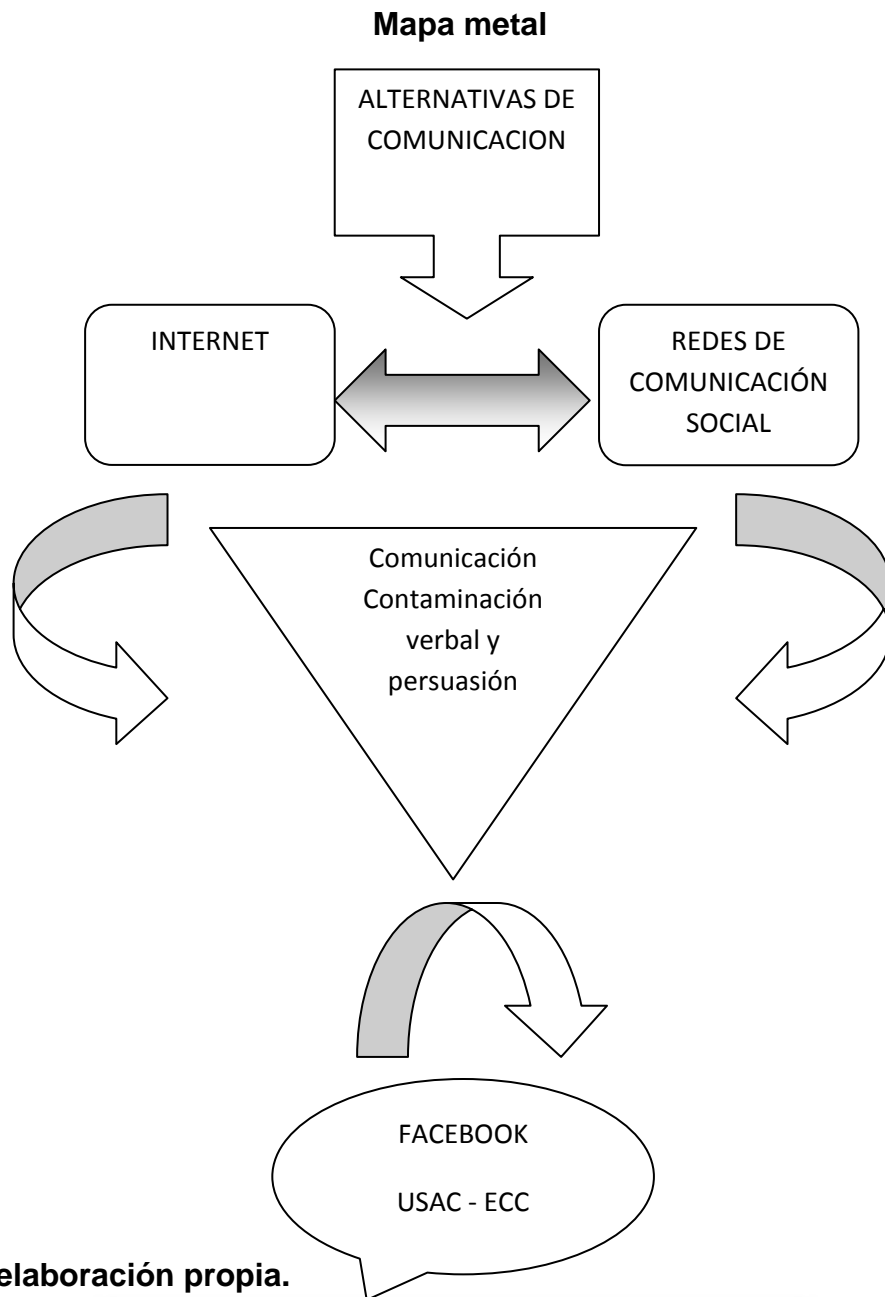
12. ¿Por qué utilizas el *Facebook*?

- Por Moda
- Por estatus
- Por diversión
- Por información
- Por entretenimiento
- Otros

13. ¿Por qué crees que se utiliza muchas abreviaciones en *Facebook*?

14. ¿Qué piensas del uso de palabras obscenas en el *Facebook*?

15. ¿Consideras que la utilidad de palabras obscenas distorsionan el mensaje?



Fuente: elaboración propia.



## GLOSARIO

**Amanuense:** Escritura a mano, denominación dada a los pioneros en la escritura.

**Ciencia:** Es el conjunto de leyes, teorías y modelos que los investigadores han llegado a establecer, utilizando el MÉTODO CIENTÍFICO cuya función principal es explicar, predecir y controlar los proceso que se dan en la naturaleza

**Concepto:** Es la expresión de una idea, sin enunciar nada sobre su significado.

**Concepto-Investigar:** Es buscar la solución a un problema.

**Concepto -El Sentido Común:** Es una cualidad del ser humano que contribuye al proceso de percepción.

**Curiosidad:** Deseo de ver, de conocer.

**Definición:** Es un enunciado breve y completo sobre el enunciado de un concepto.

**Definición- Investigar:** Es dar explicación a los hechos que observamos.

**Definición - Sentido Común:** Es una fuente de conocimientos para interpretar los estímulos que reciben nuestros sentidos, para obtener un conocimiento común.

**Discurrir:** Razonar por inducción, por deducción, apoyar con pruebas o documentos una cosa.

**Facebook:** Es un medio de comunicación social. Reconocida por los avances tecnológicos como una de las más grandes Redes Sociales a nivel mundial a través del Internet.

**Internet:** Red internacional de computación en la que se coloca e intercambia información.

**Justificar:** Razonar una cosa.

**Proyecto:** Plan, diseño de hacer algo. Esbozo, bosquejo, esquema.

**Razonar:** Exponer las razones en que se funda un juicio, creencia, demostración, etc.

**Red Social:** Conjunto de vías de Comunicación Social. Conjunto de personas o cosas estrechamente relacionadas entre sí para un fin.

**Seminario:** Curso práctico de investigación en las universidades. Sujeto y/o a la cátedra.

**Tesina:** Tesis de menor importancia que la doctoral se presenta para obtener la licenciatura.

**Tesis:** Disertación escrita sobre una materia. Primer término de un sistema dialéctico, los otros son la antítesis y la síntesis.