

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



Guatemala, Septiembre del 2014

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

**INCIDENCIA DE FACEBOOK EN LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL
ENTRE ADOLESCENTES**

Trabajo de tesis presentado por:

JOSÉ HUGO LEONEL HERRERA MENDOZA

Previo a optar el título de

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ASESOR:

M.A. VÍCTOR MANUEL RAMÍREZ DONIS

Guatemala, Septiembre del 2014

**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación**

Director

Lic. Julio Moreno

Representantes de Docentes

Licda. Amanda Ballina

Lic. Víctor Carillas

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Representantes de Egresados

M.A. Jhonny Michael González Batres

Secretaria

M.A. Claudia Molina



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 14 de mayo de 2013
Dictamen aprobación 69-13
Comisión de Tesis

Estudiante

José Hugo Leonel Herrera Mendoza
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Herrera**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.8 del punto 1 del acta 08-2013 de sesión celebrada el 14 de mayo de 2013 que literalmente dice:

1.8 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (a la) estudiante José Hugo Leonel Herrera Mendoza, carné 200820713, el proyecto de tesis: FACEBOOK EN LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL ENTRE ADOLESCENTES. B) Nombrar como asesor(a) a: M.A. Víctor Ramírez.

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.



Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 05 de mayo de 2014.
Comité Revisor/ NR
Ref. CT-Akmg 30-2014

Estudiante
José Hugo Leonel Herrera Mendoza
Carné 200820713
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Herrera**:

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: INCIDENCIA DE FACEBOOK EN LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL ENTRE ADOLESCENTES.

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. Víctor Ramírez, presidente(a).
- M.A. Donald Vázquez, revisor(a).
- M.A. Gustavo Bracamonte, revisor(a).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS




M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis


Lic. Julio E. Sebastián Ch.
Director ECC



Copia: comité revisor.
Larissa Melgar.
archivo.
AM/JESCH/Eunice S.



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Autorización por comité revisor informe final

Guatemala, 31 julio de 2014.

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

Estimada M.A. Mérida:

Atentamente informamos a usted que el estudiante José Hugo Herrera M., carné 2008-20713, ha realizado las correcciones y recomendaciones a su trabajo de investigación, cuyo título final es: INCIDENCIA DE FACEBOOK EN LA COMUNICACION INTERPERSONAL ENTRE ADOLESCENTES.

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

ID Y ENSEÑAD A TODOS

Miembro comité revisor
M.A. Gustavo Bracamonte

Miembro comité revisor
M.A. Donaldo Vásquez

Presidente/a comité revisor
M.A. Víctor Ramírez



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 06 de agosto de 2014.
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
Ref. CT-Akmg- No. 61-2014

Estudiante
José Hugo Leonel Herrera Mendoza
Carné **200820713**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Herrera**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: **INCIDENCIA DE FACEBOOK EN LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL ENTRE ADOLESCENTES**, siendo ellos:

M.A. Víctor Ramírez, presidente(a)
M.A. Gustavo Bracamonte, revisor(a).
M.A. Donaldo Vásquez, revisor(a)
Lic. Gustavo Morán, examinador(a).
Licda. Rosa Idalia Aldana, examinador(a).
Lic. Hugo Gálvez, 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 ENSEÑANZA A TODOS




M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis


Lic. Julio E. Sebastián Ch.
Director ECC



Copias: Larissa.
Archivo.
AM/JESCH/IEunice S.



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 30 de septiembre de 2014.
Orden de impresión/NR
Ref. CT-Akmg- No. 73-2014

Estudiante
José Hugo Leonel Herrera Mendoza
Carné **200820713**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Herrera:**

Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título: **INCIDENCIA DE FACEBOOK EN LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL ENTRE ADOLESCENTES**, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso 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 nueve 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 ENSEÑAN A TODOS


Lic. Julio E. Sebastian CF
Director ECC

INTELIGIBILIDAD

Copia: archivo
AM/JESCH/Eunice S.


M.A. Aracely Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Para efectos legales, únicamente
el autor es el responsable del
contenido de este trabajo.

DEDICATORIA

A DIOS:

Por ser la fuerza y el todo que me ayudó y me dió la posibilidad de estar en el lugar que me encuentro y llenarme de sabiduría para poder realizar todo aquello que me hace cada día una mejor persona, para mi familia, mi prójimo y mi país.

Con amor a mi familia:

Por ser la columna vertebral en el desarrollo de mi vida, por ser mi apoyo y mi fuerza y la inspiración que me hace querer ser cada día mejor.

A mi padre, Leonel Herrera por ser mi ejemplo y mentor en la vida.

A mi madre, Aura Mendoza, por ser mi consejera y enseñarme que en la vida hay que luchar por nuestros sueños y metas, así como ella lucho con mi padre por mí, para poder lograr mis sueños y anhelos, tanto profesionales como personales.

A mis hermanos, Kevin Herrera y Emanuel Herrera, que son parte esencial de mi vida, mis mejores amigos y compañeros de vida, a quienes dedico muy especialmente este triunfo en mi vida y agradezco por su incondicional apoyo.

A mi novia:

Angie Bámaca por este trabajo que es uno de los lazos, que nos unieron y nos hicieron compartir tantos momentos inolvidables y también por ser parte de mi vida, brindarme su apoyo y amor incondicional.

A mis amigos:

Sergio Ávila, por su apoyo incondicional y ser un hermano que ha estado en mis penas y alegrías. Por sus consejos y regaños, y ser mi compañero de fórmula. Timothy, Luis, Melquisedec, Néstor, Oscar Canel, Esvin y a todos aquellos que han formado parte de mi vida y me han brindado su amistad.

**A la Universidad de San Carlos de Guatemala y
la Escuela de Ciencias de la Comunicación:**

Por ser mi casa de estudios y donde mis ideales, sueños y anhelos profesionales se forjaron con todos los conocimientos que tuve el honor de recibir.

A mis catedráticos:

A mi asesor M.A. Víctor Ramírez por apoyarme en esta etapa de mi formación y ser parte importante en la realización de este trabajo.

M.A. Aracelly Mérida por acompañarme con sus consejos y compartir su conocimiento desinteresadamente, para hacer de este país y esta universidad un lugar mejor.

Y a todos aquellos que formaron parte de mi formación académica.

Al CUM Zona 5 “Dr. Carlos González Orellana”:

Por ser el lugar donde he podido crecer profesionalmente y permitirme hacer ahí mi trabajo de investigación.

A mis alumnos:

Por permitirme formar parte de su formación académica y sembrar en ellos la semilla del aprendizaje y la lucha por nuestros ideales y enseñarles cómo podemos marcar la diferencia en nuestro país, por medio del amor a la familia, al prójimo y la patria.

ÍNDICE

Resumen.....	1
Introducción.....	3
1. Marco conceptual.....	4
1.1 Tema.....	5
1.2 Antecedentes.....	5
1.3 Justificación.....	7
1.4 Planteamiento del problema.....	8
1.5 Alcances y Límites.....	11
1.5.1 Alcances.....	11
1.5.2 Límites.....	12
2. Marco teórico.....	13
2.1 Los adolescentes.....	14
2.1.1 Los adolescentes varones.....	16
2.1.2 Las adolescentes mujeres.....	17
2.2 ¿Qué es un correo electrónico?.....	19
2.3 Internet.....	20
2.3.1 Adolescentes e internet.....	21
2.3.2 Cuentas de correos electrónicos que utilizan los adolescentes.....	23
2.3.3 Importancia de las redes sociales para los adolescentes	24
2.4 Facebook.....	25
2.5 Facebook y los adolescentes.....	26
2.5.1 ¿Cuántos amigos conocen en realidad los adolescentes en Facebook?.....	27
2.5.2 La comunicación interpersonal de los adolescentes en Facebook.....	28
2.5.3 La interacción de los adolescentes fuera de Facebook...	29
2.5.4 Facebook y el tiempo útil de los adolescentes.....	30
2.5.5 Tiempo que utilizan los adolescentes Facebook.....	31
2.6 Facebook, herramienta de comunicación para los adolescentes..	32

2.6.1 Los amigos en Facebook.....	32
2.6.2 Facebook, portal para conocer personas.....	33
2.6.3 Facebook, un lugar para expresar sentimientos.....	34
2.6.4 Proveedores de Facebook.....	35
3. Marco metodológico.....	36
3.1 Método o tipo de investigación.....	37
3.2 Variable.....	37
3.2.1 Definición teórica de la variable.....	37
3.2.2 Definición operacional de la variable.....	38
3.3 Objetivos.....	39
3.3.1 Objetivo general.....	39
3.3.2 Objetivos específicos.....	39
3.4 Técnica.....	39
3.5 Instrumentos.....	40
3.6 Universo.....	40
3.7 Población.....	40
3.8 Muestra.....	40
3.9 Técnica estadística.....	42
4. Análisis e interpretación de los resultados.....	43
4.1 Presentación y análisis de datos.....	44
Gráfica No. 1.....	45
Gráfica No. 2.....	46
Gráfica No. 3.....	47
Gráfica No. 4.....	48
Gráfica No. 5.....	49
Gráfica No. 6.....	50
Gráfica No. 7.....	52
Gráfica No. 8.....	53
Gráfica No. 9.....	54
Gráfica No. 10.....	55
Gráfica No. 11.....	56

Gráfica No. 12.....	57
Gráfica No. 13.....	58
Gráfica No. 14.....	60
Gráfica No. 15.....	61
4.2 Conclusiones.....	62
4.3 Recomendaciones.....	65
4.4 Bibliografía.....	66
4.5 E - grafías.....	71
4.6 Apéndices.....	73
4.6.1 Instrumento para recolección de datos.....	74
4.6.2 Matriz de datos.....	76

Resumen

- Título:** Incidencia de Facebook en la comunicación interpersonal entre adolescentes.
- Autor:** José Hugo Leonel Herrera Mendoza.
- Universidad:** San Carlos de Guatemala.
- Unidad académica:** Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Problema Investigado:** Incidencia de Facebook en la comunicación interpersonal entre adolescentes.
- Instrumentos:** Encuesta a los sujetos de la muestra que consta de 13 preguntas tipo cuestionario.
- Procedimiento:** La recopilación de la información se realizó consultando la biblioteca de la Universidad de San Carlos de Guatemala, la de Facultad de Humanidades y la de Ciencias de la Comunicación; revistas, periódicos e internet. Como parte importante y fundamental se encuestó a los adolescentes de la muestra, del Centro de Usos Múltiples “Dr. Carlos González Orellana” de la zona 5.

Resultados obtenidos: Al finalizar, la investigación se logró determinar que los adolescentes utilizan Facebook como una plataforma virtual, por medio de la cual logran establecer más relaciones interpersonales con otros adolescentes, por tanto, la comunicación interpersonal entre estos se da después del contacto de Facebook.

INTRODUCCIÓN

Facebook es la red social más utilizada, en la que la mayoría quizá quieren estar y es por ello que en el presente estudio se pretende demostrar la incidencia de Facebook y lo que significa hacer uso de una red social como esta que ha venido a significar un fenómeno.

Facebook es una red social que pretende la comunicación entre sus usuarios, por medio del uso de una cuenta o perfil, ayudado de varios elementos como los grupos, los eventos y el chat, por ejemplo. Es por ello que es una de las redes sociales más utilizadas por los adolescentes.

La presente investigación se centra en determinar la incidencia de Facebook en la comunicación interpersonal entre adolescentes.

Se encuestó a 110 estudiantes, sujetos de la muestra, de tercero básico del Centro de Usos Múltiples Dr. Carlos González Orellana, con el propósito de determinar la incidencia de Facebook en la comunicación interpersonal entre adolescentes.

El trabajo consta de cuatro capítulos. En el primero aparecen los antecedentes del problema, la justificación, el planteamiento, los alcances y límites.

En el segundo capítulo aparecen definiciones teóricas que explican el contenido de la investigación realizada.

En el capítulo tres se desarrolla la metodología: el método o tipo de investigación, la variable y su definición teórica y operacional, objetivo general y específicos, la técnica e instrumentos utilizados, el universo, la población y la muestra y el procesamiento estadístico y técnica estadística utilizada.

El cuarto capítulo trata del análisis cuantitativo e interpretación de los resultados y las conclusiones.

CAPÍTULO 1

MARCO CONCEPTUAL

1.1 Tema

INCIDENCIA DE FACEBOOK EN LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL ENTRE ADOLESCENTES.

1.2 Antecedentes.

La comunicación es una de las herramientas quizá más importantes de las que ha hecho uso los seres humanos, es por ello que después de una revisión de tesis en las principales bibliotecas de las principales universidades del país, no se encontró ningún estudio que aborde Facebook en la comunicación interpersonal entre adolescentes, centrada específicamente en la red social Facebook.

La comunicación como tal debería ser lo más efectiva posible, pero a partir de hace algunos años se ha venido dando un fenómeno con las redes sociales, a través de internet en la web, específicamente con Facebook, que es una red social que tiene muchos millones de usuarios quienes pueden compartir fotos, opiniones y archivos en línea.

Facebook es una de las redes sociales más famosas del mundo que permite la comunicación entre los usuarios. Antecesores a las redes sociales más famosas, son los correos electrónicos y sus medios para chatear como Messenger, uno de los de mayor uso por mencionar alguno, o también HI5 que fue uno de los pioneros en la web para compartir imágenes y comentarlas.

Años atrás, los humanos utilizaban distintos tipos de comunicación, ahora, la comunicación ha cambiado a tal grado que, estar frente a frente ya no es lo más esencial ni lo más necesario, es por ello que esta investigación se centra en Facebook y su incidencia en la comunicación interpersonal entre adolescentes.

En un estudio de Evelyn Cristina Gil Tubac. "El Facebook como herramienta comunicacional en apoyo didáctico en la Jornada Vespertina de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala,

2011”, habla de cómo Facebook en esta era de globalización y las redes sociales se han introducido en la vida de muchas personas, tanto en los jóvenes como en los adultos, que anteriormente desconocían el fenómeno de Internet. En estos días no resulta raro oír hablar a las personas de la red social Facebook y no precisamente sólo un grupo específico, sino en todos los medios de comunicación que existen actualmente (Gil, 2012).

En su tesis Gil Tubac habla sobre como Facebook podría ser factible como una herramienta para el uso didáctico en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, ya que el 65% de los estudiantes cree factible que podría serlo. De igual manera se demuestra la gran influencia que Facebook ha llegado a tener dentro de los mismos catedráticos, ya que el 35% de los mismos ya lo utilizan en los cursos que imparten.

Evelyn Paola Morales Jiménez, en su tesis de grado: **MARKETING VIRAL EN LA RED SOCIAL FACEBOOK**, habla sobre la polémica y controversial red social y sobre el marketing que en ella se realiza, además, las redes sociales son la médula espinal de la viralidad, debido a que las mismas permiten la conexión virtual de millones de personas a diario, que se transforman en comunidades o grupos. Estos usuarios se reúnen por intereses en común, vivencias, experiencias, cultura, teniendo en cuenta que cada una de ellas están a sólo “Seis grados de separación” de cualquier otra persona del mundo (Morales, 2012).

Morales hace especial énfasis en la viralidad de las redes sociales y la capacidad que tienen para trasladar información en tiempo real. De igual manera expone la cualidad de Facebook para utilizarlo como una plataforma de marketing más barato y eficiente.

Así mismo, María José Marroquín Franco, en su tesis de grado: “Facebook Ads, formas de hacer publicidad”, habla de cómo ha habido un considerable progreso publicitario y más ahora por las redes sociales. Este progreso publicitario

ha hecho que cambie hasta el modo de percepción y la relación de los individuos con las marcas; se habla de la era donde los usuarios pueden interactuar directamente con sus marcas de la era 2.0, Redes Sociales y Blogósfera (Marroquín, 2012).

En el estudio de Marroquín, se puede observar como Facebook ha llegado a convertirse en una de las redes sociales más importantes utilizadas como medio publicitario tanto para los que pautan como para los consumidores, después de los medios escritos, la televisión y la radio.

Respecto de la red social Facebook, Otí Elizabeth Mejía Cruz habla en su tesis de grado: "USO DE LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO COMERCIAL". En este estudio habla sobre como la red social puede ser utilizada como un importante medio de comunicación para la venta de bienes, productos o servicios.

Mejía Cruz indica en su estudio que las personas que utilizan sus perfiles en Facebook para promover productos, bienes o servicios han hecho una transición, para transformar sus perfiles de usuario a perfiles comerciales, ya que muchos de sus amigos no creen correcto darle ese uso a la red social, sin embargo Facebook ha demostrado ser también una de las plataformas sociales más creativas de alto impacto para ampliar el comercio.

Todos estos estudios apuntan hacia Facebook pero ninguno hacia el objeto de estudio de esta investigación que pretende estudiar a Facebook en la comunicación interpersonal entre adolescentes.

1.3 Justificación.

La realización de este trabajo se realizó para poder optar al título de licenciado en ciencias de la comunicación que da la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, el tema que se desarrolló fue sobre las redes sociales específicamente Facebook y cómo afecta a los adolescentes. Este trabajo se hizo con la finalidad de poder estudiar la comunicación que existe entre adolescentes por medio de las redes sociales y las consecuencias que trae consigo.

La tecnología ha tenido grandes avances en los últimos años, prueba de ellos es que los humanos empiezan a depender más de ella. La comunicación ha sido beneficiada con estos avances ya que la tecnología permite que esta sea más rápida gracias a aparatos; cada día más avanzados y sofisticados.

A lo largo de la historia, el hombre ha necesitado expresarse y comunicarse con los demás, por ser este quizá el paso más importante para el desarrollo humano; los libros hablan sobre cómo el ser humano pudo emitir sonidos, por medio de los cuales se comunicaba con sus semejantes, dando lugar a las relaciones interpersonales que trajo consigo la evolución humana.

La comunicación como tal posiblemente ha sido y seguirá siendo una de las herramientas y habilidades que más importa al ser humano. Es por ello que en este punto de la historia se considera de mayor importancia estudiarla y entender todos aquellos elementos que conforman sus modificaciones.

Las redes sociales en alguna medida modifican la gramática española. Para los adolescentes contemporáneos, escribir las siguientes letras TQM modifica la manera correcta de escribir por lo que se cree que es correcto, porque todos los demás lo hacen de la misma manera.

Además, los adolescentes prefieren pasar más tiempo frente a una computadora chateando que charlando, frente a frente, con otras personas, por lo que su comunicación interpersonal hacia otras personas se ve afectada de una u otra forma.

Todas estas razones despiertan interés para estudiar este fenómeno en los adolescentes, quienes conforman las generaciones que les corresponde dejar trazado el camino para hacer que otros adolescentes logren un mundo donde todos puedan comunicarse sin barreras de ningún tipo.

1.4 Planteamiento del problema.

Dada la necesidad de poder entender la forma en la que los adolescentes de esta generación se comunican, surge estudiar el fenómeno de las redes sociales, específicamente Facebook y la manera en la que incide en la comunicación interpersonal entre los adolescentes y cómo es que modifica ciertos comportamientos en ellos.

Frente a esta problemática es que surge la interrogante: ***¿Cómo incide Facebook en la comunicación interpersonal entre adolescentes?***, sobre esta pregunta se centra la investigación.

Con esta cuestión se tratará de poder entender cómo es que Facebook puede incidir en la comunicación interpersonal entre adolescentes y como es que se puede impulsar por medio de esta herramienta de comunicación las capacidades de comunicar de los jóvenes, haciendo énfasis en sus aptitudes de comunicadores para hacer que haya comunicación más efectiva entre ellos.

Los adolescentes buscan otras formas de comunicarse ya que las convencionales no satisfacen sus necesidades actuales de compartir sus pensamientos, ideas o sentimientos.

El desarrollo de las civilizaciones se dio por la comunicación que hubo dentro de sus miembros, esto prueba que la comunicación ha sido esencial a lo largo de la historia y permite el desarrollo de las mismas. Pero no ha sido un solo tipo de comunicación impuesta a lo largo de los siglos, esta ha cambiado.

Cuando se habla de que la comunicación ha cambiado, se refiere que la comunicación ha sufrido variedad de modificaciones o variaciones, por ejemplo: desde el ruido provocado por los primeros hombres en la prehistoria, hasta los sistemas de comunicación tecnológicos o cibernéticos más complejos.

En alguna medida cada grupo de personas condiciona su tipo de comunicación según su religión, género, cultura, costumbres, tradiciones o roles que desempeñe, por ejemplo los militares se comunican de manera diferente a la de un sacerdote con su congregación religiosa. La comunicación cambia en el contexto pero no en su esencia de comunicar.

Es posible que en la actualidad todas las comunicaciones hayan avanzado de tal manera que permiten a los seres humanos comunicarse con personas que se encuentran al otro lado del mundo al mismo tiempo, lo cual mengua tiempo y costos.

Observando toda esta serie de discrepancias entre unos y otros es que surge la idea de estudiar a un grupo de determinadas personas en la etapa de la adolescencia ya que el ser humano es un ser de sociedad y no puede vivir aislado ni al margen de los demás. Es por eso que las redes sociales como Facebook se vuelve un tema de interés y objeto de estudio.

Los jóvenes que habitan el mundo complejo y cambiante se organizan en espacios propios donde se acepta la diversidad de formas de expresarse y comunicarse. Una buena parte de ellos se incorporan a las exigencias de hoy y se integran en ámbitos sociales y públicos.

La comunicación entre jóvenes a través de las redes sociales se ha convertido en la nueva tendencia por medio de la cual estos comparten fotos, mensajes, videos, etc. Pero la información hace que en un momento determinado la mente explote con tanta información.

1.5 Alcances y Límites

1.5.1 Alcances

El estudio abarca la incidencia de Facebook en la comunicación interpersonal entre adolescentes, que abarca a los estudiantes del Centro de Usos Múltiples zona 5 “Dr. Carlos González Orellana, ubicado en la 28 Av. “A” 33-04 de la zona 5 de la ciudad capital de Guatemala.

Este estudio podrá ser un referente para quienes deseen consultar el grado de incidencia de Facebook en la comunicación interpersonal entre adolescentes ya que la comunicación en los adolescentes conlleva posibilidades para su desarrollo.

Así mismo tendrá validez como fuente de consulta para profesionales y académicos, catedráticos y estudiantes de Ciencias de la Comunicación de las universidades del país, ya que aunque no se estudió a estudiantes universitarios sino a adolescentes de educación media puede ser un parámetro de consulta para conocer el grado de incidencia que pueden tener las redes sociales en la comunicación.

1.5.2 Límites

Este estudio se concreta a estudiar la incidencia de Facebook en la comunicación interpersonal entre adolescentes. Se realizó en el Centro de Usos Múltiples zona 5 “Dr. Carlos González Orellana”, ubicado en la 28 Av. “A” 33-04 de la zona 5 de la ciudad capital de Guatemala, a partir del mes de febrero hasta el mes de mayo se trabajó el proyecto de tesis y de Mayo a Julio se ejecutó el trabajo de campo.

El universo de estudio son los adolescentes de la ciudad capital de Guatemala, el sub-universo de estudio fue el CUM de la zona 5, y se estudió a los alumnos de dicho instituto con un rango de edades entre los 14 - 16 años de edad, ya que son ellos los adolescentes a los que el estudio pretendió entender en su comunicación interpersonal a través del uso de la red social Facebook.

La investigación se circunscribió al CUM de la zona 5, ya que existe otro Centro de Usos Múltiples en la zona 7 de la ciudad capital de Guatemala, pero este no será objeto de estudio sino únicamente el establecimiento de la zona 5 en la jornada matutina en la que se imparte el ciclo básico con los adolescentes que fueron los sujetos de estudio.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

La comunicación es importante para el ser humano y su desarrollo, prueba de ello es que a partir del inicio de la comunicación entre los humanos es que empieza el desarrollo de las grandes civilizaciones que fueron la base de la humanidad. Por ello, estudiarla y ser parte de este mundo que cambia hace propio la forma en la que se comunica.

2.1 Los adolescentes

La palabra adolescente esta tomada del latin adulescens, participio presente del verbo adolescere, crecer. Se toma la adolescencia como un proceso para llegar a la adultez. Es una etapa de transición entre la niñez y la adultez (Rocheblave, 1984, P. 16-17).

La adolescencia es una etapa en la vida de un ser humano entre la niñez y la adultez. Esta etapa es en la que se manifiestan las personas con más cambios que en cualquier otra. Existen cambios psicológicos pero los más notorios son los físicos (www.misrespuestas.com).

La adolescencia puede ser un periodo de mal humor, de inestabilidad, que puede confundirse con la pubertad que remitirá a una identidad negativa, problemática que implica un proceso de contradicciones (Fize, 2007, P. 27).

La adolescencia es una fase de la vida en el que se producen diferentes cambios físicos, psíquicos y sociales que son esperables. Se le considera como un proceso durante el cual se va conformando la identidad del sujeto. Los cuestionamientos más comunes en este momento ponen en evidencia la incertidumbre frente al futuro: ¿Qué hacer? ¿Seguir estudiando? ¿Trabajar? ¿Realizar ambas cosas? ¿Formar una familia? ¿Irse a otro lugar lejos de la familia? etc. (www.educ.ar).

En el siglo XX, Stanley Hall fue uno de los primeros en estudiar la adolescencia como un aspecto básico de la psicología evolutiva. Si bien Hall, hace un análisis biológico-orgánico de la adolescencia, hay quienes admiten que los cambios percibidos en esta etapa dependen del momento y lugar histórico (Rivera, 2012, P. 11).

El término se puede definir como la edad o período tras la niñez y que comprende desde la pubertad, hasta el desarrollo completo del organismo (www.misrespuestas.com).

Se puede decir que vivir en una sociedad y sentirse parte de ella es determinante e indispensable en la vida de un adolescente ya que tiene una intensa búsqueda de su identidad y busca ser diferente a los demás o bien formar parte de algún grupo determinado, por lo que el ámbito social en el que se desenvuelve juega un papel importante en dicho proceso. Los adolescentes también buscan cierta independencia de sus padres.

Durante la adolescencia, los cambios más notorios son los físicos. Estos cambios varían según el sexo y la persona. Hablando de manera general, en el caso de las niñas existe inicialmente un aumento de peso de dos kilos por año y más tarde de cinco a diez kilos por año; los varones aumentan de 10 a 20 kilos por año (www.misrespuestas.com).

Los adolescentes comúnmente se llevan bien entre ellos mismos aunque no deja de preocupar el hecho de que los varones desean satisfacer su virilidad naciente, y las mujeres llamar la atención de los varones (Fize, 2007, P. 51).

En la adolescencia se dan cambios repentinos de carácter, los adolescentes buscan su independencia y formar parte de algo, las redes sociales pasan a jugar un papel que importa a los adolescentes de la actualidad.

Este periodo de la vida, como todo fenómeno humano, tiene su exteriorización característica dentro del marco cultural-social en el cual se desarrolla. Así, debemos por una parte considerar la adolescencia un fenómeno específico dentro de toda la historia del desarrollo humano, y, por otra parte, estudiar su experiencia circunstancial de tipo geográfico y temporal histórico social (Knobel/ Aberastury, 1992, P. 11).

2.1.1 Los adolescentes varones

La etapa de la adolescencia en los varones es una de las de más complicadas a la que se enfrentarán a lo largo de toda su vida, en cada una de sus actividades se verán influenciados por los cambios que significa la adolescencia. Tanto los aspectos sociales como los psicológicos son de gran influencia en el actuar de un adolescente varón.

En la adolescencia los varones son comúnmente quienes tienen a uno o dos amigos en quienes confía plenamente sin dejar de lado a su otra barra de amigos con quienes encuentra respaldo para realizar las actividades que ellos consideran importantes (Gessell, 1963, P. 433).

Los hombres pueden llegar a obtener mayor peso corporal que las mujeres, tienen cambios en el rostro que va adquiriendo rasgos más toscos que los de una mujer. Los varones manifiestan cambios en sus genitales, como el apareamiento del vello púbico (www.misrespuestas.com).

Las características sexuales de los varones que Leonardo (2002) da en su tesis de grado son las siguientes:

Hombre:

- Ensanchamiento de los hombros, debido a la presencia de músculos pesados, lo que le da al tronco una conformación triangular.
- Forma definida de brazos y piernas debido al desarrollo muscular.

- Nudos o leves protuberancias alrededor de las tetillas.
- Vello púbico que se extiende hasta los muslos.
- Vello en las axilas.
- Vello facial sobre el labio superior, a los costados y en la barbilla, y pelo en la región de la garganta.
- Pilosidad en los miembros, el pecho y los hombros.
- Cambios de voz.
- Cambios en el color y textura de la piel.

Los varones también hacen uso de las redes sociales y especialmente de Facebook en la que ellos se concentran en la búsqueda y seducción de contactos femeninos. Para esto, a través de la multimedia y vía chat, mensajes privados y publicaciones ajenas y propias, generan mensajes ingeniosos o románticos bajo el formato de textos, fotos, memes, videoclips y animaciones (Linne/ Basile, 2014, P. 14).

2.1.2 Las adolescentes mujeres

Las adolescentes mujeres experimentan cambios significativos en la adolescencia. Unos de los más comunes son los de humor. Estas pueden pasar de la alegría a la melancolía con rapidez. Pueden comportarse como niñas y al siguiente minuto se comportan con una madurez adulta. En general, los comportamientos de este tipo no tienen ninguna importancia, aunque es bueno vigilar si los períodos de tristeza fueran muy prolongados o la melancolía excesiva que podrían indicar la existencia de problemas psicológicos (<http://adolescentes.about.com>).

En las niñas, el crecimiento puberal se produce dos años antes que en los niños con un incremento promedio de 9 cm. por año en las niñas y de 10,3 cm. por año en los niños. A pesar de que las niñas inician antes el crecimiento puberal, el resultado final es una diferencia de 12 cm. en promedio, a favor de los niños, como consecuencia de un mayor incremento anual (www.taringa.net).

Las características sexuales en las mujeres que Leonardo (2002) da en su tesis de grado son las siguientes:

- Ensanchamiento en los hombros e incremento en la amplitud y redondez de las caderas, quedando así limitada la cintura, que al tronco una forma similar a la de un reloj de arena.
- Conformación definida de brazos y piernas debido principalmente al tejido adiposo.
- Desarrollo del busto.
- Vello púbico.
- Vello axilar.
- Vello facial sobre el labio superior, en la parte inferior de las mejillas y al borde del mentón.
- Pilosidad en los miembros.
- Cambio de voz de una tonalidad aguda a otra grave.
- Cambios en el color y la textura de la piel.

Las mujeres adolescentes sufren de cambios psicosociales. Entre los cambios más importantes de los psicosociales están el interés de ser más importante y popular dentro de sus amigas y también hacia el sexo opuesto. Las redes sociales juegan un papel que importa en estas relaciones.

Las adolescentes mujeres se concentran, por un lado, en la búsqueda de un varón que cumpla con las expectativas de compromiso, actividades, proyectos y atracción, y por otro, en volverse *femme fatales* con un alto grado de autonomía respecto de la exclusividad que demanda una pareja monogámica (Linne/ Basile, 2014, P. 13).

2.2 ¿Qué es un correo electrónico?

El correo electrónico, también llamado e-mail (electronic mail), es una forma de enviar mensajes gráficos o cartas electrónicas de un computador a otro (Chávez, 2014, P.131).

Los correos electrónicos son parecidos al correo tradicional ya que se pueden enviar gran cantidad de mensajes, con la ventaja de que se envían de una manera más rápida y eficiente.

El correo electrónico es un conjunto de palabras que identifican a una persona que puede enviar y recibir correos. Cada dirección es única y pertenece siempre a la misma persona (Mejía, 2012, P. 14).

Como lo indica (Chávez, 2014, P.131) el correo electrónico es más rápido ya que logra hacer llegar los mensajes de una manera más eficiente comparada con el correo tradicional. El e-mail envía mensajes a cualquier lugar del mundo en cuestión de segundos por medio de las computadoras que verifican las direcciones de correos electrónicos y almacenan los mensajes en una bandeja especial en el disco duro.

Un ejemplo de un correo electrónico según (Mejía, 2012, P. 14) es "cliente@servicio.com, que se lee cliente arroba servicio punto com. El signo @ (arroba) siempre está en cada dirección de correo, y la divide en dos partes: el nombre de usuario (a la izquierda de la arroba; en este caso, cliente), y el dominio en el que está (lo de la derecha de la arroba; en este caso, servicio.com). El signo arroba también se puede leer "en", ya que cliente@servicio.com identifica al usuario cliente que está en el servidor servicio.com (indica que hay una relación de pertenencia)".

2.3 Internet

“La Internet es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que funciona a través de los protocolos TCP/IP que permiten la transmisión de datos entre computadoras. Algunos definen Internet como la red de redes, y otros como la autopista de la información” (Mejía, 2012, P. 12-13).

Según (Suárez, 2005, P.34) explica que el Internet es una “interconexión de redes informáticas que permite a los ordenadores o computadoras conectadas comunicarse directamente, es decir, cada ordenador de la red puede conectarse a cualquier otro ordenador de la red”.

“Internet crea un nuevo escenario que da soporte a las tecnologías existentes, permitiendo canalizar, intercambiar y actualizar mensajes desde cualquier punto de la red, es un medio artificial que mezcla varias herramientas comunicativas, haciendo de éste una evolución que abarca todos los tipos de comunicación existentes” (Gallo, 2012, P. 11).

Según (Marroquín, 2012, P. 7) “Internet se definió como la red de redes, porque está hecha a base de unir muchas redes de computadoras lo que deja como resultado de comunicar miles de redes de computadoras entre sí, que pueden ser de un área geográficamente limitada o las que abarcan grandes territorios o varios países”.

Con una gran cantidad de información y datos por manejar, el internet necesita dominios, que son los nombres de las páginas *web*, existen proveedores de este servicio y tiene un costo anual entre 8 a 15 dólares según el proveedor (Mejía, 2012, P. 15).

Según (Chávez, 2014, P. 131) hay varios tipos de dominios en internet. Normalmente suelen tener como máximo tres letras que los identifican, a continuación se explican algunos:

- com: para un negocio o una empresa internacional.
- edu: para una universidad o centro de educación.
- org: para una organización no comercial.
- gob: para una agencia u oficina gubernamental.
- mil: para una institución militar.
- net: para una red determinada.

2.3.1 Adolescentes e internet

Internet (desde un uso correcto y crítico) representa una opción por la universalidad, una ruptura con los relativismos culturales e ideológicos y una puerta abierta y libre al conocimiento. Uno de los objetivos principales de cualquier sistema educativo es universalizar a los adolescentes, ayudándoles a desarrollar su capacidad crítica, abierto a otros modos de entender la realidad, enriqueciéndose con lo que aporta el otro (Bazarra/ Casanova, 2001, P. 159).

Internet permite a los adolescentes construir una relación con el otro –sus pares- en un espacio más libre, para hablar de temas que de otra manera no abordarían. La comunicación por Internet es un espacio propicio para compartir secretos y confidencias difíciles de expresar en persona. La mediación electrónica, la ausencia de imagen física y la anulación de la dimensión corporal, permiten a los adolescentes hablar de sí mismos con menos inhibición, con mayor autenticidad y evitando el cara a cara y el juicio valorativo de sus pares (Morduchowicz, 2010, P. 3).

Otra de las aportaciones de internet a los adolescentes es el aumento progresivo de su capacidad de acceso a la información tanto en sus aspectos cuantitativos como, especialmente, en lo que se refiere a la rapidez con la que se obtiene la información, así como la posibilidad de contrastar los datos en distintas fuentes, en un lapso de tiempo impensable hace unos años (Bazarra/ Casanova, 2001, P. 160).

Internet ha venido a significar un avance importante para los adolescentes y la capacidad de estos para hacer uso del mismo, en las distintos usos que se pueden dar siendo la comunicación uno de los usos más importantes, pero también ha tenido consecuencias negativas en los adolescentes.

La realidad virtual, donde el adolescente se separa del mundo real acomodándose en su mundo virtual de fantasía, es una de las consecuencias negativas del internet hacia los adolescentes, de igual forma la comunicación sin implicación es una de las características que definen hoy a una gran parte de los adolescentes en su tendencia a evitar aquellas formas de comunicación que supongan implicación, haciendo referencia a esto prefieren ver el toro desde la barrera y donde la comunicación se convierta en un juego, por ejemplo un chat (Bazarra/ Casanova, 2001, P. 162-164).

Internet les da la oportunidad de probarse a la luz de los otros, para aprender a “negociar” su identidad y crear un sentido de pertenencia. Entre los adolescentes, “ser o no ser parte de algo” y ser aceptado o repudiado, es una marca esencial en el proceso de construcción de la identidad (Morduchowicz, 2010, P. 2 – 3).

De igual manera haciendo referencia siempre al internet en los adolescentes Rosell, 2007, P. 198) citando a (Echeburúa, 1999) dice: “El uso que el adolescente hace de Internet puede ser problemático cuando el número de horas de conexión afecta al correcto desarrollo de la vida cotidiana, causándole

estados de somnolencia, alteración del estado de ánimo, reducción de las horas dedicadas al estudio o a sus obligaciones. Al igual que en el adulto, puede darse ansiedad o impaciencia por la lentitud de las conexiones, o por no encontrar a quien busca, irritabilidad en el caso de interrupción y dificultad para salir de la pantalla”.

2.3.2 Cuentas de correos electrónicos que utilizan los adolescentes.

Existen distintas cuentas de e-mail, estas suelen ser servicios que ofrecen empresas de forma gratuita o de pago. Algunos de estos servicios son *Gmail* de *Google*, *Yahoo! Mail* de *Yahoo!* y *Hotmail* de *Microsoft*. Los servicios mencionados anteriormente son todos del tipo *webmail*.

El Correo electrónico es identidad para el usuario en Internet, si no se tiene cuenta de Correo electrónico no se puede registrar en prácticamente ningún servicio o sitio web como Facebook, Twitter, Foros, etc. (<http://crearcorreoelectronicoya.com/>).

“Desde hace ya varios años, el correo Hotmail había sido el más utilizado de todos y superaba claramente a los otros dos sistemas de correo mencionados. Sin embargo, desde finales del año 2012, el correo GMail ha superado en número de usuarios al de Hotmail, mientras que el correo de Yahoo sigue ocupando la tercera posición a nivel mundial, si bien YMail continua siendo el correo electrónico favorito entre los usuarios estadounidenses” (<http://kuhndesign.org>).

Los correos electrónicos, que más utilizan los adolescentes, son los más conocidos en la internet, por ejemplo G-mail, correo el cual permite 15 GB de almacenamiento gratuito, además de poder acceder a múltiples servicios de "Google", Quizás una de las opciones más relevantes de G-Mail es poder mandar archivos adjuntos de 10 GB aprovechando el servicios de Google Drive (<http://solonuevas.blogspot.com>).

Yahoo es el único servicio de correo electrónico que proporciona espacio de almacenamiento ilimitado para e-mails. En un mismo correo se pueden almacenar hasta 50 archivos con un tamaño no superior a 100 MB. Yahoo agrupa los mensajes con el mismo asunto para que se pueda ver toda la conversación, comparte archivos en Flickr y Dropbox, con vista previa de los documentos, sin salir de la bandeja de entrada (www.malagaonlain.com).

El servidor de correo electrónico de Microsoft, el que se conocía como Hotmail y que hace unos meses cambió su nombre. Su interfaz es limpia, rápida, clara y directa. En cada actualización intenta parecerse más a G-mail, aunque no incluye anuncios en display. Outlook se puede conectar con las redes sociales. Integra el servicio de Skydrive desde el que puedes subir archivos a la nube y que incluye Office Web: Word, Excel y Powerpoint (www.malagaonlain.com).

2.3.3 Importancia de las redes sociales para los adolescentes

La necesidad de comunicación de los seres humanos se satisface gracias a las nuevas tecnologías, como el internet y las redes sociales. Por medio de las redes sociales, los adolescentes logran comunicarse con otros adolescentes. En este punto, es donde se encuentra la importancia de las redes sociales para ellos.

Pertenecer a una red social, le permite al usuario construir un grupo de contactos, que puede exhibir como su lista de amigos (Ballestrini, Marcon, Morduchowicz, Sylvestre, 2010, P. 3).

Reciben el nombre de redes sociales porque es donde más personas comparten información, música, intercambian opiniones, se desarrollan como parte de la sociedad actual y vanguardista. Una red social tiene tanto poder como para convocar a muchas personas para un objetivo determinado en un lugar determinado, prueba de ello puede ser las manifestaciones en masa de los estudiantes chilenos, o las protestas en Londres.

Pueden ser sistemas abiertos o cerrados y su característica principal es el intercambio permanente de información, la inmediatez de este intercambio y las relaciones entre los usuarios son la base fundamental. El *ranking* de la categoría de redes sociales se detallan las más populares de los últimos años: *Facebook, Youtube, Twitter, YahooRespuestas, Hi5, MySpace, Menéame, Metroflog, Badooy* la red social *Google Plus*”(Mejía, 2012, P. 17).

En la actualidad existen más de 200 redes sociales, con más de 800 millones de usuarios en todo el mundo. Una tendencia que crece cada mes (Ballestrini, Marcon, Morduchowicz, Sylvestre, 2010, P. 3).

2.4 Facebook

Es un sitio web gratuito de redes sociales. Facebook se creó como una versión en línea de los "facebook" de las universidades americanas. Los "facebook" son publicaciones que hacen las universidades al comienzo del año académico, que contienen las fotografías y nombres de todos los estudiantes y que tienen como objetivo ayudar a los alumnos a conocerse mutuamente (www.cad.com.mx).

Facebook nace en el año 2004, cuando un estudiante de Psicología de la universidad de Harvard, Mark Zuckerber, plantea su idea como un proyecto para subir a la red el registro de los estudiantes inscritos en la universidad, de tal forma que Facebook fue inicialmente de uso exclusivo para los estudiantes de esa universidad, posteriormente su cobertura se amplía hacia otras universidades, a profesionales y desde el año 2008 a toda persona de 18 años o de 13 pero que se encuentre cursando los estudios secundarios (Rivera, 2012, P. 42 – 43).

Según (Gallo, 2012, P. 27) “esta red, se presenta como un álbum virtual de fotografías, cada una de las imágenes muestra una historia que evidencia la vida de una persona. Es un espacio de pertenencia donde la participación activa de los usuarios es indispensable”.

Facebook pretende volverse algo como un sistema operativo. El "sistema operativo social de la Web", según llegó a declarar Mark Zuckerberg, el fundador del sitio (www.cad.com.mx).

Algunos de los servicios más importantes que brinda Facebook son los siguientes: perfiles, fotos, grupos, eventos, desarrolladores, eventos y Facebook notes (www.taringa.net).

2.5 Facebook y los adolescentes

Facebook ha sido uno de los fenómenos más grandes que se han dado en la historia de la humanidad y no solo por su capacidad de poder compartir información en tiempo real con cualquier parte del mundo, ni por la popularidad que ha tenido al respecto sino por las repercusiones que ha tenido para todos los adolescentes.

Los adolescentes tienen claro que de la presentación que ellos hagan de sí mismos en la red social, depende algo muy importante en esta etapa de la vida: su socialización, tanto real como virtual (Almansa/ Castillo/ Fonseca, 2013, P. 129).

Según (Rosen, 2011) en un artículo escrito por la agencia EFE: Adolescentes en Facebook, ¿Refugio o escaparate? Del miércoles, 10 de Agosto 2011 a las 8:31 A.M. dice que Facebook podría ser una plataforma con la que se asocia la falta de empatía, el narcisismo, y la depresión en la adolescencia (www.rpp.com.pe).

De acuerdo con una investigación hecha por la Universidad Estatal de California, el uso desmedido de las redes sociales, particularmente Facebook, puede generar tendencias agresivas y comportamientos antisociales. El estudio también sostiene que el narcisismo es otra de las características que pueden desarrollar los adolescentes, junto con distintos problemas fisiológicos como

molestias estomacales, problemas de sueño, ansiedad y depresión. (<http://america.infobae.com>).

Los adolescentes son los más vulnerables ante un fenómeno comunicacional como Facebook. Los adolescentes y Facebook son la combinación de moda en los últimos años. Son estos los que en su mayoría conforman la red social de Facebook.

“Facebook funciona como un colectivo, promoviendo lazos de amistad que permiten la reproducción de la red y la creación de nuevos vínculos. Las prácticas de comunicación y sociabilidad conducen a conocer personas nuevas y ampliar los lazos sociales de cada individuo, a través de un perfil que constituye un espacio social entre un público de distintos lugares” (Gallo, 2012, P. 31).

Facebook ha resultado ser una herramienta y no solo se han de ver los efectos sino todos aquellos beneficios que podría traer el uso de esta red, para todos los adolescentes que así quieran hacerlo, para poder darle un giro total a las especulaciones que genera.

2.5.1 ¿Cuántos amigos conocen en realidad los adolescentes en Facebook?

Facebook es una de las redes sociales con mayor existencia de perfiles falsos, y de manejo de información a nivel global. Se tiene libertad para revelar datos en el perfil, fotos, comentarios, videos y demás, cediendo el derecho de privacidad a todos los datos e imágenes proporcionados (Gallo, 2012, P. 35).

Como lo menciona (Ballestrini, Marcon, Morduchowicz, Sylvestre, 2010, P.4) “la mayoría de los adolescentes desconocen en persona a gran parte de sus amigos en Facebook. En un mundo tecnológico, los adolescentes quieren aumentar su lista de amigos, por lo que no tienen ningún inconveniente en compartir su información personal, incluso con aquellos que no conocen”.

El concepto de “amistad” virtual y real, no es el mismo. Y ellos lo saben. Pero los amigos de la Red son también “amigos”. Y suman. Para el adolescente, el anonimato y la intimidad ceden ante el deseo de fama y popularidad (Ballestrini, Marcon, Morduchowicz, Sylvestre, 2010, P. 4).

Según (Ballestrini, Marcon, Morduchowicz, Sylvestre, 2010, P. 8) “compartir información personal y encontrarse con desconocidos en la vida real, son los mayores riesgos del uso de las Redes Sociales”.

“Lo más habitual es que los adolescentes indiquen una dirección de correo electrónico. Sin embargo, en el caso español, encontramos dos casos en los que se facilita el número del teléfono móvil. O, lo que puede ser también peligroso, los jóvenes admiten que aceptan como «amigos» a personas que no conocen. Saben que es peligroso, pero lo hacen” (Almansa/ Castillo/ Fonseca, 2013, P.134).

2.5.2 La comunicación interpersonal de los adolescentes en Facebook

Según (Rivera, 2012, P. 61) “las redes sociales permiten la comunicación sincrónica, en tiempo real, a través del chat, y es generalmente utilizado entre personas más allegadas, pese a tener cientos de amigos, los adolescentes prefieren chatear, con quienes tienen mayores afinidades físicamente, con conocimiento previo entre sí.”

“La comunicación interpersonal significa comunicación entre personas, en cuya interacción ejercen una influencia recíproca. Puede ser una comunicación entre dos personas, o puede ser en pequeños o grandes grupos. Puede ser formal o informal, personal o impersonal” (Báez, 2000, P. 3).

Los adolescentes prefieren la comunicación por medio del chat de Facebook, porque es ahí donde pueden ser más abiertos, sin tener que mostrarse necesariamente, esto hace que se enfrasquen en un mundo de comunicación virtual que pocas veces se acerca a la realidad de sus personalidades.

Es por ello que se define a la comunicación interpersonal también como el proceso interpersonal en el que los participantes expresan algo de sí mismos, a través de signos verbales o no verbales, con la intención de influir de algún modo en la conducta del otro, expresando sus ideas, sentimientos o bien comunicando cualquier tipo de información (Marroquín/Villa, 1995, P. 23).

“La comunicación es un fenómeno de interacción social, es el oxígeno de la sociedad, es el elemento a través del cual el hombre ha hecho posible el avance científico, tecnológico y en todos los órdenes de la vida” (Interiano, 2003, P. 9).

La necesidad de estar comunicados por medio de las redes sociales hace que los adolescentes gasten considerables cantidades de dinero para estar comunicados, como lo demuestra (Chacón, 2012, P. 50), muchos adolescentes recargan sus móviles diariamente para poder estar comunicados por medio de los teléfonos móviles.

Las redes sociales se configuran como un espacio simbólico que une a las personas que están aisladas ya que es en el encuentro con el “otro” se explica la existencia, romper con el cerco del aislamiento, es lo que permite mantener vivas a las personas (Gallo, 2012, P. 16).

2.5.3 La interacción de los adolescentes fuera de Facebook

Facebook es una forma efímera de comunicación en la que las personas fabrican su doble. Las personas no son lo que son, sino lo que dicen ser de sí mismos. Los adolescentes presentan este tipo de comportamiento, lo que no hace fácil su interacción fuera de las redes (Gallo, 2012, P. 18).

Los adolescentes chequean a cada momento su Facebook, esperando encontrar solicitudes de amistad, notificaciones, videos de entretenimiento, horóscopos, mensajes, etc. Los adultos, en cambio, buscan separar sus lugares de sociabilidad erótica-afectiva de los de entretenimiento, aunque todos convergen

en un mismo punto que es la web, mientras que los adolescentes tienen a Facebook (Linne/Basile, 2013).

Así mismo, los adolescentes expresan que los likes en Facebook son algo de vital importancia para los niveles de popularidad fuera de Facebook, ya que estos son los que premian el esfuerzo de presentarse como alguien importante, con un perfil atractivo en Facebook (Moreno, 2013).

La relación de Facebook con los adolescentes sigue siendo controversial porque se trata de comunicación no verbal, que imposibilita la expresión completa de lo que se quiere decir, las redes sociales cuenta con códigos extra-verbales para complementar la comunicación ya que no se pueden ver, y cuando lo hacen no logran establecer la misma comunicación (Banegas, 2012, P. 61).

2.5.4 Facebook y el tiempo útil de los adolescentes

Según (Chimbo/ Rodas, 2013, P. 22) “existe una relación negativa del uso excesivo de Facebook dentro del rendimiento académico, convirtiéndose en una adicción y dependencia sobre esta red, debido a las oportunidades que esta brindan a las personas tímidas para mejorar las relaciones interpersonales mediante el contacto virtual, y la satisfacción que adquieren en especial los narcisistas ante la aceptación y comentarios por parte de los demás”.

Así mismo (Harfuch/ Pacheco/ Lever/ Zavala, 2010, P. 9) citando a (Raacke & Bonds-Raacke, 2008) dicen que “Mediante diversas investigaciones se ha podido constatar que el empleo que se hace del sitio depende del género de la persona que lo utiliza. Se ha comprobado que las mujeres lo utilizan para dar seguimiento a las relaciones y mantenerse en contacto con amigos, compañeros de trabajo, escuela, familia y demás, mientras que los hombres acceden a él para seguir ciertos impulsos y relaciones de fantasía en las que se puede llegar a obtener alguna gratificación sexual.”

Cuando en el hogar los padres de familia imponen horarios a los y las adolescentes, para cumplir con ciertas tareas, los jóvenes ponen resistencia y no cumplen con las tareas ya que cambian sus planes, sin considerar los acuerdos establecidos anteriormente, esto afecta la capacidad del adolescente para establecer relaciones con el medio, el estudio pasa a ser un trámite al cual debe someterse y no una necesidad fundamental para el adolescente (Chimbo/ Rodas, 2013, P. 29).

2.5.5 Tiempo que utilizan los adolescentes en Facebook

Los adolescentes son los más propensos a utilizar en exceso las redes sociales, si no cuentan con la supervisión adecuada.

Como indica (Vega, 2012, P.38) “cada vez es más común ver a los jóvenes estar conectados todo el tiempo y a toda hora; existe una lucha cognitiva al momento de decidir si se conectan al Facebook o se relacionan con sus amigos, compañeros, padres, vecinos, etc”.

Al respecto del tiempo que utilizan Facebook los adolescentes, (Harfuch/ Pacheco/ Lever/ Zavala, 2010, P. 9) dicen que La descripción de alteraciones comportamentales asociadas a un uso excesivo de la red, tales como sentimientos de culpa, deseo intenso de estar o continuar conectado a ella, pérdida de control y de tiempo de trabajo o de clases, síntomas psicopatológicos, etc., ha abierto un debate sobre una posible adicción a Internet.”

“Es natural que un adolescente esté en una esquina de la casa o colegio, con una computadora o un Smartphone aparentemente solo; pero en realidad no se encuentra solo, un mundo lleno de imágenes y videos, hacen que la interrelación virtual, en algunas ocasiones tenga mayor influencia en el adolescente, que socializar directamente con los compañeros o amigos del mundo real” (Vega, 2012, P. 38).

2.6 Facebook, herramienta de comunicación para los adolescentes

“Facebook es una herramienta importante tanto para construir relaciones personales, profesionales y laborales. La rápida visualización de las redes sociales en el mundo laboral abre las puertas brindando nuevas oportunidades para que las personas estén conectadas al mercado y mejoren las posibilidades de comunicación entre clientes y proveedores” (Gallo, 2012, P. 37).

Los adolescentes deben desarrollar habilidades sociales en el entorno virtual para poder desenvolverse como seres sociales. Estas habilidades sociales permiten proyectar sus sentimientos, de tal forma que el receptor se detenga por un momento, haga un comentario, o reproduzca la idea; de esta manera el adolescente se mira a sí mismo, como un sujeto creativo, autónomo, interesante ante sus amigos de Facebook (Villasana y Dorrego, 2007).

Sin embargo, Facebook también puede ser una herramienta que no sea utilizada correctamente, como por ejemplo, la utilizan para el acoso entre adolescentes, en los que a través de los mensajes, imágenes u otros, se ofende o agrede a otros usuarios (Banegas, 2012, P. 56).

2.6.1 Los amigos en Facebook.

Los amigos en Facebook son todas aquellas personas que forman parte de la lista de amigos o contactos conocidos. Existen amigos en común, quienes son amigos de los amigos. Para poder tener amigos, es necesario enviarles una solicitud de amistad o bien puede buscárseles por medio de la dirección de e-mail.

“El descentramiento espacial está presente en aquellas interacciones con personas de otras provincias o países. Todos los adolescentes consultados poseen amigos de otras provincias o países pero los vínculos fuertes dentro de la red se establecen con personas que comparten su zona geográfica y que tienen lugar en su vida cotidiana off line. Es por eso que Facebook resulta un

complemento a las formas tradicionales de interacción social, con especificidades que le son propias pero que emulan el contacto cara a cara” (www.ungs.edu.ar).

Es necesario que exista una mejor relación entre padres e hijos en cuanto a las necesidades e intereses por las que atraviesan sus hijos en diferentes etapas de la vida, especialmente en la adolescencia, siendo una de estas el uso de Facebook convirtiéndose en el mejor aliado de muchos de los adolescentes, principalmente de aquellos quienes tienen dificultad para hacer amigos con facilidad, permitiendo tener un sin número de amigos sin la necesidad de haber tenido un contacto físico previamente (Chimbo/ Rodas, 2013, P. 23).

Facebook representa un medio excelente para conocer aspectos de los “amigos”: gustos, estados de ánimo, creatividad, etc. Incluso se imponen variedades lingüísticas como el ciberlenguaje; sin embargo, no se trata de ser permisivo y justificar cualquier novedad, tampoco estimular la propagación y un deterioro o corrupción del lenguaje (Vega, 2012, P. 34).

2.6.2 Facebook portal para conocer personas

Según (Ballestrini, Marcon, Morduchowicz, Sylvestre, 2010, P. 6) Una diferencia importante entre los sitios personales en las redes sociales y los blogs, es que en las redes sociales, las páginas web buscan sobre todo conocer gente y tener más “amigos”.

Los adolescentes generalmente se relacionan con personas que no conocen y permiten la socialización con otras personas, incluso, sin que las conozcan. Los adolescentes conocen más de sus amigos u otras personas en las redes sociales que en la realidad (Banegas, 2012, P. 60).

“Las redes sociales pueden ser la herramienta ideal para conocer a nuevas personas y entablar amistad con ellas pero también sirven para profundizar las relaciones amistosas ya entabladas físicamente pues es un medio en el que es más fácil desinhibirse para expresar sentimientos y pensamientos de forma más espontánea” (Banegas, 2012, P. 55).

2.6.3 Facebook un lugar para expresar sentimientos

En una red social como Facebook es común que se puedan expresar sentimientos e ideas. La rutina no permite muchas veces las pláticas con los amigos, tampoco deja lugar para el desahogo, Facebook entra a jugar ahí un papel importante donde se puedan desahogar todos esos sentimientos reprimidos.

Para (Villasana/ Dorrego, 2007) estas redes sociales facilitan la interrelación social tanto así, que no hace falta salir de casa para relacionarse con el entorno social; pero también se necesita de muchas habilidades para no ser pasado por alto, buscando ser lo más asertivo posible.

Como indica (Gallo, 2012, P. 17) “Facebook se configura como un nuevo sitio de opinión pública y un nuevo espacio público, de acceso más democrático, donde lo que se publica no depende sólo de lo que se piensa sino de lo que los otros también van a pensar, configurándose de cierta manera un medio de autocensura en el que si bien se tiene libertad, también está ligado al pensamiento de los demás”.

De igual forma expresar los sentimientos por medio de Facebook, puede responder a la necesidad de encontrar afecto en otras personas. Los adolescentes buscan por medio de Facebook establecer relaciones afectivas – eróticas.

Como lo dice (Linne/ Basile, 2013) “las interacciones de los adolescentes se llevan a cabo en una vida cotidiana imbricada continuamente con las redes sociales, donde la conexión es dinámica y responde al multitasking: a la vez que realizan tareas en simultáneo alrededor de las pantallas, también activan búsquedas de pareja en simultáneo o exploran relaciones afectivas – eróticas de modo paralelo, tanto varones como mujeres. En esta nueva práctica, mientras los varones suelen ser populares y exitosos dentro y fuera de FB, las mujeres suelen ser más cuestionadas por sus pares, que las acusan de chicas fáciles o robanovios”.

2.6.4 Proveedores de Facebook

Facebook puede colaborar con otros proveedores de servicios para combinar la información que obtienen de un perfil, con la información facilitada por un anunciante para que este pueda enviarle al perfil publicidad relevante en Facebook. En tales casos, Facebook no concede al anunciante acceso directo a ningún tipo de información que identifique a dicho perfil (www.facebook.com).

También pueden autorizar a determinadas empresas que prestan sus servicios a anunciantes para que midan el impacto de sus anuncios en Facebook si aceptan las restricciones sobre el uso que pueden hacer de la información que recopilen (www.facebook.com).

Algunos de los proveedores más conocidos con los que trabaja Facebook son: Amazon, Adobe, Google, Xplosion, entre otros (www.facebook.com).

Así mismo también tomando en cuenta la importancia que da Facebook a la seguridad de sus usuarios, Facebook se ha asociado con varias compañías de software antivirus para poner en marcha una página especial dedicada a mantener la seguridad de los usuarios en las redes sociales (www.pcworldenespanol.com).

CAPÍTULO 3

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Método o tipo de investigación

El método de investigación que se utilizó fue el inductivo y descriptivo ya que se describió cómo Facebook incide en la comunicación interpersonal entre adolescentes.

La investigación es de tipo descriptiva y cuantitativa ya que tratará de recopilar la cantidad de datos necesarios para poder determinar ciertas actitudes que toman los adolescentes en cuanto a la comunicación interpersonal con otros adolescentes, partiendo de lo particular a lo general, sin limitar la investigación a la mera presentación de datos estadísticos, sino poder predecir e identificar la relación que existe entre los indicadores de la variable.

3.2 Variable

Incidencia de Facebook en la comunicación interpersonal.

3.2.1 Definición teórica de la variable

Entiéndase que la incidencia de Facebook en la comunicación interpersonal entre adolescentes es el conjunto de factores que intervienen en la comunicación entre los adolescentes tales como el género, la propiedad de un correo electrónico, ser usuario de internet, ser usuario de Facebook, la propiedad de un perfil en Facebook y si es una herramienta para la comunicación interpersonal entre adolescentes.

3.2.2 Definición operacional de la variable

VARIABLE	No.	INDICADORES	UNIDADES DE MEDICIÓN	FORMAS DE MEDICIÓN
Incidencia de Facebook en la comunicación interpersonal	1	Género	Masculino Femenino	Item 1
	2	Propiedad de correo electrónico	* Propietario * No propietario	Item 2
	3	Usuario de la Internet	* Servicio de correo electrónico * Importancia de las redes sociales.	Item 3 Item 4
	4	Propietario de perfil en Facebook	* Propietario * No propietario	Item 5
	5	Usuario de Facebook	* Conocimiento de amigos * Comunicación interpersonal entre adolescentes * Interacción real fuera de Facebook * Reducción del tiempo útil * Tiempo diario utilizado para el uso de Facebook.	Item 6 Item 7 Item 8 Item 9 Item 10
	6	Herramienta para la comunicación interpersonal	* Aumento de amigos * Conocimiento de personas * Conocimiento del estado emocional de otras personas	Item 11 Item 12 Item 13

3.3 Objetivos

3.3.1 General

Determinar la incidencia de Facebook en la comunicación interpersonal entre adolescentes.

3.3.2 Objetivos Específicos

- Establecer el porcentaje de hombre y mujeres en quienes incide Facebook.
- Determinar el porcentaje de adolescentes que poseen una cuenta de correo electrónico.
- Enumerar que tipos de servicio de correos electrónicos utilizan y qué importancia le dan a las redes sociales.
- Identificar porcentualmente, cuántos adolescentes poseen una cuenta en la red social Facebook.
- Especificar la cantidad porcentual de los usuarios de Facebook que conocen a todos sus amigos de la red y si establecen comunicación interpersonal entre ellos, para luego establecer relaciones interpersonales, además de establecer el tiempo que lo utilizan.
- Constatar si Facebook podría ser una herramienta para la comunicación interpersonal entre adolescentes.

3.4 Técnica

Entre las principales técnicas que se utilizaron para la presente investigación que sirvieron de base para la misma están: consultas bibliográficas, el internet, entrevistas y la encuesta.

3.5 Instrumentos

- Encuesta a los sujetos de la muestra que consta de 13 preguntas tipo cuestionario y matriz para el registro y cuantificación de datos (Ver anexo).

3.6 Universo

El universo de esta investigación fueron los establecimientos de educación básica de la ciudad capital de Guatemala donde la población predominante son los adolescentes. Como sub – universo de la investigación, se tomó a los 500 estudiantes del Centro de Usos Múltiples “Dr. Carlos Gonzales Orellana” zona 5.

3.7 Población

Para efectos de la investigación se tomó como población a 187 estudiantes de tercero básico que cumplen con rangos de edades, entre los 14 y 16 años.

3.8 Muestra.

La muestra se tomó de los grados de tercero básico del establecimiento en la jornada matutina, realizando la encuesta a 110 estudiantes, una entrevista a 10 profesores que imparten tercero básico y al director de dicho establecimiento.

El total de la muestra es de 110 estudiantes, todos adolescentes en el rango entre 14 y 16 años de edad, que se calculó con base a la siguiente fórmula (www.uaeh.edu.mx).

$$n = \frac{Z^2 pq N}{NE^2 + Z^2 pq}$$

Dónde:

n es el tamaño de la muestra;

Z es el nivel de confianza;

p es la variabilidad positiva;

q es la variabilidad negativa;

N es el tamaño de la población;

E es la precisión o el error.

Se considera una confianza del 90%, un porcentaje de error del 10% y la máxima variabilidad, por no existir antecedentes en la institución sobre la investigación y porque no se puede aplicar una prueba previa por falta de tiempo y recursos.

El porcentaje de confianza del 90 % equivale a decir que en dicho porcentaje de seguridad podemos generalizar los resultados obtenidos a la totalidad de la población, pero para este nivel de confianza utilizaremos el valor de la tabla de Z de distribución normal, la cual es de 1.645.

Sustituyendo los valores:

$$n = \frac{(1.645^2)(0.50)(0.50)(187)}{(187)(0.05^2) + (1.645^2)(0.50)(0.50)}$$

$$n = 110.58$$

Con lo anterior se tiene una cota mínima de 110 alumnos para la muestra y así poder realizar la investigación sin más costo del necesario, pero con la seguridad de que las condiciones aceptadas para la generalización (confiabilidad, variabilidad y error) se mantienen.

3.9 Técnica Estadística

La técnica estadística que se aplicó fue descriptiva que se auxilia de un diagrama de barras para precisar los datos de la información cuantificada. Las gráficas permiten decodificar y asimilar de manera sencilla la información.

La estadística descriptiva es una gran parte de la estadística que se dedica a recolectar, ordenar, analizar y representar un conjunto de datos, con el fin de describir apropiadamente las características de este. Este análisis es muy básico. Aunque hay tendencia a generalizar a toda la población, las primeras conclusiones obtenidas tras un análisis descriptivo, es un estudio calculando una serie de medidas de tendencia central, para ver en qué medida los datos se agrupan o dispersan en torno a un valor central (www.wikipedia.com).

CAPÍTULO 4

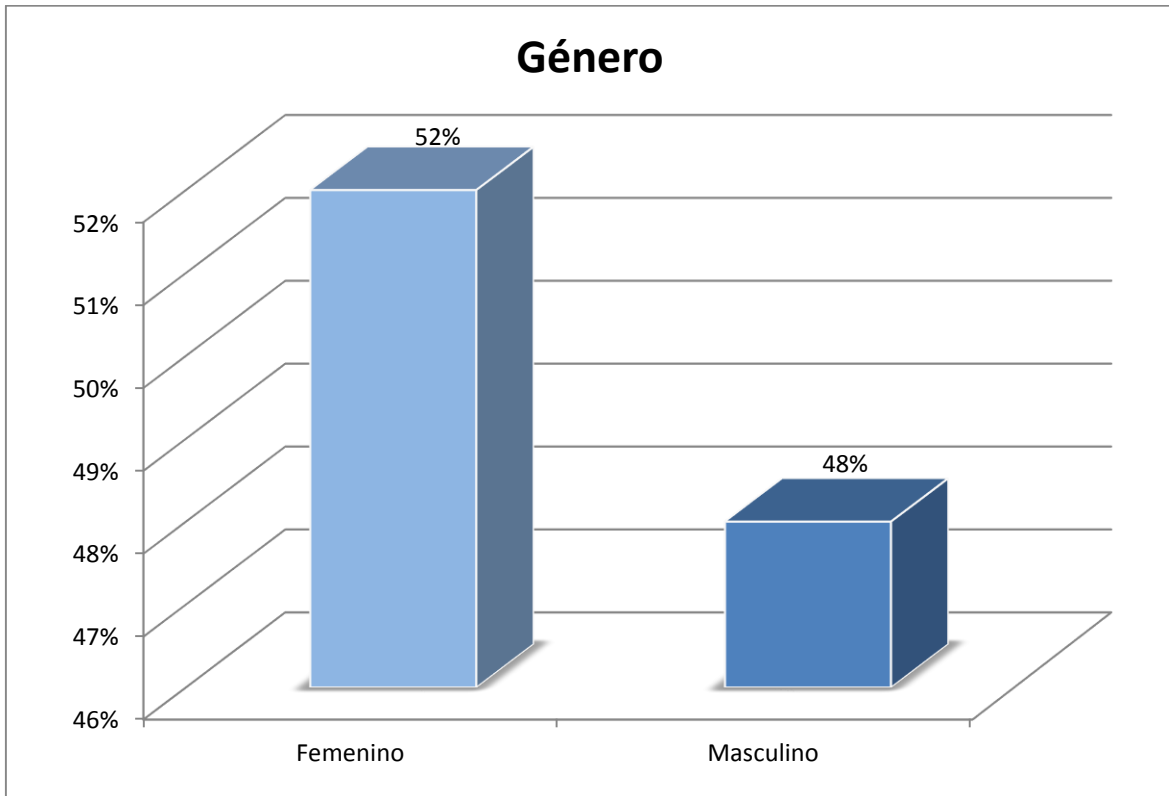
**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS
RESULTADOS**

4.1 Presentación y análisis de datos

En este capítulo se presenta el análisis e interpretación de los resultados de la investigación de campo. Los resultados de la encuesta se presentan mediante gráficas con los diagramas de barras. El análisis de la información se hizo de acuerdo con los objetivos. La descripción de cada gráfica va de acuerdo a la variable y a la unidad de medición. Los resultados se determinan en porcentajes para calcular en qué medida incide Facebook en la comunicación interpersonal entre los adolescentes.

A través de las preguntas que se hicieron por medio de la encuesta se obtienen respuestas al problema central de la investigación: ¿Cómo incide Facebook en la comunicación interpersonal entre adolescentes?

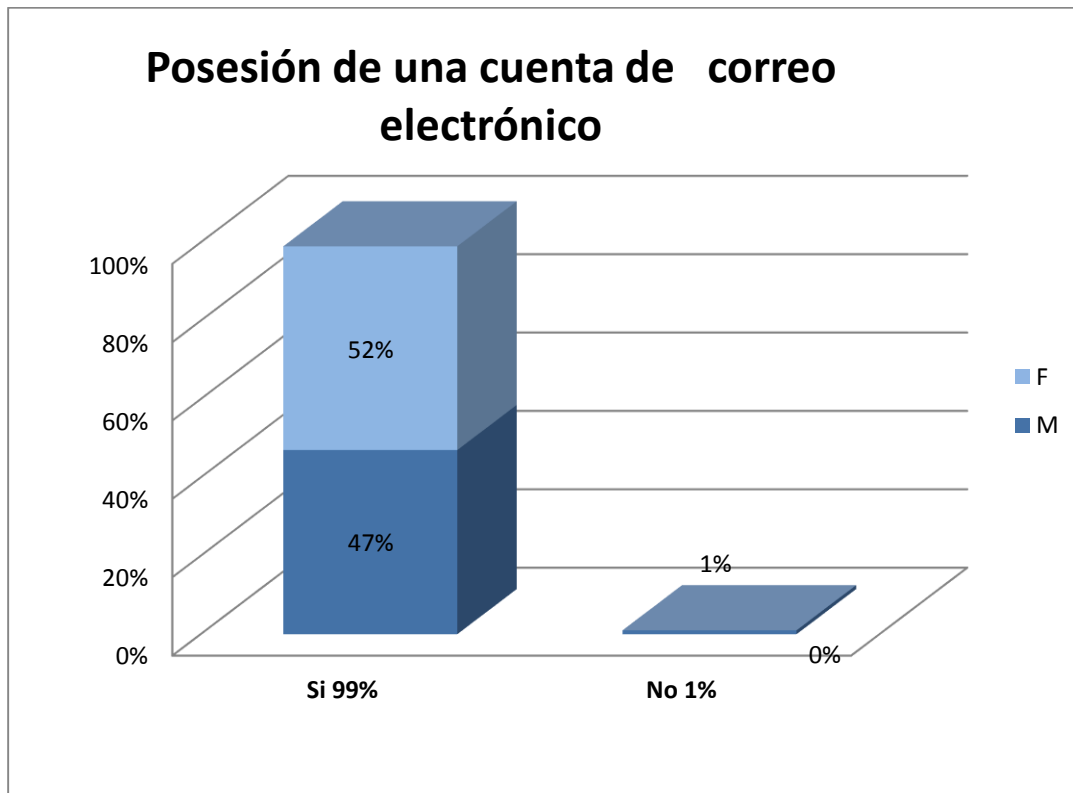
Gráfica No. 1



Fuente: Estudio realizado en el Instituto Centro de Usos Múltiples "Dr. Carlos González Orellana", Zona 5, de mayo a junio del 2013.

En el grupo encuestado predomina el género femenino con un 52%, mientras que el género masculino un 48% del total de la muestra. El conocimiento del género de los encuestados cobra importancia porque en alguna medida incide en la forma como se utiliza Facebook. Es posible que el género femenino dé mayor importancia al uso de una red social, por su nivel de popularidad de las adolescentes con sus demás compañeras lo cual podría deberse al crecimiento mayor del género femenino sobre el género masculino.

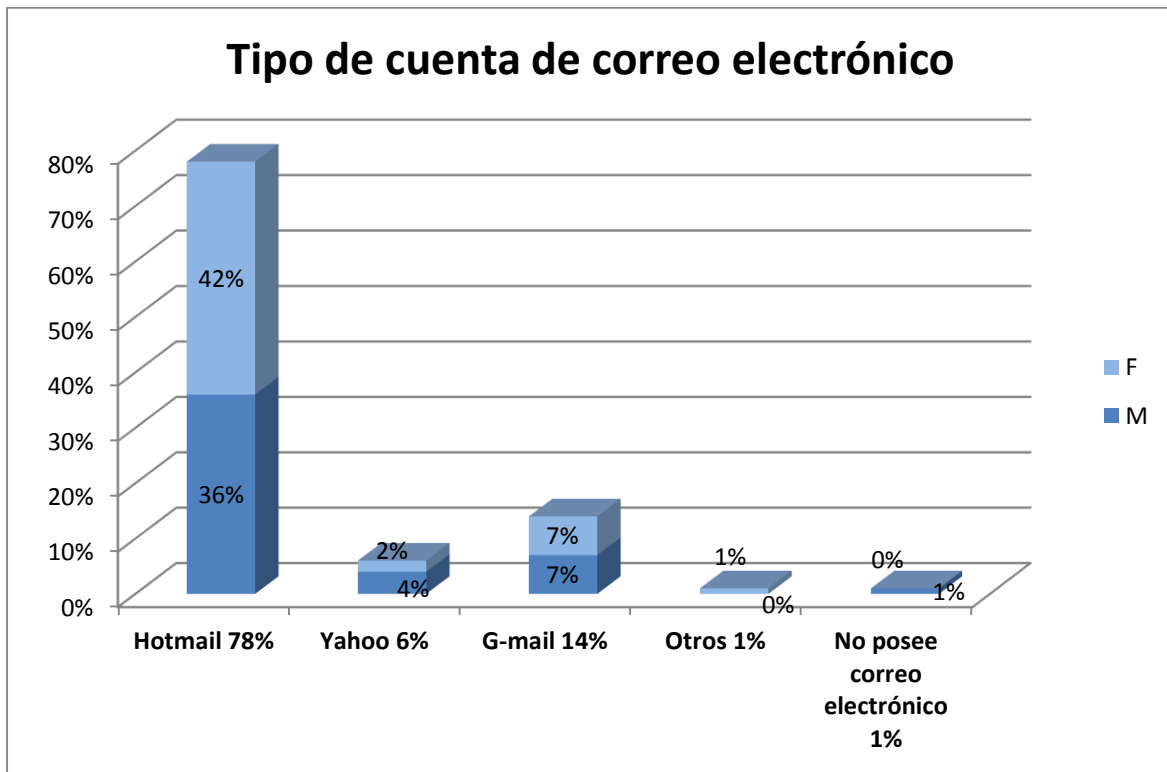
Gráfica No. 2



Fuente: Estudio realizado en el Instituto Centro de Usos Múltiples “Dr. Carlos González Orellana”, Zona 5, de mayo a junio del 2013.

La posesión de una cuenta de correo electrónico es importante para una cantidad de personas, de acuerdo con el uso que se le da. Puede que se utilice para fines laborales o negocios o posiblemente sea un canal de comunicación. En este caso podría decirse que es un elemento importante para poder tener una cuenta en las redes sociales ya que se ha vuelto indispensable el correo electrónico. Como lo muestra la gráfica No. 2, el 99% de los encuestados posee una cuenta de correo electrónico.

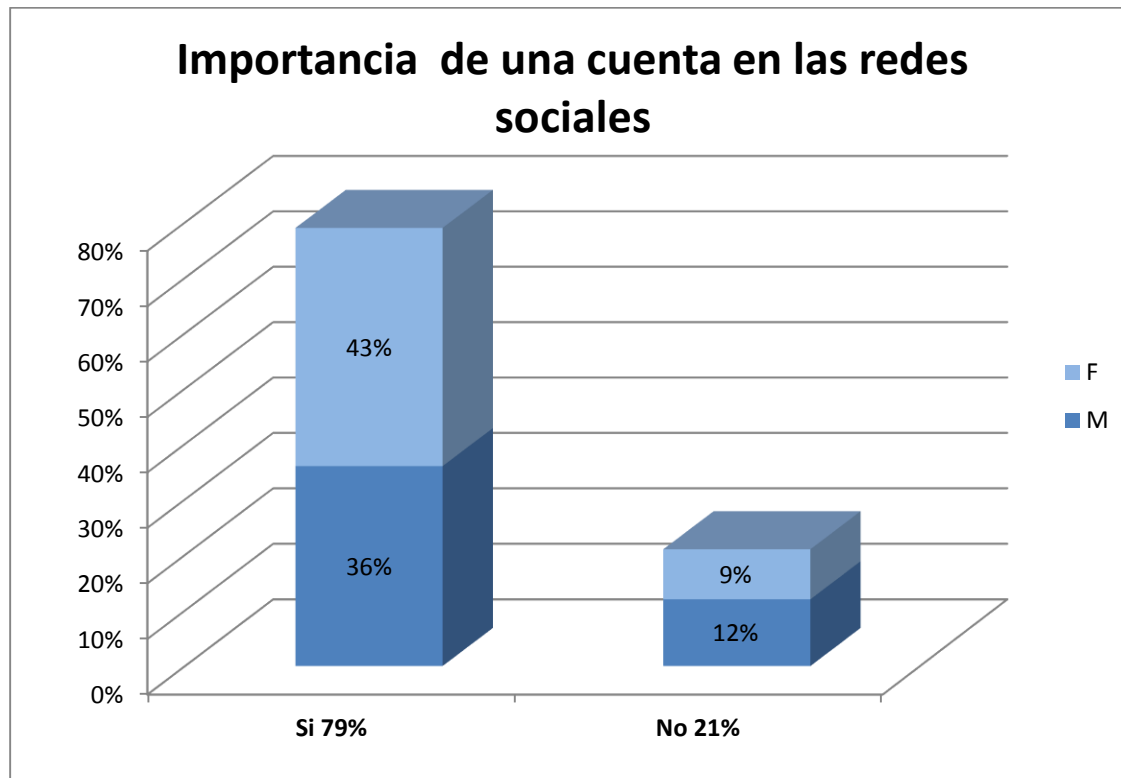
Gráfica No. 3



Fuente: Estudio realizado en el Instituto Centro de Usos Múltiples “Dr. Carlos González Orellana”, Zona 5, de mayo a junio del 2013.

Para los usuarios de una cuenta de correo electrónico cobra importancia la cantidad de características que distinguen el tipo de cuenta que utilizan, por ejemplo: elementos tan simples y estéticos como la interfaz de una cuenta podrían ser de suma importancia, incluso, hasta la cantidad de espacio que ofrezca para almacenar mensajes en la bandeja de entrada y el soporte que se tenga para adjuntar archivos. Por ello cabe mencionar que se colocaron en la siguiente gráfica los tipos de cuenta de correo electrónico más comunes y utilizadas. La gráfica demuestra un 78% de los encuestados que prefiere utilizar las cuentas de Hotmail, un 14% G-mail y un 6% utiliza Yahoo. Podría decirse que la mayoría prefiere Hotmail por ser este el que más rápido se asocia con los sistemas operativos, como Windows.

Gráfica No. 4

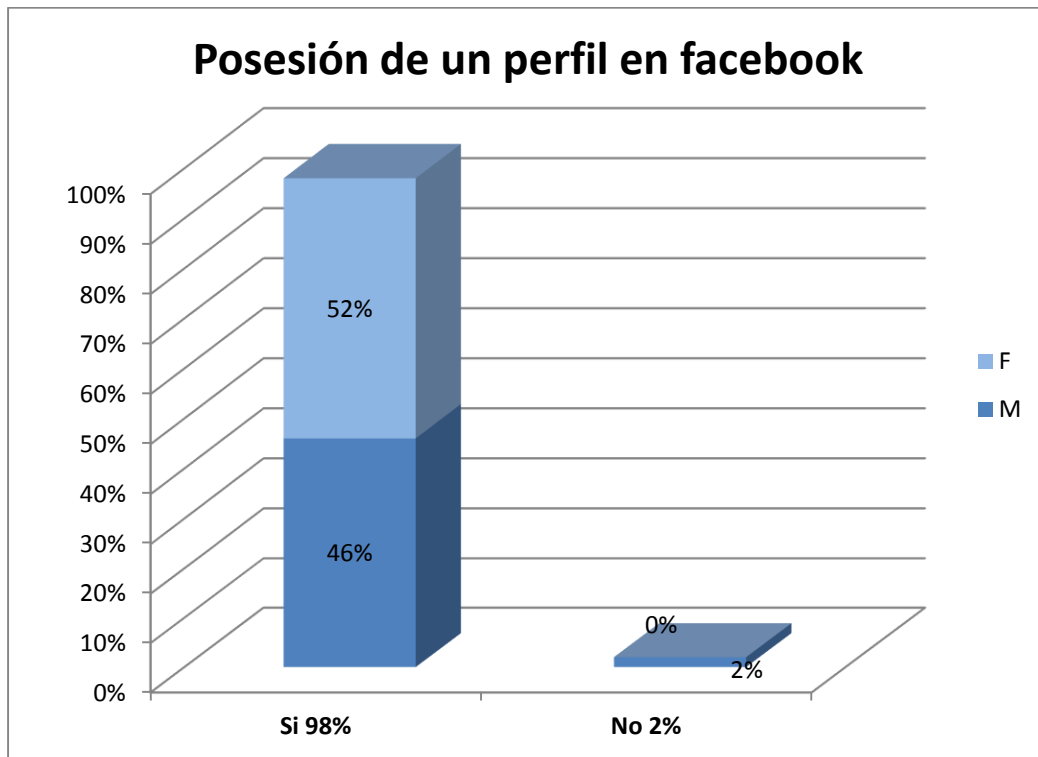


Fuente: Estudio realizado en el Instituto Centro de Usos Múltiples “Dr. Carlos González Orellana”, Zona 5, de mayo a junio del 2013.

“El educador Ramiro McDonald dice que las redes sociales pueden ser negativas, si en realidad la atención de la persona se enfoca de manera excesiva en estas y, como consecuencia, afecte su trabajo y estudio. “Es bueno mantenerse en contacto con nuestras amistades a través de estos medios, pero es malo estar pendientes de ellas en todo momento” añade” (Quijada, 2013, P. 43).

Podría decirse que la importancia que se dé a las redes sociales es un concepto muy íntimo y personal de cada sujeto. En este caso cabe mencionar que en la Gráfica No. 4 se observa que el 79% de los encuestados cree que es importante tener una cuenta en las redes sociales, mientras que el 21% asegura que no.

Gráfica No. 5

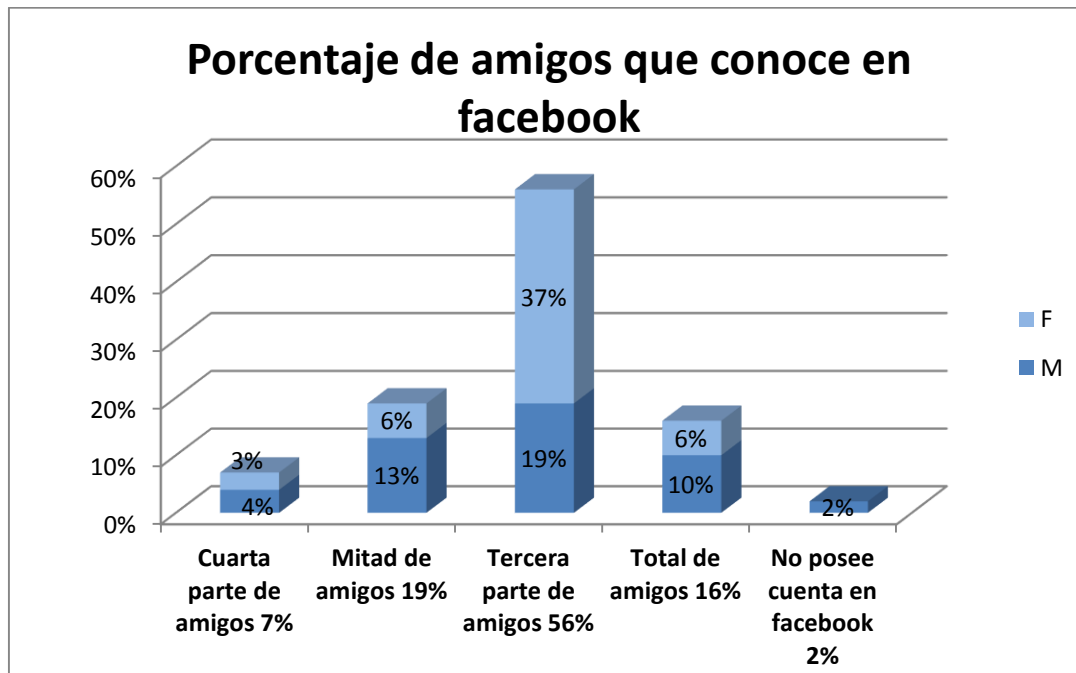


Fuente: Estudio realizado en el Instituto Centro de Usos Múltiples “Dr. Carlos González Orellana”, Zona 5, de mayo a junio del 2013.

“Antes del surgimiento de Facebook – por ejemplo –, los sentimientos se exponían a través de conversaciones cara a cara, con los amigos íntimos, guardando siempre cierta discreción. Hoy está de moda hacerlo a través de las redes sociales, donde cientos de personas se enteran en tiempo real de lo que están viviendo los demás, comenta el historiador y sociólogo Aníbal Chajón” (Díaz, 2013, P. 18).

En la gráfica No. 5 se observa que el 98% de los encuestados posee un perfil en Facebook, mientras que sólo un 2% no lo posee.

Gráfica No. 6



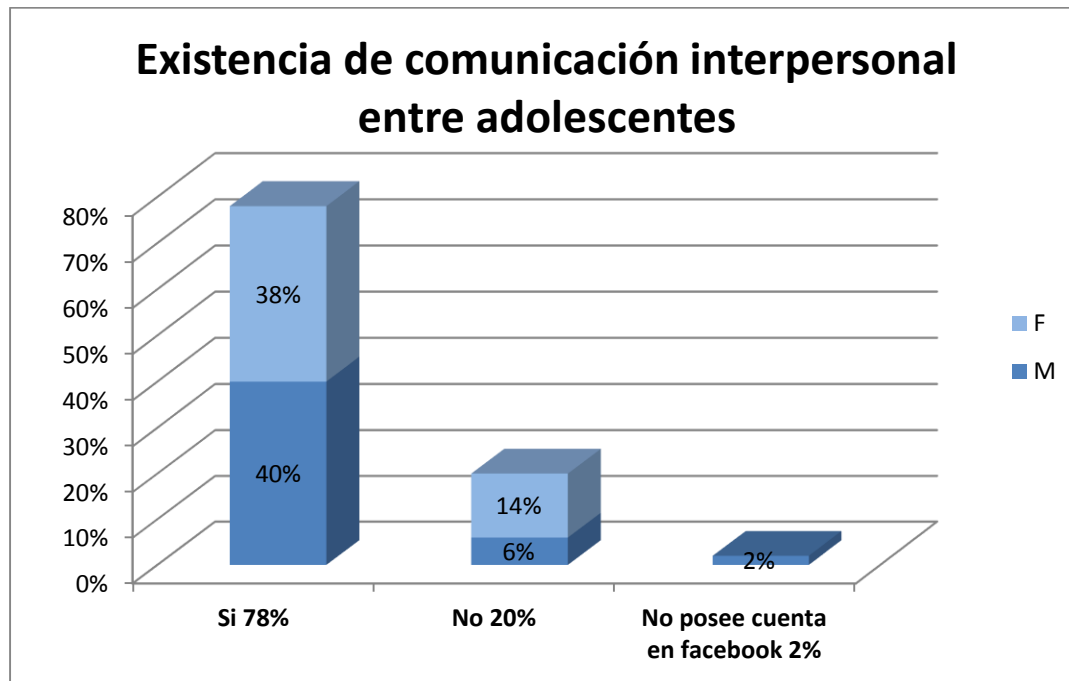
Fuente: Estudio realizado en el Instituto Centro de Usos Múltiples “Dr. Carlos González Orellana”, Zona 5, de mayo a junio del 2013.

La gráfica muestra cómo es que la mayoría de los jóvenes no conocen al total de sus amigos en Facebook lo cual podría ser por la búsqueda de un nivel de popularidad. Tener más amigos toma más importancia en su perfil de Facebook ya que más personas podrán ver todo aquello que compartan en dicha red social.

La palabra amigo en las redes sociales puede ser que tome un significado diferente al convencional ya que lo más importante es poder aumentar su número de amigos, enviando solicitudes a otros adolescentes que incluso no conocen en persona sino solamente en la red. Podría decirse que lo importante no es conocer a todas las personas sino solamente llegar a tener la mayor cantidad de amigos posibles.

La gráfica muestra al 56% que conoce a la tercera parte de sus amigos en Facebook, el 19% a la mitad, mientras que solo el 16% conoce al total de sus amigos y el 7% a la cuarta parte. La columna del 2% son los adolescentes que no cuentan con una cuenta en la red social Facebook.

Gráfica No. 7



Fuente: Estudio realizado en el Instituto Centro de Usos Múltiples “Dr. Carlos González Orellana”, Zona 5, de mayo a junio del 2013.

“La comunicación interpersonal significa comunicación entre personas, en cuya interacción ejercen influencia recíproca. Puede ser una comunicación entre dos personas o puede ser en pequeños o grandes grupos. Puede ser formal o informal, personal o impersonal” (Báez, 2000, P. 3).

La gráfica No. 7 registra un 78% que sí existe comunicación entre los adolescentes y Facebook ayuda a establecer esta comunicación por medio del diálogo en la plataforma virtual, mientras que el 20% opina que Facebook no ayuda a establecer una comunicación interpersonal entre los adolescentes. Podría decirse que muchos de los encuestados prefieren establecer una comunicación por medio de la red social, debido a la facilidad de no tener que interactuar directamente con las otras personas.

Gráfica No. 8

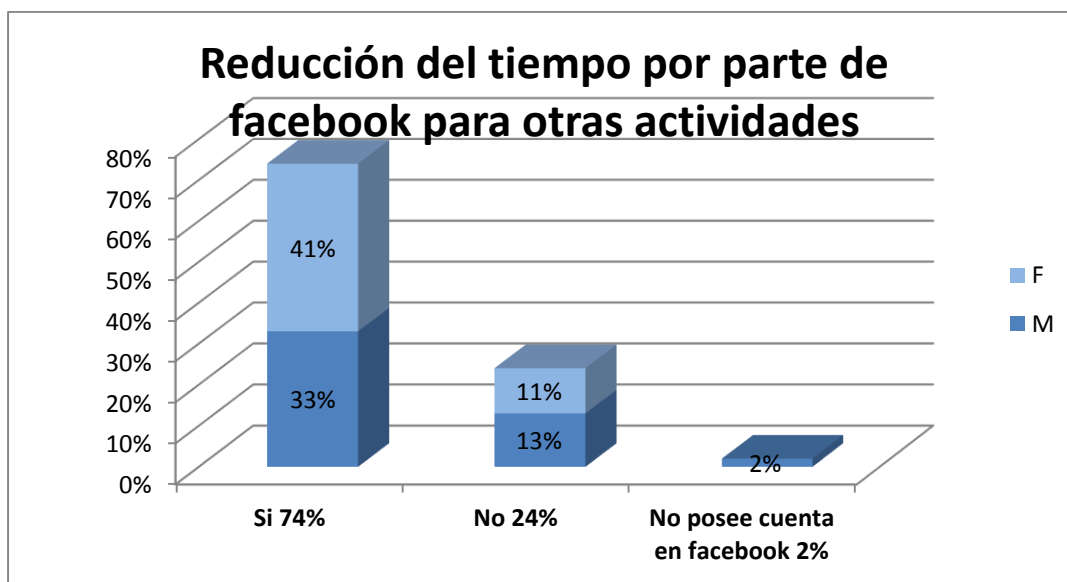


Fuente: Estudio realizado en el Instituto Centro de Usos Múltiples “Dr. Carlos González Orellana”, Zona 5, de mayo a junio del 2013.

La gráfica No. 8 muestra el 82% de encuestados quienes afirman que han logrado establecer más relaciones interpersonales con otros adolescentes, gracias al contacto que pudieron establecer en Facebook, mientras que el 16% no ha podido establecer mayor cantidad de relaciones interpersonales después del contacto en dicha red. Esto podría ser consecuencia de la capacidad que se tenga para establecer contacto fuera de la red social lo cual pone en evidencia que la comunicación en la vida real no se logra como en una red social.

“Las relaciones con los pares son vitales para la transición de la infancia a la vida adulta, ayudan a facilitar dicho pasaje y resultan altamente significativas en la conformación de la identidad. Da cuenta de ello la preferencia de los adolescentes por compartir su tiempo libre con el grupo de amigos, con quienes construyen códigos propios de comunicación, reconocen un mayor sentido de pertenencia, empatía y comprensión de su circunstancia” (www.educ.ar).

Gráfica No. 9

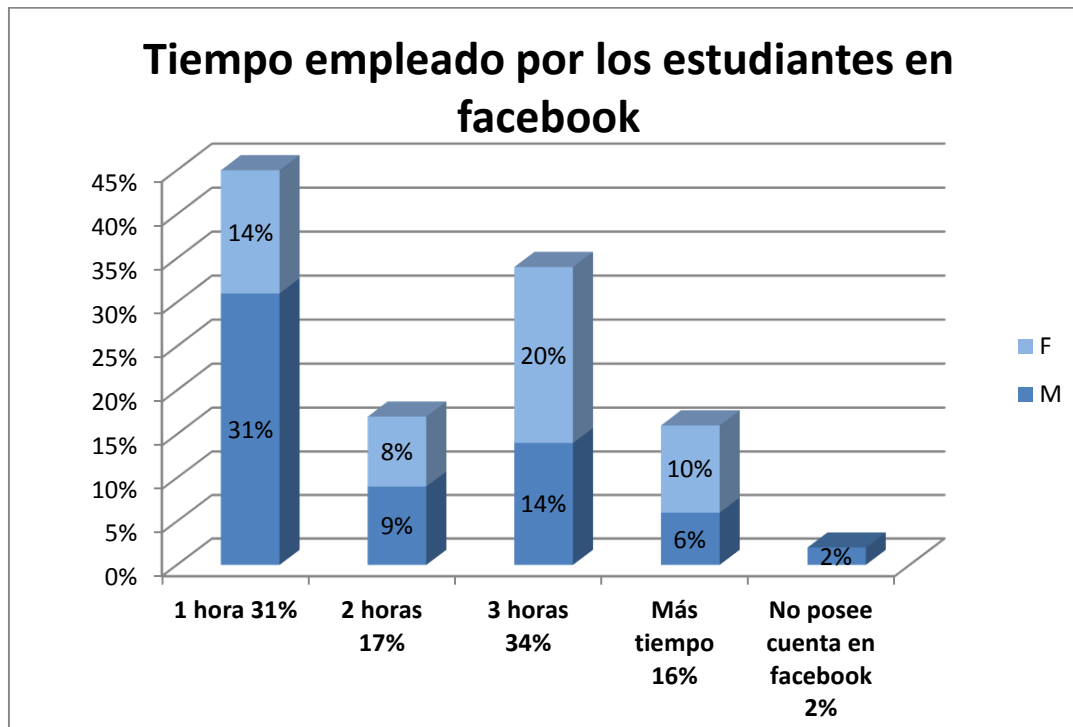


Fuente: Estudio realizado en el Instituto Centro de Usos Múltiples “Dr. Carlos González Orellana”, Zona 5, de mayo a junio del 2013.

La reducción del tiempo para la realización de otras tareas en los adolescentes es uno de los fenómenos más comunes cuando se habla de Facebook en los adolescentes. “Dejar parcial o totalmente las redes sociales ayuda a reducir el estrés. También permite darnos cuenta que la realidad en la que vivimos es diferente a la del internet, pues las plataformas digitales se prestan para vivir una fantasía. La mayoría de las personas presentan una imagen falsa de sí misma”, explica la psicóloga Margarita de Mazariegos. Ella asegura que cerró su cuenta de Facebook durante tres años y haberlo hecho le permitió ser más productiva, tener privacidad y tiempo libre para compartir con personas cercanas” (Quijada, 2013, P. 43).

Según lo muestra la gráfica No. 9, el 24% de los encuestados cree que Facebook no reduce su tiempo para desenvolverse en otras tareas, mientras que un 74% afirmó que sí.

Gráfica No. 10

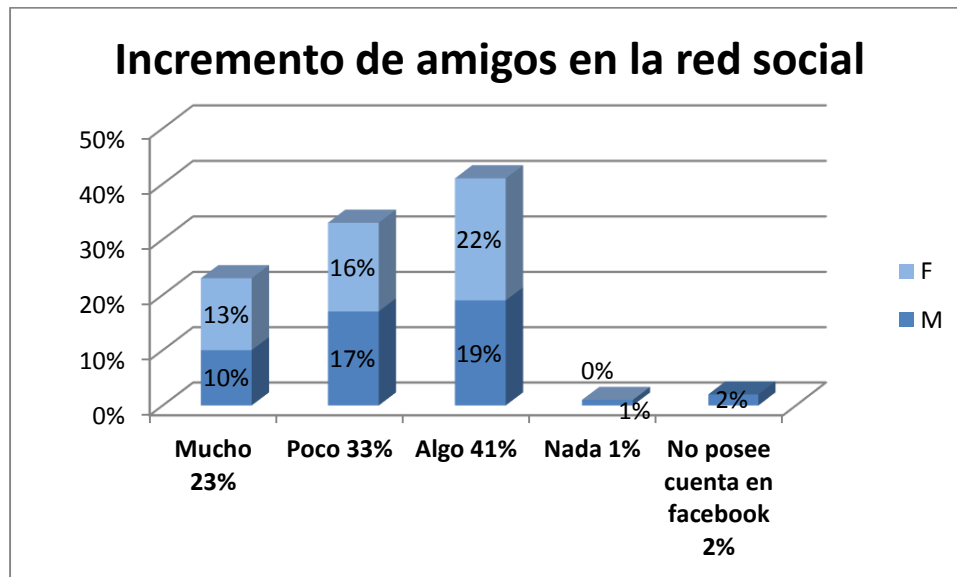


Fuente: Estudio realizado en el Instituto Centro de Usos Múltiples “Dr. Carlos González Orellana”, Zona 5, de mayo a junio del 2013.

La encuesta arrojó que el 34% utiliza Facebook 3 horas al día, le sigue un 31% con 1 hora, por debajo de este porcentaje el 17% lo utiliza por 2 horas y por último, el 16% lo utiliza por más tiempo. Esto podría ser por la necesidad de estar en contacto con sus amigos. En este caso se pudo observar adolescentes que utilizan dicha red social hasta 6 u 8 horas al día, minimizando la capacidad de desenvolverse en otras actividades.

“A pesar de que las redes sociales pueden ser medios para distraerse de las actividades diarias y sirven para optimizar la productividad de un profesional o estudiante, debilitan muchas habilidades sociales, afirman algunos usuarios y especialistas del tema” (Quijada, 2013, P. 43).

Gráfica No. 11

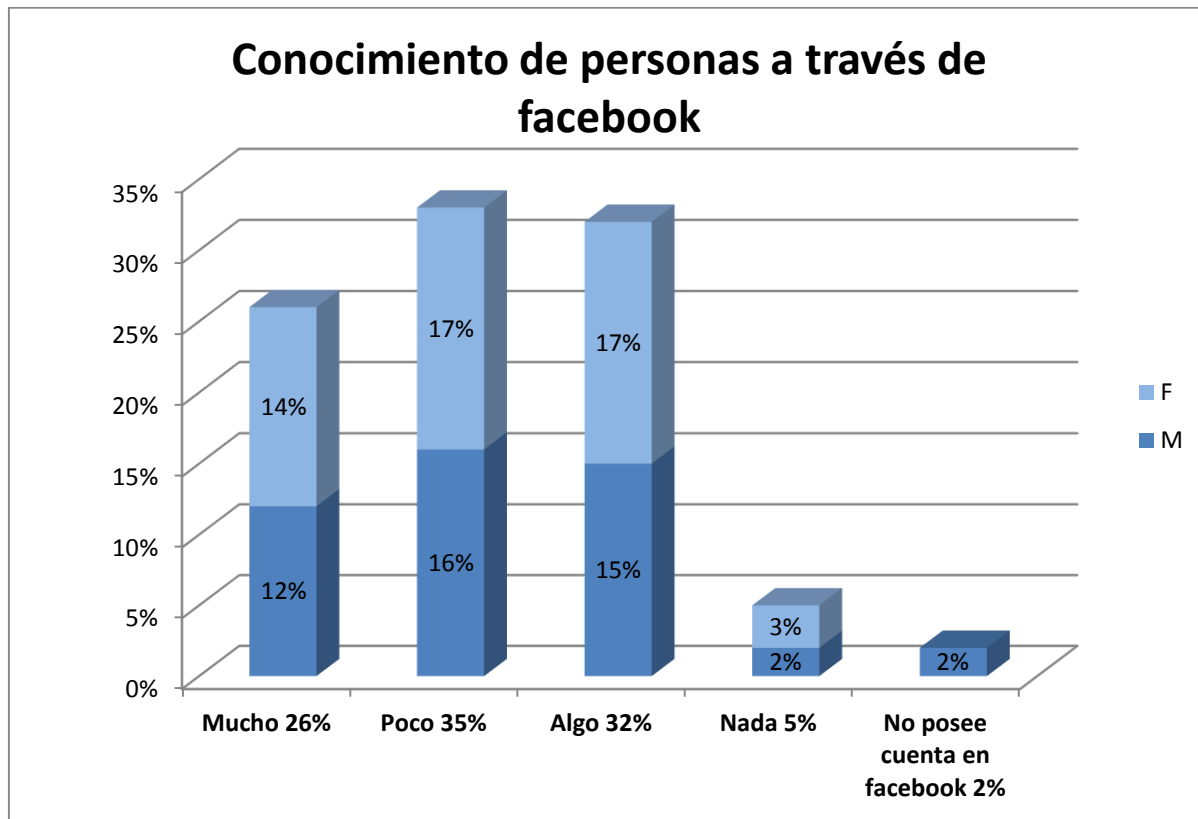


Fuente: Estudio realizado en el Instituto Centro de Usos Múltiples “Dr. Carlos González Orellana”, Zona 5, de mayo a junio del 2013.

La gráfica No. 11 muestra cómo es que los encuestados consideran que han aumentado sus amigos en la red social Facebook. Puede observarse que el 41% considera que sus amigos han aumentado algo, en contraposición un 1% cree que sus amigos no han aumentado nada y le sigue un 33% que asegura que han aumentado poco, solamente un 23% afirma que sus amigos han aumentado mucho. Podría decirse que los resultados arrojados demuestran cómo es que la gran mayoría logra aumentar, en cierta medida, sus amigos en la red social sin caer en el exceso.

“Inmersos en este mundo tecnológico, es comprensible que la vida social de los adolescentes pase por las pantallas. Los chicos quieren aumentar su lista de “amigos”. Y para conquistar la amistad del otro, a veces comparten información personal. El concepto de “amistad” virtual y real, no es el mismo. Y ellos lo saben. Pero los amigos de la Red son también “amigos”. Y suman. Para el adolescente, el anonimato y la intimidad ceden ante el deseo de fama y popularidad” (Ballestrini, Marcon, Morduchowicz, Sylvestre, 2010, P. 4).

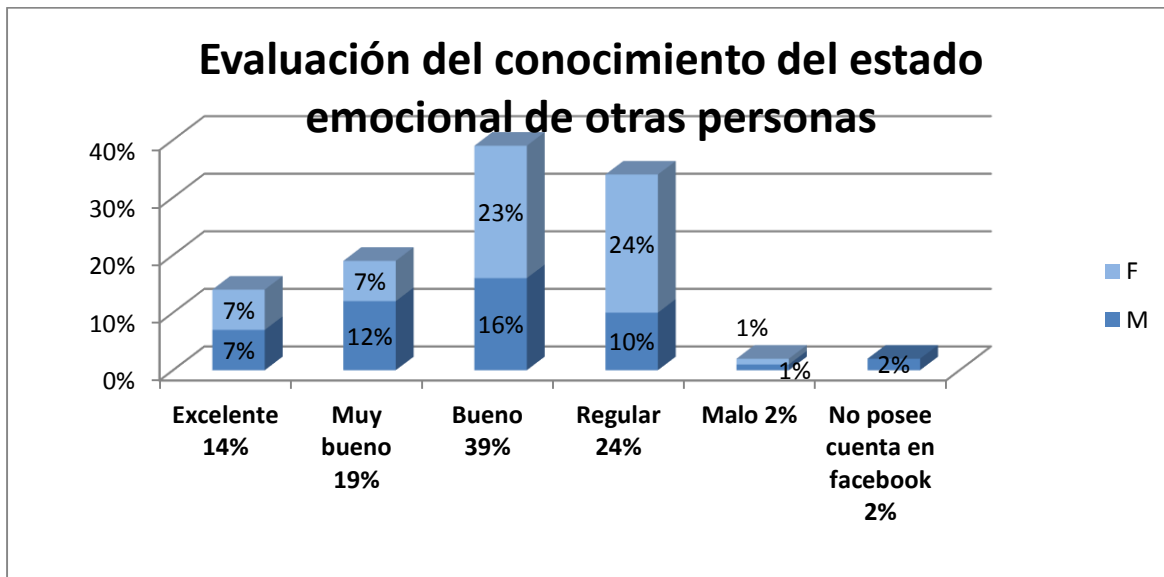
Gráfica No. 12



Fuente: Estudio realizado en el Instituto Centro de Usos Múltiples “Dr. Carlos Gonzáles Orellana” Zona 5 del mes de Mayo al mes de Junio del 2013.

El 35% de los encuestados coincidieron en que el número de personas que han conocido a través de Facebook es “poco”. Como lo muestra la gráfica No. 12. el 32% estableció que aumento “algo” el conocimiento de personas, mientras que el 5% no ha logrado conocer a ninguna persona a través de Facebook. En contraposición el 26% afirmó que ha logrado conocer a muchas personas a través de esta red haciendo que su cantidad de amigos aumente, para lo cual podría ser que no necesariamente los conozca. De alguna manera, podría decirse que la red social está ahí para conocer personas pero no necesariamente todas necesiten conocer a más amigos, ya que como lo muestran los resultados una minoría podría utilizar solo para comunicarse con aquellos a quienes ya conocen.

Gráfica No. 13



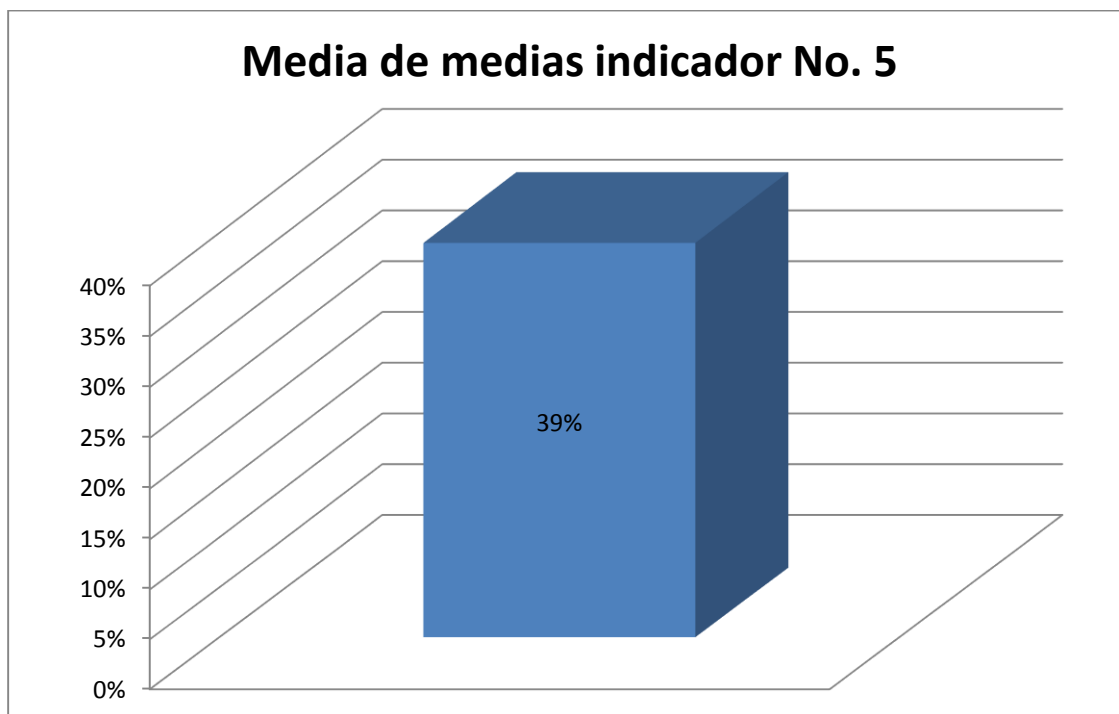
Fuente: Estudio realizado en el Instituto Centro de Usos Múltiples “Dr. Carlos González Orellana”, Zona 5, de mayo a junio del 2013.

Por los niveles de importancia que se le dan a la popularidad en la adolescencia y la cual se llena por medio de los amigos, el humor y la espontaneidad, estos han optado por nuevas formas de comunicarse y sociabilizar, para lo cual el internet y las redes sociales vienen a jugar un papel importante. Es por ello que la identidad de los adolescentes no puede entenderse sin sus amigos. Y sin ellos, tampoco es fácil comprender los usos que hacen de los medios y las tecnologías. (Ballestrini, Marcon, Morduchowicz, Sylvestre, 2010, P. 4).

La gráfica No. 13 muestra la evaluación que los encuestados le dan al hecho de conocer el estado emocional de otras personas; el 39% opina que es “bueno” conocer el estado emocional de otras personas, le sigue un 24% que cree “regular” el hecho de saber cómo se siente otras personas, en contraposición con esto el 2% cree que es “malo” saber el estado emocional de otras personas y el 14% opina que es “excelente” poder conocer el estado emocional de otros por

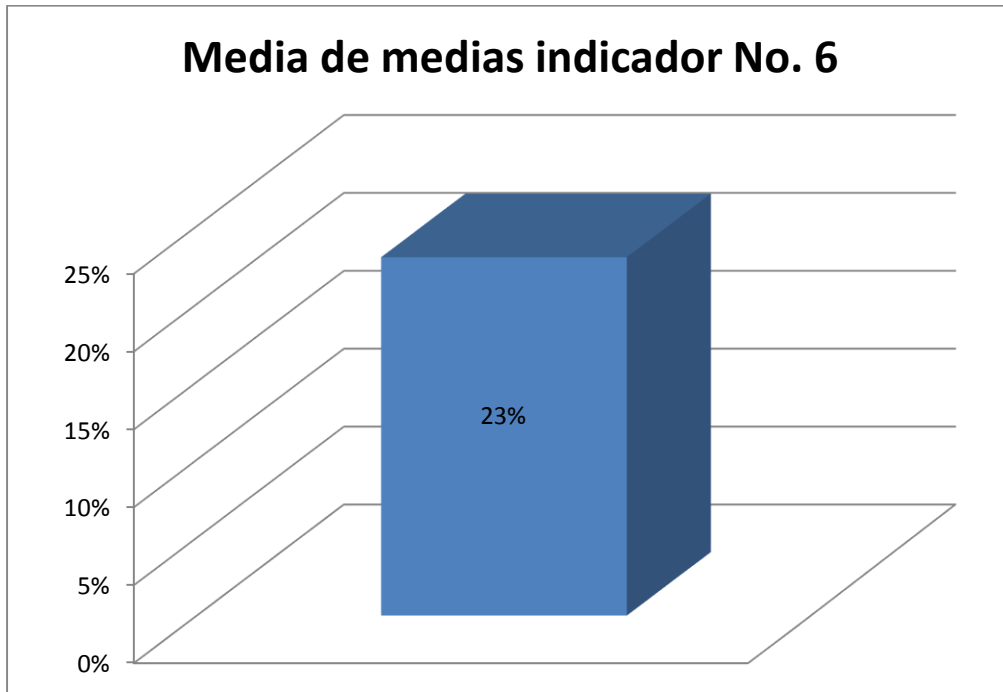
medio de Facebook, al igual que el 19% cree que es “muy bueno”. Esto posiblemente podría ser consecuencia de la pregunta de los estados de Facebook a la que muchos responden: ¿En qué estás pensando?

Gráfica No. 14



La gráfica 14 muestra el porcentaje de la media de medias del indicador No. 5 según que se puede observar en la definición operacional de la variable (ver P. 41).

Gráfica No. 15



En la gráfica 15 se puede observar el porcentaje de la media de medias con respecto al indicador No. 6, el cual se puede observar en la definición operacional de la variable (ver P. 41).

Con base en la media de medias de los indicadores 5 y 6 los cuales se pueden observar en la definición operacional de la variable (ver P. 41), se obtiene la media de medias de ambos indicadores, para determinar en alguna medida que la incidencia de Facebook en la comunicación interpersonal entre adolescentes es del 31%.

Conclusiones

Se puede decir que Facebook tiene una incidencia del 31% en los adolescentes del Centro de Usos Múltiples Dr. Carlos González Orellana por la aceptación que estos tienen hacia esta red social y tiene incidencia en la forma que la utilizan, como una plataforma para mejorar sus relaciones interpersonales dentro y fuera de la red social.

Se estableció que el porcentaje de mujeres fue más alto en la investigación con el 52% y el de hombres del 48%. Esto podría ser consecuencia del alto crecimiento poblacional y la predominancia del sexo femenino en la investigación ya que estas le dan mayor importancia a los niveles de popularidad que alcancen por medio de las redes sociales.

La posesión de una cuenta de correo electrónico en los adolescentes se determinó con un 99% que si poseen mientras solo el 1% no la posee. Esto demuestra que los adolescentes tienen acceso a la tecnología y cada día dependen más de esta para comunicarse, puesto que ahora no es raro ver a alguien que tenga correo electrónico sino que es raro ver a alguien que no lo tenga.

Los correos que utilizan los adolescentes son los más conocidos en la web, como Hotmail con un 78%, G-mail con un 14%, Yahoo con el 6% y el 1% que utiliza otro tipo de servicio, además del 1% que no posee cuenta de correo electrónico. Así mismo se detalla que el 79% cree que es importante tener una cuenta en las redes sociales y solo el 21% que no lo es. Esto significa que muchos de los adolescentes prefieren Hotmail por los elementos que ofrece como

capacidad de almacenaje de mensajes, soporte de datos para enviar información, capacidad para compartir imágenes de manera más rápida, hasta elementos estéticos como la interfaz.

Se identificó que el 98% de los adolescentes poseen una cuenta en Facebook mientras que sólo el 2% no la tiene. Esto prueba que los adolescentes hacen uso de las redes sociales para estar comunicados y también para que forme parte de su identidad como adolescentes, la sociedad actual los tiene acostumbrados a un mundo tecnológico y prueba de ello es que los adolescentes en su mayoría poseen un perfil en Facebook.

Solo el 15% de los adolescentes conoce al total de sus amigos en Facebook, mientras que el 56% conoce a la tercera parte, el 19% a la mitad y el 7% a la cuarta parte. De igual forma, el 78% de los adolescentes cree que Facebook si establece comunicación interpersonal y solo el 20% no. Así mismo el 82% afirmó que si estableció más relaciones interpersonales y el 16% no. Por otra parte, el 74% de los adolescentes cree que Facebook reduce su tiempo para realizar otras tareas y el 25% no. En esa línea el 34% afirmó que utiliza Facebook por tres horas al día, mientras que el 31% una hora, el 17% dos horas y el 16% más tiempo.

Hay incidencia de Facebook en la comunicación interpersonal entre los adolescentes ya que los porcentajes demuestran que los adolescentes le dan importancia a su perfil en Facebook pues la mayoría lo ha utilizado para poder mejorar sus relaciones interpersonales dentro y fuera de la red social, lo negativo es el uso excesivo que estos hacen de Facebook reduciendo su tiempo para desenvolverse en otras tareas.

Se constató que Facebook es una herramienta para la comunicación interpersonal entre adolescentes ya que el 41% de los adolescentes creen que sus amigos en Facebook han aumentado “algo”, mientras el 33% “poco”, el 24% “mucho” y solo el 1% “nada”. De igual manera el 39% evaluó como “bueno” el conocer el estado emocional de otras personas, el 25% “regular”, el 19% “muy bueno”, el 14% “excelente” y el 2% “malo”. Sin embargo, el 35% afirmó que el conocimiento de personas a través de Facebook ha sido “poco”, el 32% “algo”, el 26% “mucho” y el 5% “nada”.

Así mismo puede denotarse como es que los adolescentes hacen que Facebook forme parte de sus vidas cotidianas. Facebook juega un papel importante como una herramienta que puede apoyar a la comunicación interpersonal entre los adolescentes, siempre y cuando tenga la debida supervisión de parte de los padres de familia o encargados de estos.

Recomendaciones

Ante el poco conocimiento en persona de los amigos en Facebook por parte de los adolescentes, se recomienda aceptar solo a las personas que conozcan en persona, ya que a veces se utilizan perfiles falsos para poder captar la atención de los adolescentes, lo cual los convierte en blancos fáciles para actividades anómalas en contra de ellos o bien que los pueda involucrar, por lo que también se recomienda conocer en persona al total de sus amigos en Facebook.

Se recomienda adecuar horarios por parte de los padres de familia para que los adolescentes no caigan en uso excesivo de Facebook, lo cual puede llegar a convertirse en una adicción, como lo muestra la investigación ya que el 34% lo utiliza por tres horas al día, mientras que el 16 % lo utiliza por más tiempo.

Fomentar en los adolescentes por medio de charlas o talleres la importancia que tiene la comunicación interpersonal para el desarrollo de sus capacidades como seres sociales, y enseñar que Facebook podría ser una herramienta para la comunicación interpersonal entre los adolescentes y no la más esencial e importante, haciéndoles saber que hay un mundo real fuera de las redes sociales, lleno de opciones y oportunidades por descubrir.

BIBLIOGRAFIA

1. A. Almansa, O. Fonseca y A. Castillo. 2013. *Redes sociales y jóvenes*. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. España/ Colombia. Comunicar, nº 40, v. XX, 2013, Revista Científica de Educomunicación; ISSN: 1134-3478; páginas 127-135. Disponible en <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-03-03> Obtenido el 8 de abril de 2014.
2. Ballestrini, Marcon, Morduchowicz, Sylvestre. 2010. *Los adolescentes y las redes sociales*. Obtenido el 25 de Mayo del 2013.
3. Barker, Alan. 2000. *Cómo mejorar la comunicación*. España. Editorial Gedisa.
4. Báez Evertsz, Carlos J. 2000. *La comunicación efectiva*. República Dominicana. Editora BUHO.
5. Bazarra, Lourdes/ Casanova, Olga. 2001. *Adolescentes, televisión e Internet: ¿protagonistas o espectadores de la realidad?* Jóvenes del siglo XXI, No. 124. Disponible en <http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=jhXtK8Fw1jwC&oi=fnd&pg=PA155&dq=los+adolescentes+y+el+internet&ots=lvCujXCybL&sig=-T81gG5JF61TgDwRvwiJh3lqrSU#v=onepage&q=los%20adolescentes%20y%20el%20internet&f=false>
6. Castillo Cordón, Cesar Augusto. 2011. *Incidencia en la comunicación interpersonal maestro-alumno, como factor esencial del proceso enseñanza-aprendizaje en el ciclo básico del colegio José Milla y Vidaurre*. Tesis de licenciatura en ciencias de la comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de ciencias de la comunicación.
7. Chimbo Gómez, Karina Maricela/ Rodas Molina Cecilia Elizabeth. 2013. *Estudio de la relación del Facebook y rendimiento académico de los adolescentes*. Monografía previa a obtener el título de Licenciada en Psicología con la especialización en orientación profesional. Ecuador:

Universidad de Cuenca, Facultad de Psicología. Obtenido el 13 de Abril del 2014. Disponible en <http://dspace.ucuenca.edu.ec:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/3390/Tesis.pdf?sequence=1>

8. Chacón Matamoros, Gabriela Patricia. 2012. *La influencia de la publicidad de telefonía móvil y la actitud de consumo en los jóvenes*. Tesis de licenciatura en ciencias de la comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de ciencias de la comunicación.
9. Chávez Doder, C. 2014. *¿QUÉ ES EL CORREO ELECTRÓNICO?*. *Quipukamayoc*, 7(14), 131-136. Obtenido el 9 de Abril del 2014. Disponible en <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/viewFile/5705/4936>
10. Díaz Sabán, Isabel. 30 de Junio 2013. *Vivimos Aislados*. Guatemala. Revista D. Prensa Libre.
11. Fiske, Jhon. 1985. *“Teoría de la comunicación” en Introducción al estudio de la comunicación*. España. Editorial Herder.
12. Fize, Michel. 2007. *Los adolescentes*. México. Fondo de Cultura Económico.
13. Gallo Orbe, Lizeth Abigail. 2012. *La influencia de Facebook en las interacciones comunicativas de los adolescentes de 15-16 años del primer año de bachillerato*. Tesis de Licenciatura en Comunicación Social. Ecuador: Universidad Central del Ecuador, Facultad de Comunicación Social. Obtenido el 11 de Abril del 2014. Disponible en <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/713/1/T-UCE-0009-8.pdf>
14. Gesell Arnold. 1963. *Psicología Evolutiva*. Argentina. Editorial Paidós.
15. Herrera Harfuch, María Fernanda/ Pacheco Murguía, María Paula/ Lever, Joaquina Palomar/ Zavala Andrade, Daniela. 2010. *La adicción a Facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales*. Universidad Iberoamericana. México. Disponible en <http://www.uia.mx/web/files/publicaciones/ripsic/ripsic18-1.pdf>

16. Interiano, Carlos. 2003. *Semiología y comunicación*. Guatemala. Editorial Fénix.
17. Knobel, Mauricio/ Aberastury, Arminda. 1992. *Adolescencia normal*. Brasil. Porto Alegre: Artes. Disponible en http://portalacademico.cch.unam.mx/materiales/prof/matdidac/sitpro/exp/psico/psico2/psicII/MD1/MD1-L/A/adolescencia_normal.pdf
18. Leonardo Soto, Tatiana Waleska. 2002. *Necesidad de información sobre SIDA de adolescentes de la ciudad capital de Guatemala*. Tesis de licenciatura en ciencias de la comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
19. León Cifuentes, Jackeline Sofía. 2012. *Comunicación interpersonal entre adolescentes por medio del teléfono blackberry*. Tesis de licenciatura en ciencias de la comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de ciencias de la comunicación.
20. Linne, Joaquín/ Diego Basile. "LA DISCOTECA VIRTUAL. BÚSQUEDA DE PAREJA EN ADOLESCENTES DE SECTORES POPULARES A TRAVÉS DE FACEBOOK." Obtenido el 11 de Abril del 2014. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/N/N85/V85/08_LinneBasile_V85.pdf
21. Marroquín Franco María José. 2012. "Facebook Ads, formas de hacer publicidad". Tesis de licenciatura en ciencias de la comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
22. Marroquín Pérez, Manuel / Villa Sánchez, Aurelio. 1995. *La comunicación interpersonal, medición y estrategias para su desarrollo*. España. Ediciones mensajero.
23. Mejía Cruz, Oti Elizabeth. 2012. *Uso de las redes sociales como medio comercial (Facebook)*. Tesis de licenciatura en ciencias de la comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de ciencias de la comunicación.
24. Moreno, Florencia Natalia. "La construcción de la identidad y el uso de los espacios de comunicación en Facebook dentro de la matriz sociocultural y

- comunicativa adolescente.*" Obtenido el 7 de Abril del 2014. Disponible en <http://www.ungs.edu.ar/oumi/wp-content/uploads/2012/10/ponencia-Flor-construccion-de-la-identidad.pdf>
25. Moreno, Florencia Natalia. 2013. *Remember my name. Cuadernos de H Ideas*, vol. 7. Obtenido el 17 de Abril del 2014. Disponible en http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/33143/Documento_completo.pdf?sequence=1
26. Muñoz Cabrera, Hellen Marisol. 2002. *Periodismo Escrito y radiofónico estudio de un caso: el periódico el experimental y la radio del instituto CUM*. Tesis de licenciatura en ciencias de la comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de ciencias de la comunicación.
27. Morduchowicz, Roxana. 2010. *Los adolescentes y las redes sociales*. Disponible en : <http://www.roxanamorduchowicz.com/textos%20pdf/Adolescentes%20y%20redes%20sociales.pdf>
28. Quijada, Billy. 29 de Junio de 2013. *Desconectados de un mundo adictivo*. Guatemala. Prensa Libre.
29. Rivera Banegas, Ana Patricia. 2012. *Socialización de los adolescentes a través de las redes sociales*. Monografía previa a la obtención del título de Licenciada en Psicología Educativa, en la especialización de orientación profesional. Ecuador: Universidad de Cuenca, Facultad de Psicología. Obtenido el 18 de Abril del 2014. Disponible en <http://dspace.ucuenca.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/2275/1/tps775.pdf>
30. Rocheblave Spenlé, Anne Marie. 1984. *El adolescente y su mundo*. Barcelona España. Editorial Herder.
31. Rosell, Montserrat Castellana. 2007. *El adolescente ante las tecnologías de la información y la comunicación: Internet, móvil y videojuegos*. Papeles del psicólogo, 2007, vol. 28, no 3, p. 196-204. Disponible en : <http://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/1503.pdf>

32. Vega Maldonado, Luis Hernán. 2012. *"El Facebook como medio de interrelación virtual entre adolescentes."* Monografía previa a obtener el título de Licenciado en Psicología educativa en la especialización de orientación profesional. Ecuador: Universidad de Cuenca, Facultad de Psicología. Obtenido el 15 de Abril del 2014. Disponible en <http://dspace.ucuenca.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/2284/1/tps783.pdf>
33. Villasana, N., Y Dorrego, E. 2007. *Habilidades sociales en entornos virtuales de trabajo colaborativo. RIED, 07(10), 45-74.* Obtenido el 31 de Enero de 2012, <http://www.utpl.edu.ec/ried/images/pdfs/volumendiez/habilidadessociales.pdf>

E-GRAFIAS

1. <http://www.taringa.net/posts/info/13657191/Evolucion-de-Facebook-2004-2012.html> obtenida el 27 de Marzo del 2013.
2. <http://www.taringa.net/posts/info/905359/Adolescencia-y-sus-cambios.html> obtenido el 13 de Abril del 2014.
3. http://www.cad.com.mx/historia_de_facebook.htm obtenido el 27 de marzo de 2013.
4. Adolescentes y facebook: corta con los peligros de la red. <http://www.hola.com/ninos/2010062319205/adolescentes/consejos/facebook/> Obtenida el 31 de marzo del 2013.
5. ¿Qué es la adolescencia? <http://www.misrespuestas.com/que-es-la-adolescencia.html> . Obtenida el 31 de marzo del 2013.
6. La adolescencia: características generales. http://www.educ.ar/dinamico/UnidadHtml_get_a2d33902-7a0a-11e1-8178-ed15e3c494af/index.html. Obtenida el 31 de marzo del 2013.
7. <http://adolescentes.about.com/od/Salud/a/Qu-E-Es-La-Adolescencia.html>. Obtenida el 31 de marzo del 2013.
8. Los adolescentes y la escuela. <http://suite101.net/article/los-adolescentes-y-la-escuela-a1812#axzz2OmfuzF2r> Obtenida el 31 de marzo del 2013.
9. Adolescentes en Facebook, ¿Refugio o escaparate? http://www.rpp.com.pe/2011-08-10-adolescentes-en-facebook--refugio-o-escaparate-noticia_392838.html Obtenida el 31 de marzo del 2013.
10. ¿De qué manera colabora Facebook con otros proveedores de servicios a fin de mostrar anuncios pertinentes? <https://www.facebook.com/help/133547810119620> Obtenida el 10 de junio de 2014.
11. Uso de facebook en jóvenes. <http://adolescentes.euroresidentes.com/2011/08/uso-de-facebook-en-jovenes.html> Obtenida el 31 de Marzo del 2013.

12. Facebook se asocia con proveedores de seguridad, y ofrece antivirus gratuito.
<http://www.pcworldenespanol.com/201204266804/noticias/seguridad/facebok-se-asocia-con-proveedores-de-seguridad-y-ofrece-antivirus-gratuito.html>
Obtenida el 10 de junio del 2014.
13. Facebook crea adolescentes antisociales.
<http://america.infobae.com/notas/31015-Facebook-crea-adolescentes-antisociales> Obtenida el 31 de Marzo del 2013.
14. Botella, Jorge. 2012. Papeles para el progreso. Comunicación virtual.
<http://www.papelesparaelprogreso.com/numero64/6410.html> Obtenida el 31 de marzo del 2013.
15. http://www.epssura.com/index.php?option=com_content&view=article&id=566:comunicacion-virtual&catid=32:noticias&Itemid=106 Obtenido el 29 de Marzo del 2013.
16. [http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P Presentaciones/tizayuca/gestion tecnologica/muestraMuestreo.pdf](http://www.uaeh.edu.mx/docencia/Presentaciones/tizayuca/gestion_tecnologica/muestraMuestreo.pdf) Obtenido el 14 de Abril del 2014.
17. Los sistemas de correo más utilizados. <http://kuhndesign.org/los-sistemas-de-correo-mas-utilizados/> Obtenido el 12 de Abril del 2014.
18. Correos Electrónicos, ¿Con cuál te quedas?
<http://www.malagaonline.com/las-clases/item/correos-electronicos-con-cual-te-quedas> Obtenido el 14 de Abril del 2014.
19. Algunas páginas para crear cuentas de correo electrónico gratis.
<http://solonuevas.blogspot.com/2014/01/algunas-paginas-para-crear-cuentas-de.html> Obtenido el 14 de Abril del 2014.
20. García, Camilo. Crear Correo Electrónico Gratis.
<http://crearcorreoelectronicoya.com/> Obtenido el 14 de Abril del 2014.
21. Estadística descriptiva.
http://es.wikipedia.org/wiki/Estad%C3%ADstica_descriptiva Obtenida el 30 de septiembre del 2014.

APÉNDICES



INCIDENCIA DE FACEBOOK EN LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL ENTRE ADOLESCENTES

INSTRUCCIONES: A continuación encontrará una serie de preguntas las cuales se agradecerá responder. Las respuestas son estrictamente confidenciales. Los datos recabados serán utilizados únicamente como apoyo a la investigación de este proyecto.

1. Sexo

Femenino Masculino

2. ¿Tiene correo electrónico?

Sí No

Si su respuesta es Si continúe a la pregunta No. 3

3. ¿Qué servicio de correo electrónico utiliza?

Hotmail Yahoo G-mail Otro

4. ¿Cree qué es importante tener una cuenta en las redes sociales?

Sí No

5. ¿Cuenta con un perfil en Facebook?

Sí No

6. ¿Qué porcentaje de sus amigos en Facebook conoce en persona?

25% 50% 75% 100%

7. ¿Considera que Facebook ayuda a establecer una comunicación interpersonal entre los adolescentes?

Sí No

8. ¿Qué piensa que ha significado Facebook en su comunicación interpersonal con otros adolescentes fuera de la red social?

Ha podido establecer relaciones interpersonales con más personas.

No ha establecido mayor relación interpersonal con más personas.

9. ¿Cree que Facebook minimiza el tiempo útil para desenvolverse en sus demás tareas?

Sí No

10. ¿Cuántas horas al día utiliza Facebook?

1 hora 2 horas 3 horas más tiempo ¿Cuánto más? _____

11. ¿Cuánto considera que aumentan sus amigos en la red social Facebook?

Mucho poco algo nada

12. ¿Cuánto considera que ha podido conocer personas a través de Facebook?

Mucho poco algo nada

13. ¿Cómo evalúa la oportunidad de conocer el estado emocional de otras personas?

Excelente Muy bueno Bueno Regular Malo

