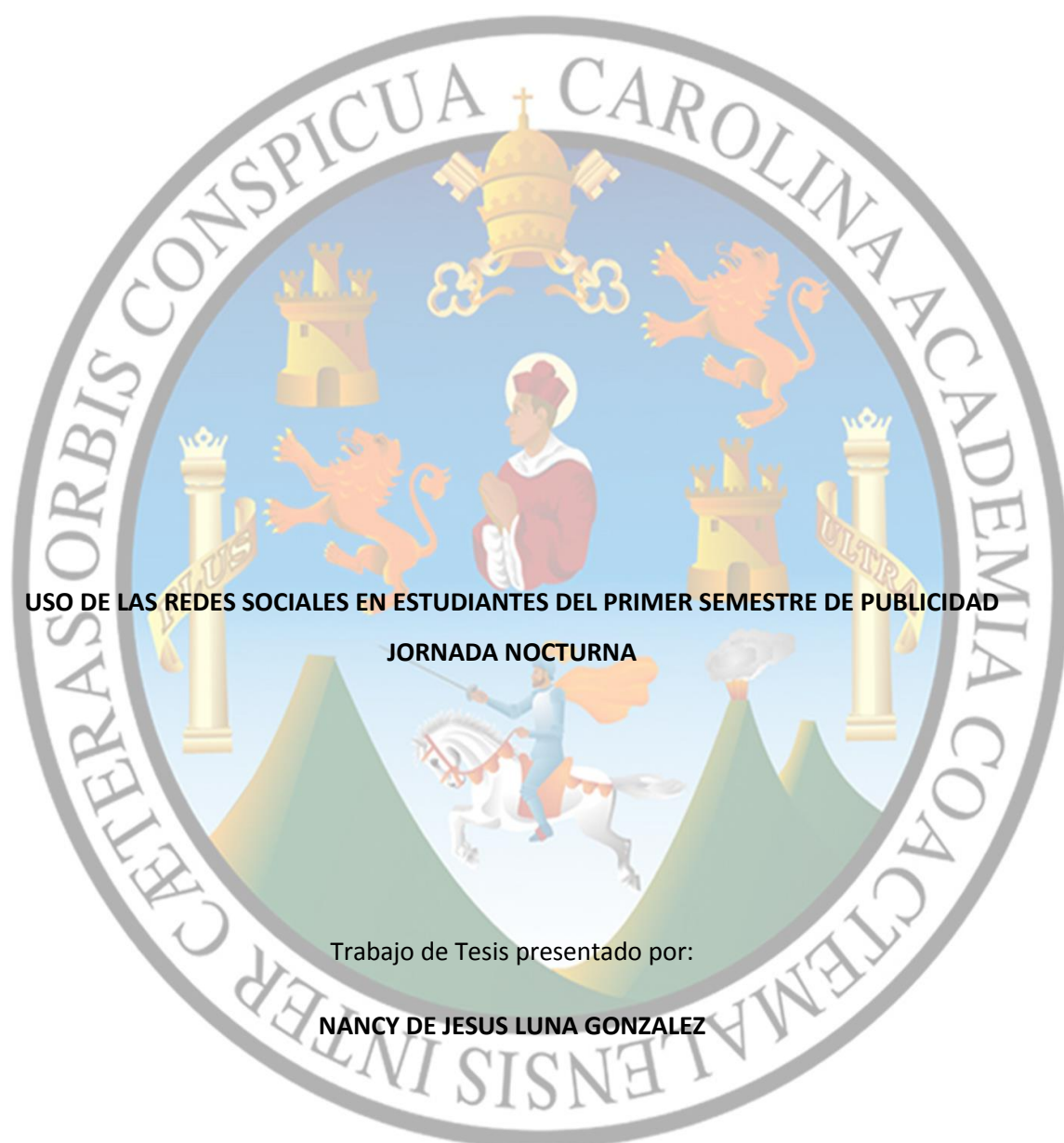


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION



USO DE LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DEL PRIMER SEMESTRE DE PUBLICIDAD

JORNADA NOCTURNA

Trabajo de Tesis presentado por:

NANCY DE JESUS LUNA GONZALEZ

Previo a optar el titulo de

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

Asesor:

LIC. VICTOR CARILLAS

Guatemala, mayo 2016.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Consejo Directivo

Lic. Mario Enrique Campos Trigilio

Lic. Gustavo Moran

Representantes Estudiantiles

Pub. Carlos Alberto León Coton

Pub. William Joseph Mena Argueta

Representante de Egresados

Lic. Johnny Michael González Batres

Secretaria

M. Sc. Claudia Molina

Tribunal Examinador

Lic. Victor Tomas Carillas Bran (Presidente)

M.Sc. Sergio Vinicio MoratayaGarcía (Revisor)

M.A. David Ernesto Chacón Estrada (Revisor)

Lic. Mario Enrique Campos Trigilio (Examinador)

M.A. Wagner Díaz Chosco (Examinador)

M.A. Fredy Morales Morales (Suplente)



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

Guatemala, 07 de Mayo de 2015
Dictamen aprobación 32-15
Comisión de Tesis

Estudiante

Nancy de Jesús Luna González

Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Nancy de Jesús Luna González:**

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.6 del punto 1 del acta 06-2015 de sesión celebrada el 07 de Mayo de 2015 que literalmente dice:

1.6 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante Nancy de Jesús Luna González, carné 200721449, proyecto de tesis LA MEDIATIZACIÓN DE FACEBOOK EN JOVENES DEL PRIMER SEMESTRE DE PUBLICIDAD SECCIONES A Y B JORNADA NOCTURNA DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN B) Nombrar como asesor(a) a: Víctor Carillas

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/Ingrid Dávila



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



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

261-15

Guatemala, 24 de julio de 2015.
Comité Revisor/ NR
Ref. CT-Akmg 26-2015

Estudiante
Nancy de Jesús Luna González
Carné **200721449**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria. zona 12.

Estimado(a) estudiante **Luna**:


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: **LA MEDIATIZACIÓN DE FACEBOOK EN JÓVENES DEL PRIMER SEMESTRE DE PUBLICIDAD SECCIONES A Y B JORNADA NOCTURANDE LA ESUCELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.**

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

Lic. Víctor Carillas, presidente(a).
M.A. David Chacón, revisor(a).
M.Sc. Sergio Morataya, revisor(a).

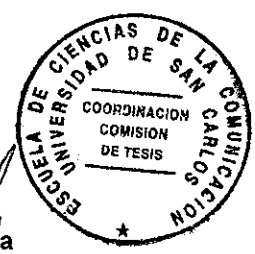
Atentamente,

EDUCACIÓN Y ENSEÑANZA A TODOS


Lic. Julio E. Sebastián Chacón
Director ECC




M.A. Aracely Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: comité revisor.
Larissa Melgar.
Archivo.
AM/Eunice S.



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

Autorización informe final de tesis por Terna Revisora
Guatemala, 09 de enero 2016

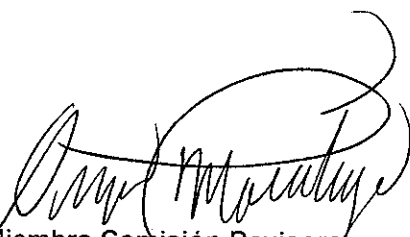
M.A.
Aracelly Mérida,
Coordinadora
Comisión de Tesis
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.
Ciudad Universitaria, zona 12

Distinguida M.A. Mérida:

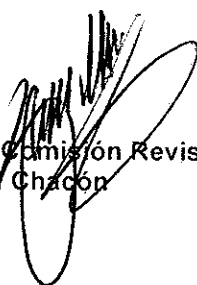
Atentamente informamos a ustedes que el estudiante: Nancy de Jesús Luna González Carné. 200721449 Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título es: La mediatización de facebook en jóvenes del primer semestre de publicidad secciones A y B jornada nocturna de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

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

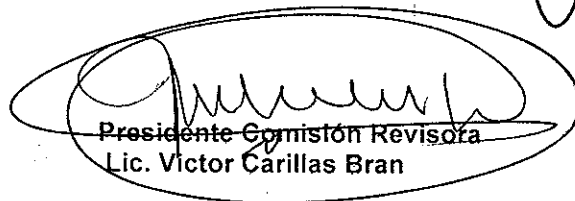
"Id y enseñad a todos"



Miembro Comisión Revisora
M.s.c. Sergio Morataya



Miembro Comisión Revisora
Lic. David Chacón



Presidente Comisión Revisora
Lic. Victor Carillas Bran



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

096-16

Guatemala, 08 de marzo de 2016.
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
Ref. CT-Akmg- No. 15-2016

Estudiante

Nancy de Jesús Luna González

Carné **200721449**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante Luna:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título LA MEDIATIZACIÓN DE FACEBOOK EN JÓVENES DEL PRIMER SEMESTRE DE PUBLICIDAD SECCIONES A Y B JORNADA NOCTURNA DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, siendo ellos:

Lic. Víctor Tomás Carillas Bran,	presidente(a)
M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García,	revisor(a).
M.A. David Ernesto Chacón Estrada,	revisor(a)
Lic. Mario Enrique Campos Trigilio,	examinador(a).
M.A. Wangner Díaz Choscó,	examinador(a).
M.A. Fredy Morales Morales,	suplente.

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

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

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García.
Director ECC

M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: M.Sc. Sergio Morataya.
Archivo.
AM/SVMG/Eunice S.

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



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

232-16

Guatemala, 18 de mayo de 2016.
Orden de impresión/NR
Ref. CT-Akmg- No. 17-2016

Estudiante
Nancy de Jesús Luna Gonzalez
Carné **200721449**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Luna**:

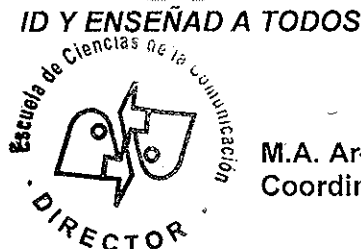
Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título: **USO DE LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DEL PRIMER SEMESTRE DE PUBLICIDAD JORNADA NOCTURNA**, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad, tres 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 las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC



M.A. Aracely Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: archivo
SVMG/AM/Eunice S.

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

**Para efectos legales, únicamente
la autora es la responsable del
Contenido de este trabajo.**

DEDICATORIA

A DIOS:

Por siempre poner a mí alrededor ángeles que me motivaron a seguir adelante y no desmayar en esos momentos donde perdía el aliento, y demostrarme que con esfuerzo, confianza y fe todo se puede lograr para que este sueño se volviera realidad.

A mí querida madre y amiga:

Anita González por ser una mujer tan luchadora, ser madre y padre no fue fácil pero gracias por haberme formado y ser una mujer de bien, enseñarme a trabajar, lograr mis sueños, metas y mucho mas.

A mis hermanas:

Evelyn y Vicky porque siempre han sido un gran ejemplo en mi vida, por apoyarme, soportarme con mis virtudes y defectos, por estar conmigo en las buenas y malas.

A mi hija:

Dayrin Jimena Abigail, por ser el motor de mi vida y enseñarme a perseguir cada uno de mis sueños, por esas noches de desvelo que me animo a esforzarme más cada día y cada noche, te Amo princesita con todo mi amor para ti hija.

A mis sobrinas:

Dayan, Heylin y Sofía por ser esas personitas que llenan de alegría mi vida y siempre las llevo en mi corazón.

A mis amigos:

Jessica García, Cristian Chacón, Jimmy Mejía, Johans Ramírez, Lesly Santiago, Ángel Mesías, Patty Pastor, Mynor Chámale, porque cada uno en su momento apporto muchísimo para que hoy me encuentre culminando este sueño, con agradecimiento especial por su apoyo y reconocimiento a nuestra amistad.

A mi asesor:

Lic. Víctor Carillas Bran mi más profundo agradecimiento por su ánimo y apoyo sin duda una gran persona por tenerme paciencia cuando sentía que ya no podía, por su orientación, consejos y apoyo incondicional para concluir este sueño “no pasa nada”, gracias sobre todo por su amistad.

A mis revisores:

M.Sc.Sergio Morataya y M.A. David Chacón por su confianza, orientación y sabios consejos para la realización de este sueño hecho realidad.

A mi querida Universidad de San Carlos de Guatemala y especialmente a la Escuela de Ciencias de la comunicación:

Por forjarme profesionalmente y permitirme vivir esta experiencia y sentirme orgullosa de ser san carlista de corazón.

INDICE

Introducción	I
---------------------	----------

Capítulo I

1. Marco Conceptual	1
1.1 Titulo del Tema	1
1.2 Antecedentes	1
1.3 Justificación	4
1.4 Planteamiento del Problema	5
1.5 Alcances y Limites	6

Capítulo II

2. Marco Teórico	8
2.1 Las Redes Sociales	8
2.2 Que son las Redes Sociales y el impacto en los jóvenes	10
2.3 Facebook	12
2.3.1 Mal uso de Redes Sociales en los jóvenes	13
2.3.2 Adicción a Facebook	16
2.3.3 Escala de adicción a Facebook	18
2.3.4 Solucion al mal uso de las Redes Sociales	18
2.2 Jóvenes con mayor consumo a las Redes Sociales	18
2.4.1 Uso de Redes Sociales Adulto-Joven	20

Capítulo III

3. Marco Metodológico	22
3.1 Método	22
3.2 Tipo de Investigación	22
3.3. Objetivos	22
3.3.1 Objetivo General	22
3.3.2 Objetivo Especifico	22
3.4 Técnica	23
3.5 Instrumentos	23
3.6 Población o Muestra	23
3.7 Muestra	23
3.8 Análisis Estadístico	24
3.10 Procedimiento	24

Capítulo IV

4. Análisis de resultados	25
Conclusiones	33
Recomendaciones	34
Bibliografía	35
Anexos	39

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las redes sociales han tomado un auge dentro de la sociedad guatemalteca, pues éstas permiten mantener una comunicación con amigos y conocidos sin tener la necesidad de estar en contacto físico con ellos.

También permite el compartir fotografías, videos, pensamiento y otros artículos que se encuentren dentro de internet, haciendo esto que se vuelva más interactivo. Así mismo, en la red social Facebook se encuentran más de 200 mil usuarios activos dentro de la sociedad guatemalteca (Cruz: 2011, pag. 8,9).

El uso de las redes sociales se ha vuelto una adicción en algunas de las personas, ya que es tanta su obsesión por el uso de internet que han puesto en peligro tanto su trabajo como sus relaciones.

Dentro de esto se debe tomar en cuenta que la mayoría de los adultos jóvenes pasan más tiempo atendiendo el móvil y leyendo publicaciones en redes sociales, que prestando atención a las personas que lo rodean, creando así una comunicación defectuosa.

Algunos autores mencionan que “Cuando se da el abuso de la tecnología, ésta provoca aislamiento, induce ansiedad, afecta la autoestima y hace perder la capacidad de control del sujeto.”(Echeburúa Corral: 2010, pag. 10).

Con base a lo descrito previamente, el objetivo de esta investigación es el uso de redes sociales en estudiantes del primer semestre de publicidad jornada nocturna.

Se planteó este objetivo, pues conforme el paso del tiempo el uso de estas redes sociales ha ido en aumento, así como el uso de diversidad de dispositivos que permiten el acceso a las mismas, por lo que es una realidad que en la sociedad guatemalteca cada vez se utilicen más seguido y vaya creando en los adultos jóvenes dependencia hacia las mismas.

Por consiguiente, les dedican más tiempo a éstas que a sus actividades diarias.

CAPITULO I

1. Marco Conceptual

1.1 Título del Tema

Uso de Redes Sociales en Estudiantes del Primer Semestre de Publicidad Jornada Nocturna.

1.2 Antecedentes

Después de una revisión de tesis en las bibliotecas de las universidades más importantes del país, no se encontró ningún otro estudio que abordara el tema: Uso de las redes sociales en estudiantes del primer semestre de publicidad jornada nocturna.

El objetivo de la investigación se centra en conocer y describir las actitudes de los jóvenes que no saben usar las redes sociales, siendo esta la más conocida Facebook una red social de mucho impacto en la sociedad, convirtiéndose en un mal uso a las redes por los jóvenes estudiantes del primer semestre de publicidad Jornada nocturna.

Uso de Facebook en los jóvenes

El origen de Internet se remota a los años 1960 a 1970, cuando la guerra fría estaba en su apogeo. Dos aspectos eran importantes, la necesidad militar de comunicarse.(Basch:2000 pag. 16-17).

A raíz de institucionalizar esas relaciones se crearon asociaciones tales como la Fundación Nacional de la Ciencia (NSF por sus siglas en inglés) y la Agencia de Proyectos Avanzados de Investigación (ARPA por sus siglas de ingles). Fue en ARPA donde nació Internet.

En los siguientes años se avanzó en la investigación y alrededor de 1969 nombraron a Larry Roberts para dirigir el proyecto que lo constituyó en el primer arquitecto de una nueva red de computadoras que se llamó ARPANET.(Basch:2000, pag.25).

Historia de Facebook:

Según Marck Zuckerberg que fue su creador, "Facebook surgió como necesidad en los estudiantes de la Universidad de Harvard". (Zuckerberg: 2010, pag.23).

La compañía tiene sus oficinas centrales en Palo Alto, California. En 2003 Zuckerberg lanzó un sitio Web llamado Facemash donde reunía varias fotografías y nombres de estudiantes de Harvard, este sitio estuvo disponible solo por algunas horas.

En enero de 2004 los hermanos Winklevoss y Divya Narendrahablaron con Zuckerberg acerca de crear un directorio Web sobre integrantes de fraternidades hasta entonces diversos. Facebook apareció el 4 de febrero de 2004, seis días después Winklevoss y Narendra abren una demanda pues TheFacebook era similar a un sitio web que estaban trabajando llamado Harvard Connection.com.

Facebook creció hasta llegar a alcanzar todas las universidades del Ivy League.

Sean Parker creador de Napster supo de la existencia de TheFacebook por medio de su novia. Parker ya tenía experiencia en redes sociales al ser accionista de Friendster, para entonces el más popular. Por la diferencia de público entre ambos, Parker sabía que TheFacebook tenía mayor potencia. (Parker, 1969).

Tuvo una entrevista con Zuckerberg para negociar entrar como Presidente Ejecutivo a cambio de eliminar el The del nombre dejándolo como Facebook. En 2005 Sean Parker fue removido del cargo de Presidente Ejecutivo después de ser arrestado como sospechoso de posesión de cocaína.

La idea de crear una comunidad basada en la Web en la que la gente compartiera sus gustos y sentimientos no es nueva, pues David Bonet, creador de Geocities, la había incubado a fines de los años 1980. Una de las

estrategias de Zuckerberg ha sido abrir la plataforma Facebook a otros desarrolladores.

Entre los años 2007 y 2008 se puso en marcha Facebook en español traducido por voluntarios extendiéndose a los países de Latinoamérica. Cualquier persona con conocimientos informáticos básicos puede tener acceso a todo este mundo de comunidades virtuales.

Expansión:

“Facebook comenzó a permitir que los estudiantes universitarios agregasen a estudiantes cuyas escuelas no estaban incluidas en el sitio debido a las peticiones de los usuarios. En marzo de 2006 Business Week divulgó que se estaba negociando una adquisición potencial del sitio. Facebook declino una oferta de \$750 millones”.(Roger: 2010, pag. 21).

En mayo de 2006 la red de Facebook se extendió con éxito en la India, con el apoyo de Institutos de Tecnología de aquel país. En junio 2006 hubo un acuerdo con iTunes Store para que iTunes conociera los gustos musicales de los usuarios y ofrecer así un enlace de descarga en su propio sitio. En agosto 2006, Facebook agregó universidades en Alemania e Israel a su red. También introdujo la importación de blogs de Xanga, Live Journal o Blogger.

Desde septiembre de 2006 Facebook se abre a todos los usuarios del Internet, a pesar de protestas de gran parte de sus usuarios, ya que perdería la base estudiantil sobre la cual se había mantenido.

En julio 2007, Facebook anunció su primera adquisición, Parakey, Inc., de Blake Ross y de JoeHewitt. En agosto del mismo año se le dedicó la portada de la prestigiosa revista Newsweek, además de una integración con YouTube.

A finales de ese mismo año Facebook vendió una parte, el 1,6% a Microsoft a cambio de \$240 millones de dólares, con la condición de que

Facebook se convirtiera en un modelo de negocio para marcas de fábrica en donde se ofrezcan sus productos y servicios, según los datos del usuario y del perfil de este. Esta adquisición valoró Facebook en quince mil millones de dólares, aunque el consenso de los analistas fuera que esta cifra superaba el valor real de la empresa. Para Microsoft no se trataba solo de una inversión financiera, sino también de un avance estratégico en Internet.

Actualmente Facebook ofrece una variedad de servicios a los usuarios y ofrece los que se mencionan a continuación:

Lista de amigos, Chats, Grupos y Páginas, Fotos, Regalos, Botón “Me gusta”, App Center, Aplicaciones, Juegos, Sátira, Apps para móviles, App Facebook, Messenger, Poke, Camera, Administrador de páginas, FacebookGroups, Servicios de Mensajería, Servicios de Internet.

En Guatemala especialmente en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se ha caracterizado por que todos los estudiantes estén a la vanguardia con las redes sociales.

1.3 Justificación:

La presente investigación ayuda a los estudiantes de Publicidad del primer semestre de la Escuela de Ciencias de Comunicación, a conocer el uso de redes sociales con sus ventajas y desventajas.

La comunicación es vital para el desarrollo del ser humano, a través de ella se transmiten los patrones culturales que rigen nuestra conducta. El ser humano manifiesta siempre su visión del mundo, su forma de pensar, de sentir de ver la vida, por medio de actos comunicativos.

La comunicación como proceso humano ha evolucionado y revolucionado la vida de la sociedad mundial, con el pasar del tiempo el hombre a buscado diferentes formas de comunicarse, en tal virtud las redes sociales se han

convertido en uno de los medios más eficaces para interactuar con otras personas, siendo capaces de generar canales de expresión, colocar fotos y pensamientos.

Se considero de importancia trabajar el tema de las redes sociales por varias razones; principalmente porque el mismo es de actualidad y en la Escuela de Ciencias de la Comunicación no le dan un uso adecuado a las redes sociales.

Los procesos de enseñanza han avanzado mano a mano con las nuevas tecnologías, es por ello que las redes sociales se han convertido en una gran herramienta como lo es la búsqueda de personas, de interactuar con otra persona en la red sin verlos físicamente, así también con trabajos universitarios y documentos que suben los docentes y les sirve para la formación académica de cada estudiante.

Que al día de hoy esta es una herramienta o una red social muy utilizada por los estudiantes universitarios, es por ello cuando se hace necesaria la realización de una investigación acerca del uso de redes sociales en estudiantes del primer semestre de publicidad jornada nocturna.

Las redes están al alcance de todos, pero el estudiante ¿Sabe utilizarla de manera correcta? o solamente la utiliza para estar chateando y para enterarse de la privacidad de todos sus amigos virtuales, como es el caso de Facebook es una fuente importante de información de las redes sociales.

1.4 Planteamiento del Problema:

Durante estos últimos años, los jóvenes universitarios hacen uso cada vez más frecuente de las redes sociales y esto produce un mal uso en cada uno de los estudiantes, ya que este está más alcance de todos y en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, sin duda es un gran desafío para los estudiantes del primer semestre de publicidad jornada nocturna ya que tienen que estar comunicados con los de su propio salón o para conocer a mas

compañeros e incluso las tareas o grupos universitarios que se implementan y esto poco a poco se va convirtiendo en un mal uso de las redes para los jóvenes universitarios. El hecho de conocer amigos en la red, se vuelve cada vez más interesante para los jóvenes, estar interactuando con amigos virtuales, se vuelve una herramienta de búsqueda para contactar amigos que dejamos de ver por algunos años y estar comunicados con ellos, pero esto se va convirtiendo en un vicio o adicción, a tal punto que los alumnos de los primeros semestres de Publicidad les deja de importar el curso por estar metidos en redes sociales y la más influyente Facebook, esta es una red en la cual perdemos cierta privacidad de nuestras vidas porque estas se convierten en públicas.

Es así como el estudiante puede tomar el Facebook como fuente o red para conocer personas o incluso información, pero el uso de la misma debe ser aplicado correctamente para que los mismos alumnos no se dejen atrapar y se vuelva obsesión.

Por eso se plantea: Pregunta de Investigación?

¿El uso de las redes sociales en estudiantes del primer semestre de publicidad jornada nocturna se utiliza de una manera correcta o incorrecta?

1.5 Alcances y Limites

Objeto de Estudio

El objeto de estudio fue el uso de redes sociales en estudiantes del primer semestre de publicidad jornada nocturna.

Ámbito Geográfico

La investigación se desarrolló en la Ciudad de Guatemala.

Ámbito Institucional

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

Ámbito Población

Estudiantes del primer semestre de Publicidad jornada nocturna.

Límites

En esta investigación no se tomaron en cuenta los estudiantes de Plan de autoformación a distancia, ni otras secciones, tampoco estudiantes y docentes de otras Escuelas o Facultades de Comunicación de Universidades privadas.

CAPITULO II

Marco Teórico

Hoy se tiene acceso a una diversidad de herramientas para ingresar de una forma muy sencilla a una red social, el ser humano es adicto a la comunicación, le gusta estar conectado con otras personas y saber que sucede a su alrededor por medio de las redes sociales.

2.1 Las Redes Sociales

Para analizar las redes sociales hay que partir del gran avance tecnológico en las comunicaciones modernas. (Raymond Williams: 2003) fija esta base diciendo que “Es necesario pensar en las verdaderas relaciones entre las tecnologías de la comunicación y las instituciones sociales”. Significa que los medios influyen claramente en los sujetos y en las sociedades, en su forma de relacionarse, de pensar y de actuar. Y que las tecnologías tienen un papel fundamental para que esto suceda. Cuando me refiero a que influyen, es porque los discursos mediáticos tienen todas las prácticas sociales”. (Brett: 2012, pag.13).

(Silverstone: 2006, pág. 17).explica que la tecnología es como un interfaz, con un agregado de lo que somos, hacia una proyección nuestra.

Un perfil en Facebook lo ejemplifica perfectamente. Tenemos una representación en la vida real, por qué no tener una en la vida virtual.

Vivimos en una era de revolución tecnológica, “Sucede algo en Japón y en un abrir y cerrar de ojos ya lo sabemos en nuestro país gracias al gran alcance de los medios. Un ejemplo claro: Muerte de Osama Bin Laden, una persona que utilizaba el Twitter lo ve y lo *twitea*, otro usuario de Twitter lo sigue difundiendo, varios más realizan lo mismo y al poco tiempo llega a un medio que, tras verificar la información, lo hace saber al mundo entero. Después de

varias horas en las cuales los medios hicieron conocer la noticia y con la verificación del Presidente Obama en una cadena nacional/mundial ¿Qué habrá pasado por la cabeza de la persona que escribió en su perfil de la red social como mataban a Bin Laden?”. (Silverstone: 2009, pag.15,16).

Los medios transmiten cultura. María Cristina Mata explica que los medios masivos de comunicación ya no son reconocidos solamente “Como fuentes de información y entretenimiento” además hay que pensarlos “Como fuentes de la construcción de imaginarios colectivos” lo que significa esta transformación simbólica de la mediatización. (Mata: 2000, pag.18)

Silverstone explica que “Sentimos la necesidad de pertenecer. Y necesitamos la confirmación en efecto de que pertenecemos, necesitamos que se nos recuerde y confirme constantemente que nuestro sentido de pertenencia y nuestra participación son valiosos”. (Silverstone: 2009,pag.20). Facebook explica, de cierta forma, esta idea. Mandar *solicitudes* y *aceptar amistades*, *subir* y *etiquetarse* en fotos para que tus *amigos* las vean, escribir *estados*, etc.

Por otro lado, consideramos que una red social como Facebook, utilizada por más de 800 millones de personas de todo el mundo, se puede describir como un sub-mundo o un mundo virtual, en el cual existen transformaciones en las percepciones del tiempo y el espacio.

Estas transformaciones implican un recorte temporal, es decir, hablar con alguien y no compartir el espacio, pero sí el tiempo. Pero si pensamos a esta red social como un espacio, porque todos los usuarios lo compartimos (más allá que sea virtual), entonces hay un recorte en el espacio también.

En conclusión, hay que entender entonces que las redes sociales, no es un concepto aislado que apareció y se implantó de golpe, sino que es un

proceso en constante/máximo desarrollo y los medios con la tecnología son su soporte.

2.2 ¿Qué son las Redes Sociales y el impacto en los jóvenes?

Las redes sociales están definidas como “La forma de interacción social, donde se le permite a la persona realizar una comunicación con amigos o incluso formar nuevas amistades; en estas redes sociales se pueden crear relaciones personales o profesionales, así como también el compartir información, interactuar y crear comunidades o grupos que tengan intereses similares”.(Ross Singuenza, 2012, pag.145).

Dentro de las principales redes sociales que son utilizadas se pueden mencionar Facebook y Twitter; éstas han tenido un crecimiento significativo con el pasar de los años, pues cada vez más usuarios desean ingresar a ellas. (Ross Singuenza: 2012, pag.146).

Para entender un poco más acerca de lo que son estas redes sociales, a continuación, se explicará brevemente sobre cada una de ellas.

Los humanos siempre nos hemos relacionado por grupos: familiares, laborales, sentimentales, etc. En una red social los individuos están interconectados, interactúan y pueden tener más de un tipo de relación entre ellos.

En la actualidad, el análisis de las redes sociales se ha convertido en un método de estudio en ciencias como la Antropología o la Sociología. Internet y las nuevas tecnologías favorecen el desarrollo y ampliación de las redes sociales.(Interiano: 2001, pag.45).

Las redes sociales en internet son aplicaciones web que favorecen el contacto entre individuos. Estas personas pueden conocerse previamente o hacerlo a través de la red. Contactar a través de la red puede llevar a un conocimiento directo o, incluso, la formación de nuevas parejas.

La noción de red social, por lo tanto, está vinculada a la estructura donde un grupo de personas mantienen algún tipo de vínculo. Dichas relaciones pueden ser amistosas, sexuales, comerciales o de otra índole.

El concepto, de todas formas, se ha actualizado en los últimos años para señalar a un tipo de sitio de Internet que favorece la creación de comunidades virtuales, en las cuales es posible acceder a servicios que permiten armar grupos según los intereses de los usuarios, compartiendo fotografías, vídeos e información en general.(Lemus Argueta:2013, pag.26,27).

La red social más popular de la actualidad es Facebook, que cuenta con más de 1300 millones de usuarios, que intercambian mensajes y archivos informáticos. (Cruz: 2011, pag.2,4,8).

Es posible encontrar redes sociales en Internet que se especializan en ciertos sectores o que apuntan a captar a un grupo específico de usuarios.Linkedin, por ejemplo, reúne a profesionales e intenta fomentar los negocios y la movilidad laboral.

Actualmente es común observar como los jóvenes y los no tan jóvenes invierten una considerable parte de su tiempo en el uso de las redes sociales.

También es importante analizar las causas que han generado que los usos de estas redes de comunicación vayan en aumento, así mismo, es importante tomar en cuenta las consecuencias que trae consigo el uso de estas nuevas formas de comunicación.

No se trata de buscar conductas y hechos que ataquen a este tipo de redes; de igual forma no se busca persuadir a que todos formen parte o se conserven miembros de alguna red social, sino lo que intenta es presentar una crítica lo más neutral posible acerca de lo que son en realidad, y el uso adecuado que le podemos dar a esta forma de comunicación.

Cabe mencionar que la comunicación entre los jóvenes es un factor que estos le brindan mucha importancia, ya que necesitan estar continuamente en contacto con otras personas, para intercambiar opiniones, puntos de vista, impresiones, experiencias, etc.

La facilidad de acortar distancias que brinda la tecnología, ha producido que las redes sociales sean actualmente centro de atracción de internet. Otra función que conocemos sobre las redes sociales es el uso que se les da dentro de los medios de comunicación. Podemos ver como en diversos programas ya sean de entretenimiento, noticieros o anuncios comerciales, se hace mención de varias redes conocidas.

El estar informado sobre lo que pasa en nuestras series favoritas o saber las actividades más próximas de nuestros artistas preferidos, puede ser otro factor que provoca el incremento de usuarios entre las redes sociales, y que desde luego se ve influenciado por todos los medios de comunicación actuales.

2.3 Facebook

Esta red fue fundada en el año 2004 por Mark Zuckerberg, con la misión de hacer al mundo más abierto y mantenerlo conectado. Las personas que utilizan este sitio web lo hacen para mantenerse conectados con su familia y amigos, así como descubrir que es lo que está sucediendo en el mundo y compartir o expresar lo que a ellos les interesa. En diciembre del 2012 tiene más de un billón de usuarios activos al mes, de los cuales seiscientos ochenta

millones lo tienen activo en un dispositivo móvil.(García Jiménez: 2011, pag.87-88).

2.3.1 Mal uso de redes sociales en jóvenes

A continuación, se tratara una línea de sucesos significativos que han tenido jóvenes en esta concurrida red social, y que han replanteado la problemática del tvybkipmal uso de sus cuentas, y todo lo que ello conlleva (perfil, fotos, privacidad, etc.)(Lemus Argueta: 2013, pag.35)

Aquí uno de los sucesos que aparte de curiosos, afirman una vez más el mal manejo que le dan muchos menores a Facebook, influyendo de x o y manera sobre otros jóvenes. Los hechos que protagonizaron las jóvenes Merthe (una chica holandesa), y Tessa (una chica de Alemania).Merthe, por ejemplo, fue noticia al cometer un error en Facebook al querer invitar a unos cuantos amigos a su fiesta de cumpleaños número 16, pero sin querer la invitación llegó a25.000 usuarios, y causó que el pequeño pueblo donde vivía entrara en estado de alerta debido a que solo eran 18.000 habitantes.

En el pueblo se prohibió la venta de licor en la estación del ferrocarril, y muchos locales cerraron antes, además se tomó la decisión extrema de quitar el nombre de las calles cercanas al inmueble, procurando que los asistentes no encontraran la casa.

Por otro lado, Tessa, la chica de Hamburgo, Alemania causó una noticia similar. Ella invitó a sus amigos en Facebook y la solicitud la contestaron 14.000 usuarios aproximadamente, y de ellos llegaron 1.500 a su casa, y ocasionaron disturbios que dejaron a tan solo 6 personas detenidas, y gran susto y lección para la joven. (Brett:2012, pag.22)

Estos casos, reviven una vez más, el manejo responsable que se debe dedicar a tan amplia red social, porque nos hemos dado cuenta, que si no se hace un uso consiente y cuidadoso de ello, puede llegar a ser perjudicial para la persona. Otro problema que hace que cada vez más pensemos en las desventajas de Facebook, es el factor de las amenazas.

Esta problemática hace que muchos chicos desadaptados amenacen a otro virtualmente, diciéndole que van a publicar algo privado, u otra cosa. Este tiempo de amenazas se ven reflejadas en el siguiente suceso protagonizado por tres jóvenes en Quebec.

Ellos fueron noticia debido a que fueron arrestados por posiblemente amenazar con matar a empleados y estudiantes del colegio al que asistían a través de dicha red social.

Los chicos de tan solo 14 y 15 años “tenían un plan” diseñado en Facebook. Aunque no se encontraron armas en sus casilleros, se enfrentan a dos años de prisión por el cargo de “Conspiración para cometer un crimen” o lo que se llama “Tentativa de homicidio.”(Brett: 2012, pag. 16).

Otro aspecto que es muy importante a la horade manejar correctamente una red social, claramente es controlar a quien tenemos y a quién no. Muchos usuarios y en especial los jóvenes, tienden a tener un gran número de “Amigos” en sus redes sociales, cifras que al ser analizadas llegan a ser preocupantes.

Un suceso relevante frente a eso lo publicó el Diario mexicano El informador, que precisa en su artículo que aproximadamente el 33% de jóvenes estadounidenses no conocen a sus amigos en Facebook, o por lo menos no en su totalidad, algo que prende las alarmas en cuanto con quien se está relacionando el menor. (Cruz: 2011, pag.19)

También menciona que es un alto porcentaje de jóvenes que publican datos personales (dirección, teléfono, fotos, información general, etc.).

Además, precisa, que estos mismos usuarios se están trasladando a otras redes que están tomando impulso, como Twitter o Instagram, redes que han incrementado sus usuarios de manera histórica.

Para terminar, queda un dato muy curioso. Los jóvenes aparte de estar dejando Facebook porque ya lo ven como algo rutinario, ahora también lo hacen por el aumento de adultos en la red social, principalmente de sus padres. (Echeburúa Corral, 2010).

Esto ha causado la disminución del tráfico de datos en dicha red social, y por consiguiente la baja de ingresos para los anunciantes y creadores.

El estudio que muchos padres llevaban tiempo esperando ver publicado acaba de ver la luz: Facebook puede volver antisociales a los jóvenes.

Según el estudio, utilizar demasiado Facebook u otras redes sociales puede llevar al desarrollo de desórdenes psicológicos y actitudes narcisistas o antisociales en los adolescentes. (Echeburúa Corral: 2010, pag.145).

En algunos de los casos de jóvenes que tienen una presencia muy activa en la red social, se pueden observar también comportamientos maniático (agresivos).

El estudio también concluye que los adolescentes que utilizan demasiada tecnología todos los días (redes sociales, videojuegos) son más propensos a desarrollar dolores de estómago, problemas para dormir, ansiedad o insomnio; además de haber encontrado notas más bajas entre los estudiantes que entraron en Facebook durante el estudio (de 15 minutos) y grados de concentración más bajos entre los que lo tuvieron abierto en sus ordenadores.

No obstante, el estudio también sacó conclusiones positivas, como el desarrollo de algo llamado "empatía virtual", con un efecto positivo sobre los contactos hacia los que se muestra esta empatía.

2.3.2 Adicción de “Facebook”

Tendencias en la victimización de la juventud en Internet (2000-2010).

La tecnología ha empezado a formar parte de la vida de las personas de una forma cada vez más notable. Los avances permiten hacer la vida más fácil y cómoda, pero también, como muchos consideran, pueden hacer a los humanos más torpes. Otra de sus posibles consecuencias es perderse otro tipo de diversiones o entretenimientos más saludables o incluso que terminen desplazados en una espiral de trabajo.

Así es como cada vez más, los humanos nos volvemos más dependientes de los aparatos tecnológicos, llegando a puntos de saturación y dependencia de estos aparatos que nacieron para hacer la vida más fácil pero que a veces terminan haciéndola realmente compleja si no se usan con medida.

2.3.3 Escala de Adicción a Facebook

Mucho se empieza a hablar de la adicción a las redes sociales y con motivo de la popularidad, más específicamente de la adicción a Facebook. Tal importancia está cobrando esta red social que incluso se ha desarrollado la Escala de Adicción a Facebook Bergen. Todas las personas en su mayoría tienen una red social llamada Facebook y si no la tienen se sienten desactualizados o fuera de la moda y los hace pensar que no están en sintonía como el resto del mundo.

Esta fue desarrollada por la Dra. Cecilia Schou Andreassen en enero de 2011, cuando realizó un estudio a 423 estudiantes (227 hombres y 196 mujeres) en la Facultad de Psicología de la Universidad de Bergen (UIB), Noruega, en colaboración con la Fundación de Clínicas de Bergen.

Según la investigadora, la escala puede facilitar la investigación del tratamiento, la evaluación clínica puede ser utilizada para estimar la prevalencia de adicción a Facebook en la población mundial.

Los resultados de la investigación se publicaron recientemente en la revista *Psychological Reports*. De la misma se extrae que en los seis elementos básicos considerados en la adicción (relevancia, modificación del humor, tolerancia, abstinencia, conflicto y recaída).

Esta experta considera que Facebook crea una mayor dependencia entre jóvenes y que las personas más ansiosa o insegura a nivel social utilizan más Facebook que otras con puntuaciones más bajas en estos rasgos. Por otro lado, las personas más ambiciosas y más organizadas, tienen menor tendencia a desarrollar una adicción a la red social. Al parecer, según Andreassen, las mujeres también tendrán más posibilidades de adicción que los hombres.(García Jiménez:2011, pag. 22).

Señales de alarma

Andreassen concreta seis señales de alerta:

1. Pasar mucho tiempo pensando en Facebook o planear su uso.
2. Sentir el impulso de usar aún más esta red social.
3. Utilizar esta plataforma como remedio para olvidar problemas personales.
4. Tratar de reducir el tiempo de uso sin éxito.
5. Sentirse inquieto si se prohíbe su uso.
6. Haber utilizado tanto Facebook hasta haber tenido un impacto negativo sobre el trabajo o los estudios.

2.3.4 Solución al mal uso de las redes sociales

Los signos de alarma, son importantes las acciones de prevención para no llegar hasta ellos o remediarlos si ha sido así. Algunos consejos útiles que pueden servir para que las redes sociales no tomen el control de la vida de un individuo son:

Limitar el tiempo de uso, fijando un horario de consulta que se debe respetar. Se puede empezar con un tiempo más elevado para ir reduciéndolo poco a poco. También se puede dividir en franjas horarias para no hacerlo tan complicado al principio.

Desactivar las notificaciones por e-mail, puesto que hacen pensar en la red social en cualquier momento, a pesar de estar realizando otra actividad.

Limpiar la lista de amigos para dejar los realmente importantes y evitar una lista extensa llena de "entretenimientos" nuevos que consultar a cada momento

Restringir el uso de aplicaciones, puesto que la parte de entretenimiento de los juegos también puede resultar adictiva con todo ello, seguro que es más sencillo aprovechar al máximo el potencial de las redes sociales sin conseguir que atrapen más tiempo del debido.

2.4 Jóvenes con mayor consumo a redes sociales

Acceder a las redes sociales es una costumbre habitual en una gran parte de la población, pero son los jóvenes los que lo consideran una parte más de su vida. Según un estudio realizado para su tesis doctoral por el profesor Spivak, de la Nebrija Business School, en España el 97,4 % de los jóvenes entre los 18 y 25 años tiene abiertos perfiles en al menos una red social y más de la mitad de ellos se conecta a ellas un promedio de 10 horas semanales como mínimo.

En el trabajo realizado, que analiza el impacto de las redes sociales en el consumo de los jóvenes para el sector textil, un 56,4 % de los encuestados reconoce estar influenciado por aquello que reciben a través de estos canales sociales en Internet.(Basch: 2000, pag.123).

El peso de las redes sociales como vía de comunicación con los consumidores ha aumentado mucho en los últimos años y es de vital importancia a la hora de acercarse al segmento joven para generar en los usuarios una relación emocional con la marca. De hecho, la mayoría de los jóvenes que participaron en el estudio de Spivak declararon esperar más presencias de las marcas en redes sociales y poder usarlas para realizar sus compras.

Para los jóvenes, las redes sociales son una de las formas de encontrar nuevos productos.

El estudio expone que las recomendaciones de contactos en plataformas como Facebook, Twitter o Tuenti son mucho más determinantes a la hora de tomar la decisión de compra que grandes campañas publicitarias con anuncios en televisión y medios de comunicación tradicionales.

A pesar de estos datos, las empresas españolas del sector textil presentan cifras inferiores de inversión y negocio en Internet respecto a su competencia internacional. Mientras compañías con sede en Estados Unidos o Asia facturan un 20% del total en online, tan sólo un 5% de las ventas de las empresas españolas procede de sus tiendas en la red por lo que el potencial de crecimiento en este ámbito se presenta como una alternativa en tiempos de crisis.(Brett: 2012,pag.42)

2.4.1 Uso de redes sociales Adulto – Joven

De acuerdo a Papalia, Wendkos y Duskin (2005) el adulto joven es aquella persona comprendida entre los 20 y 40 años, la cual por lo general está en el punto más alto de la salud, fuerza, energía y resistencia. Así mismo, se encuentra en el máximo de su funcionamiento sensorial y motor, tienen más energía que cualquier otra persona.

Dentro del desarrollo cognoscitivo del adulto joven, los autores mencionan que el sentido común diferencia la manera de pensar de estas personas a la de un niño o un adolescente; esto es debido a que los adultos jóvenes mantienen diferentes tipos de conversaciones, comprenden situaciones más complicadas y utilizan su experiencia para resolver problemas prácticos. (González Hernández: 2000, pag. 123).

El pensamiento en esta etapa se le denomina como pensamiento pos formal, parece ser flexible, abierto, adaptativo e individualista; este se basa en la intuición, de la lógica y la emoción, las cuales ayudan a la persona a afrontar un mundo que parece caótico.

Así mismo, se caracteriza por tener la capacidad para manejar de manera adecuada la incertidumbre, la inconsistencia, la contradicción, la imperfección y el compromiso, esa es una muy peculiar característica del adulto joven.

En cuanto al desarrollo moral, los adultos jóvenes aumentan el juicio moral a medida que se liberan del egocentrismo y se vuelven capaces de pensamiento abstracto. Así mismo, este se estimula en consecuencia de dos experiencias, las cuales son encontrar valores en conflictos fuera del hogar y ser responsable del bienestar de otros, que los hace pensar de una manera muy diferente.

Es importante mencionar que es la experiencia la que conduce a los adultos a reevaluar sus criterios de lo que es correcto y justo.

Por otra parte, la edad adulta temprana es una etapa de grandes cambios en las relaciones personales, los cuales se dan conforme las personas se establecen, renegocian o consolidan vínculos que se basan en la amistad, el amor o la sexualidad. (González Hernández: 2000,pag. 134-135)

CAPITULO III

Marco Metodológico

3.1 Método

En la presente investigación, se utilizó el método cualitativo, ya que se identificó en la red social, más utilizada por los estudiantes de Publicidad del primer semestre es Facebook.

3.2 Tipo de Investigación

La metodología que se utilizó es cualitativa, ya que se realizó una encuesta para conocer los datos de la muestra, para identificar cuál es la red social, más utilizada en los estudiantes.

3.3 Objetivos

3.3.1 Objetivo General

Describir el uso de Redes Sociales en estudiantes del Primer Semestre de publicidad Jornada Nocturna.

3.2.2 Objetivos Específicos

- Establecer el uso y frecuencia de redes sociales por los estudiantes de primer semestre de Publicidad jornada nocturna.
- Identificar la percepción de los estudiantes como consumidores de redes sociales que produce.

- Indagar el uso correcto de las redes sociales a los estudiantes de Publicidad del primer semestre de Publicidad.

3.4 Técnica

Se utilizó la recopilación de la información en libros, revistas, internet y tesis así como un cuestionario estructurado estudiantes de Publicidad que se encuentren en el primer semestre de la Jornada de plan diario Jornada Nocturna.

3.5 Instrumentos

Recopilación bibliográfica y un cuestionario a jóvenes estudiantes del primer semestre de Publicidad jornada nocturna. Entrevistas estructuradas para catedráticos de Ciencias de la Comunicación enfocados en los temas de redes sociales de la Universidad de San Carlos de Guatemala y se realizará análisis de materiales relacionados con el tema.

3.6 Población o Universo

Esta población está basada a estudiantes que cursan el primer semestre de Publicidad de la jornada nocturna plan diario, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

3.7 Muestra

Para la presente investigación se aplicó el muestreo casual, seleccionando a estudiantes de sexo femenino y masculino que se encontraban en el lugar al momento de pasar el cuestionario en los salones del primer semestre de Publicidad jornada nocturna de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

3.8 Análisis estadístico

Se realizó una investigación cuantitativa-cualitativa, donde se utilizarán tablas descriptivas utilizando programas como Excel o cualquier otro programa que nos sirva para diseñar gráficas.

3.9 Procedimiento

Se realizó una breve explicación del tema a los estudiantes de Publicidad del primer semestre jornada nocturna, dándoles a conocer el fin de la encuesta que posee 15 preguntas con respuestas de opción múltiple, cerradas y abiertas, y las graficas que se presentan son las que tienen mayor relación con el tema investigado.

Al finalizar, la metodología estadística en la investigación será la interpretación de datos por medio de porcentajes y valores. Para representar visualmente los datos recopilados se utilizarán graficas de barras.

Posteriormente se analizó e interpretó los resultados del trabajo de campo para encontrar hallazgos y observaciones específicas del tema investigado.

CAPITULO IV

Presentación de Resultados

4. Análisis de Resultados

En el siguiente capítulo se presentan algunos de los resultados de la encuesta realizada a los 100 estudiantes del primer semestre de Publicidad jornada nocturna.

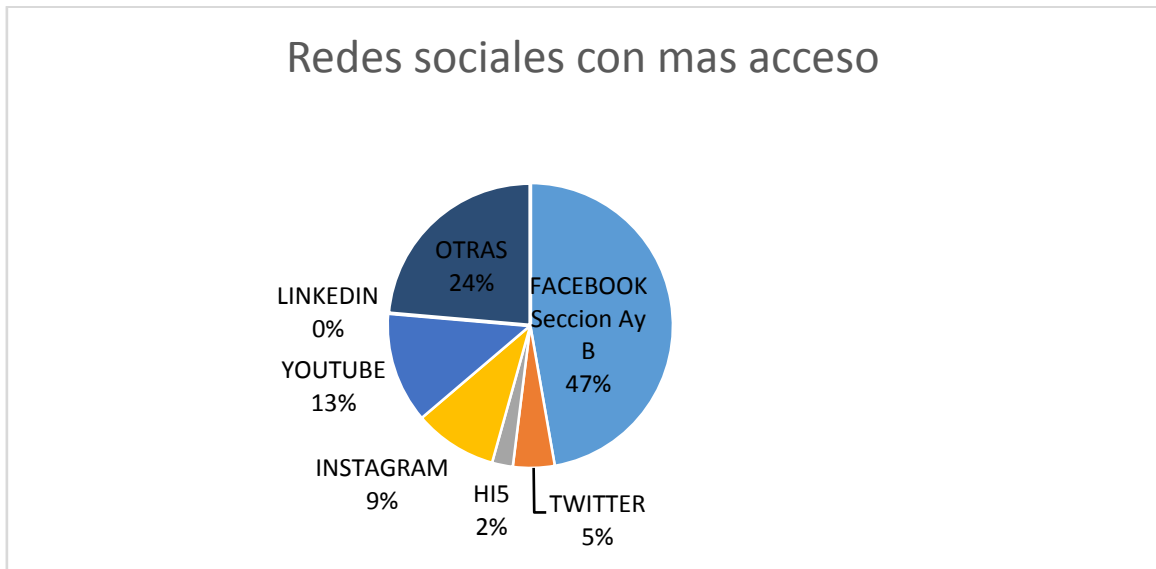
El trabajo de campo se realizó del 11 al 15 de mayo del 2015.



En cuanto al sexo de los encuestados seleccionados para esta investigación, según muestra la grafica se distribuyo en un 60% de mujeres y un 40% de hombres, lo que corresponde a un 100% que equivale a 100 personas. Los datos indican que el sexo predominante es el femenino.

Pregunta 01

Redes sociales

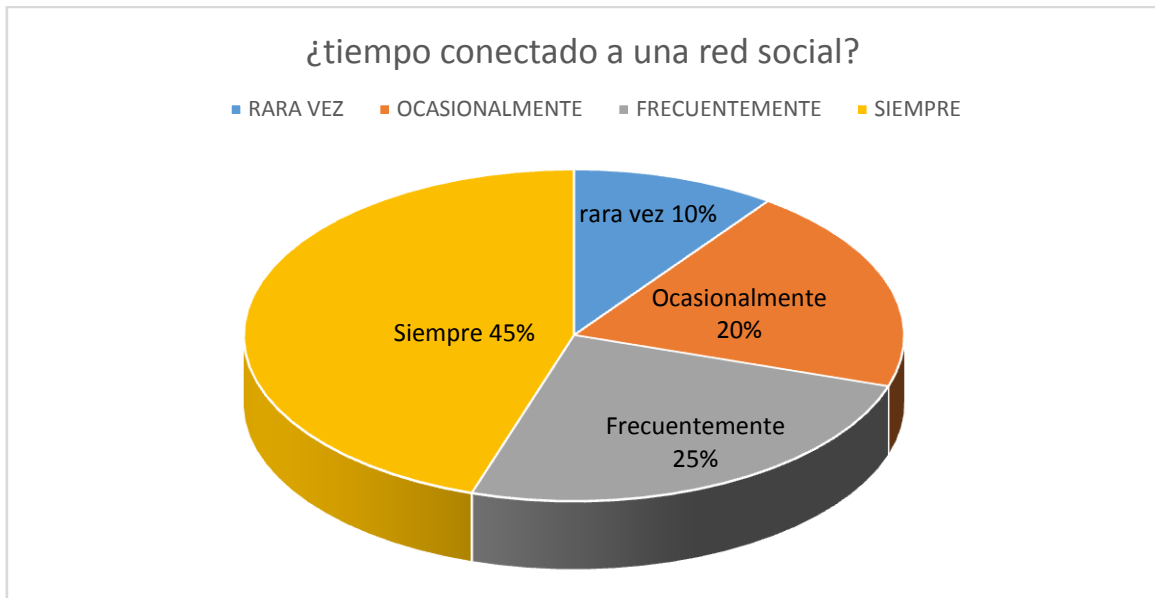


Se puede constatar en cuanto a las redes sociales con mas acceso según nuestra grafica y encuestados el 47% pertenece a Facebook con el mayor porcentaje, siguen con otras el 24%, You tube el 13%, Instagran el 9%, Twiter el 5%, HI5 el 2%.

Se puede apreciar que los jovenes con mayor consumo a una red social es Facebook con el 47% representan la mayoria de encuestados tomando en cuenta que hay otras redes que no son de prererencia ni del gusto de todos los estudiantes.

Pregunta 02

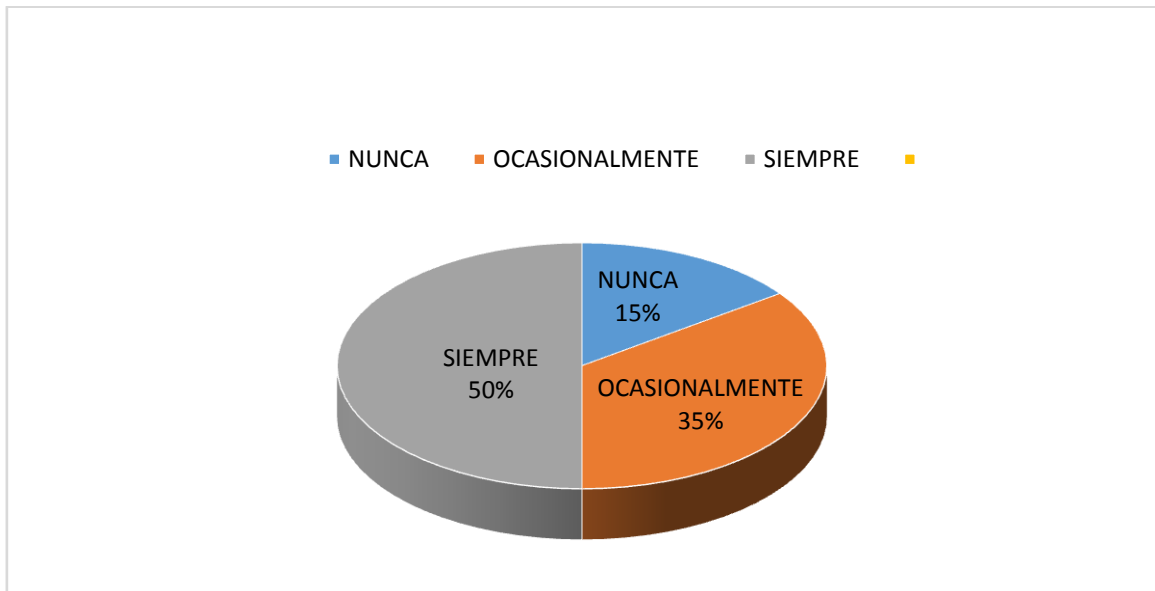
Tiempo conectado a una red social



Los datos de nuestra grafica nos indican que un 45% de estudiantes siempre se conectan a una red social, el 25% frecuentemente, el 20% ocasionalmente y el 10% rara vez. Haciendo un 100% de encuestados en la cual muestra claramente el tiempo que pasan conectados a una red social.

Pregunta 03

¿descuidas las tareas de la U para pasar mas tiempo en redes sociales?

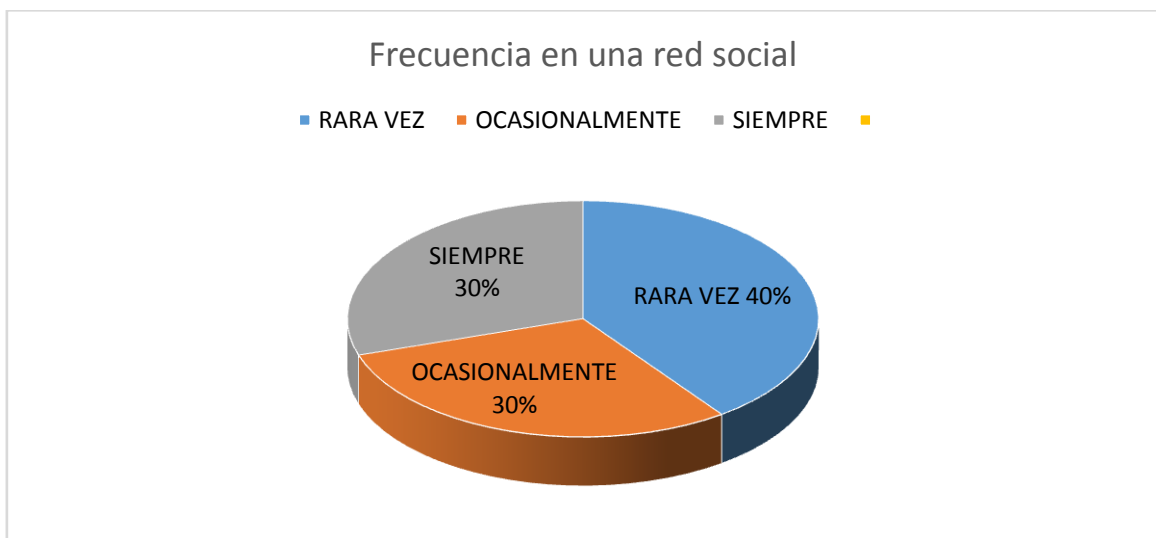


El 50% de los encuestados indican que siempre descuidan las tareas de la U por estar conectados a una red social, el 35% ocasionalmente y el 15% indican que nunca se conectan esto hace un 100% de estudiantes que respondieron la encuesta.

Empiezan con la tarea de la Universidad y luego terminan chateando o viendo fotografías en la red social.

Pregunta 04

¿Con qué frecuencia otras personas en tu vida se quejan contigo acerca de la cantidad de tiempo que pasas conectado a una red social?



Las redes sociales están consideradas como otra forma atractiva de comunicarse entre millones de personas en todo el mundo, es por eso que ya no les afecta con qué frecuencia se están conectando a una red social y ya lo consideran una forma normal o un estilo de vida.

En la gráfica muestra claramente que la mayoría indica que rara vez se quejan por conectarse a una red social con un 40%, un 30% indican que siempre y el otro 30% ocasionalmente, dando un 100% de estudiantes del primer semestre encuestados.

Pregunta 05

¿Con qué frecuencia visitas las actualizaciones, publicaciones o mensajes de las redes sociales antes de hacer lo que tienes que hacer?



Los datos estadísticos evidencian que el 55% revisan de una forma diaria con una mayor frecuencia sus actualizaciones, publicaciones o mensajes a una red social antes de empezar a realizar alguna otra actividad, el 25% lo hacen de una forma semanal y el 20% de una forma mensual, esto debido a que no tienen como conectarse para poderlo realizar de una forma diaria, con esto son el 100% de estudiantes encuestados.

Pregunta 7

¿Has tratado de disminuir el tiempo que pasas conectado en una red social?



Existen diferentes razones por las cuales los estudiantes han tratado de disminuir el tiempo que pasan conectados a una red social y lo comprobamos con la siguiente grafica en el cual un 55% de estudiantes indican que si han tratado de disminuir tiempo para enfocarse mas al mundo real, y dedicarlo parte a sus actividades diarias como compartir con su familia y amigos fisicos no ciberneticos, mientras que el el 40% no le interesa dejar de usar o disminuir el tiempo conectado a una red social, haciendo un 100% de estudiantes encuestados.

Pregunta 15

¿Prefieres estar conectado con el mundo cibernético que ir a una reunión de familia y amigos?



Según muestran los datos de la grafica el 70% prefieren estar conectados a una red social o espacio cibernético que estar con amigos y familiares en reuniones, prefieren mas estar desenfocados del mundo real y permanecer más tiempo conectados, mientras que el otro 30% si prefieren convivir con mas personas y amigos compartiendo y disfrutando de reuniones reales que un mundo de soledad a través de un móvil o una computadora. Esto hace un 100% de estudiantes encuestados del primer semestre de publicidad.

Conclusiones

- Los jóvenes estudiantes consideran que las redes sociales como Facebook es un medio de comunicación que les permite estar en contacto con sus amistades y familiares a las cuales le dedican entre 2 a 5 horas diarias conectados a la red.
- Debido al 45% estudiantes de estar conectados a una de red social y por la diversidad que hay de ingresar a las mismas actualmente, la comunicación ha cambiado considerablemente ya que está más pendiente de estar revisando las publicaciones que entablar una conversación.
- El uso de 45% de redes sociales ha creado que los jóvenes deseen tener siempre batería en los aparatos para poder ingresar a las mismas, creando un mal uso en las redes sociales en los jóvenes estudiantes del primer semestre de Publicidad de jornada nocturna.
- Las relaciones sociales se han visto afectadas, debido al uso inadecuado que hacen los jóvenes estudiantes a Facebook haciendo que se vuelvan más introvertidos e inseguros.
- El joven estudiante está dispuesto a poner de su parte evitando el uso de redes sociales, como Facebook y dedicar más tiempo a otras actividades que le ayudaran a relacionarse con el mundo exterior.

Recomendaciones

A los jóvenes que le den un buen uso a las redes sociales:

- Buscar actividades que les parezcan atractivas y sean productivas para mejorar su calidad de vida.
- Dedicar el tiempo que sea necesario para cumplir las obligaciones que tengan sobre todo al momento de realizar los trabajos Universitarios y estudiar para exámenes.

A los padres de Familia:

- Establecer normas con los miembros de la familia para que exista un acuerdo mutuo en las mismas.
- Programar actividades recreativas con todos los miembros de la familia eventualmente para fortalecer la comunicación y confianza.

A los psicólogos clínicos en general:

- Continuar brindando el apoyo psicológico a los jóvenes que presenten adicción a redes sociales como es Facebook.
- Realizar planes terapéuticos diseñados para los jóvenes, donde se les brinde herramientas innovadoras para mejorar la comunicación y las relaciones interpersonales.

Bibliografías

- 1) Basch, Kramer. (2000). *Historia de Internet*. Buenos Aires Argentina: Océano.
- 2) Brett, Randelfor Washington. (2012). *Mediatización de la Cultura*. Dallas, Texas: Dell.
- 3) Cruz, Karla (2011). *Crece uso de las Redes Sociales en Guatemala*. . Guatemala.
- 4) Echeburúa Corral, Fernando. (2010). *Las Redes Sociales en los Jóvenes de hoy*. Santiago de Chile : DELL.
- 5) García Jiménez, Carlos. (2011). *Redes Sociales en la Publicidad*. Distrito Federal, México: Paidós.
- 6) González Hernández, Enma Elubia. (2000). *Introducción a la Psicología*. Buenos Aires, Argentina: Océano.
- 7) Interiano, Carlos. (2001). *Cultura y Comunicación de Masas de Guatemala*. Guatemala: Universitaria Fénix.
- 8) Larousse. (1998). *Diccionario Larousse*. Madrid, España: Océano.
- 9) Lemus Argueta, Nancy. (2013). *Uso de Redes Sociales en Ventas*. Tapachula, México.
- 10) Mata, María Celeste. (2000). *Los Medios de Comunicación en el Siglo XXI*. Madrid, España: El País.
- 11) Parker, Sergio. (1969). *Biografía de Grandes Personajes*. Los Angeles California.
- 12) Roger, Sanders. (2010). *Historia de Grandes Personajes*. Los Angeles California.
- 13) Ross Singuenza, Martha. (2012). *Qué son las Redes Sociales*. Monterrey, Nuevo León México: Fénix.
- 14) Silverstone, Roger (2009). *Redes Sociales Evolución y Transformación en las Ventas*. Londres, Reino Unido: Pígeo.
- 15) Zuckeberg, Mauricio (2010). *Autobiografía*. Palo Alto California: Facebook.

Folletos

Olio, Didier, (1998), Debate Temático: De lo Tradicional a lo Virtual: Las Nuevas Tecnologías de la Información, Paris, UNESCO, paginas 4, 6.

E-grafía

AlbanAlencar, A.: (2007) *Manual de oratoria*, (en línea) <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/302/retroproyector,%20proyector%20multimedia,%20diapositiva.htm>, 30/04/2015

Araujo, Miguel, 05/06/2014, ¿Qué es Hotmail (Outlook.com), y para qué sirve? <http://correotech.com/que-es-hotmail-outlook-com-y-para-que-sirve.html>, 21/04/2015, 22:45 hrs.

Araujo, Miguel, 19/04/2014, ¿Que es Yahoo?, <http://www.crearcorreo.mx/que-es-yahoo.html>, 21/04/2015, 21:38 hrs.

Ávila, Katty, ¿Qué es Macromedia flash?, 19/05/2014, <http://www.cavsi.com/preguntasrespuestas/que-es-macromedia-flash/>, 25/04/2015, 22:30 hrs.

Cabero Almenara, Julio, Usos e integración de los medios audiovisuales y las nuevas tecnologías en el currículum, 1998, <http://edutec.rediris.es/documentos/1998/usos.html>, 22/03/2015, 22:51hrs.

¿Características de internet?, [características principales de Internet](http://personassunormales.blogspot.com/2012/07/caracteristicas-principales-de-internet.html), 2012, <http://personassunormales.blogspot.com/2012/07/caracteristicas-principales-de-internet.html>, 19/03/2015, 22:30

Castro Ayora, Manuel Jesús, ¿Qué son y para qué sirven las redes sociales?, 2010, <https://infoaleph.wordpress.com/2010/04/14/%C2%BFque-son-y-para-que-sirven-las-redes-sociales/>, 19/03/2015, 21:45 hrs.

Castro, Luis, ¿Qué es YouTube?, 2015, http://aprenderinternet.about.com/od/Multimedia/g/Que_es_YouTube.htm, 30/04/2015, 22:30 hrs.

Gs. Li, Educación Creativa y Tecnológica 2, Medios tecnológicos, 2011, <zeduccioncreativatecno2.blogspot.com/2011/02/medios-tecnologicos.html> consulta realizada el 18 de febrero del 2015, 20:30 hrs.

Martínez Ayala, Gloria, Redes Sociales sus Ventajas e Inconvenientes, 2012, http://psicologiavivirmejor.blogspot.com/2012/07/redes-sociales-sus-ventajas-e_06.html, 25/03/2015, 22:35 hrs.

Mela, Marta, ¿Qué son las TIC y para qué sirven?, 04/2011, <http://noticias.iberestudios.com/%C2%BFque-son-las-tic-y-para-que-sirven/>, 14/03/2015, 20:30.

Pérez Torres, I. y Pérez Gutiérrez, M. 2005. "Audio visual resources and technology". En N. McLaren, D. Madrid y A. Bueno (eds.). TEFL in Secondary Education. <http://www.isabelperez.com/taller1/blogs.htm>, 21/03/2015, 22:20hrs. ¿Qué es una computadora?, Significado de Computadora, 2015, <http://www.significados.com/computadora/>, 29/04/2015, 22:30 hrs. ¿Qué es Gmail? (Magk Pedagogía), Para qué sirven las Wikis, blogger, Gmail y Ask fm, 20/03/2013, <http://es.slideshare.net/magkpedagogia/para-que-sirveaskgmailblogger>, 21/04/2015 ¿Qué es PowerPoint?, ¿Qué es PowerPoint?, 2015, <https://support.office.com/es-ar/article/%C2%BFQu%C3%A9-es-PowerPoint-84523261-eff1-4487-80d8-e6c25f483770?ui=es-ES&rs=es-AR&ad=AR>, 27/03/2015, 22:25 hrs.

Que es prezi, 2014, ¿Qué es prezi?, <http://www.aulaprezi.com/features/>, 27/03/2015, 22:40 hrs.

Tesis

Chinchilla Chavarría, Sara Elena, (2012)Tecnologías de la información y la comunicación (TICS) de los docentes de la Universidad Panamericana en la sede de la Villa de San Miguel, Uspantán Santa Cruz del Quiché de la Facultad de Ciencias de la Educación, Facultad de Humanidades, Magister Artium en Educación con Especialización en Elaboración y evaluación de Proyectos Educativos Guatemala, Universidad Mariano Gálvez de Guatemala, pág. 224.

López Ruano de Gudiel, Yolanda Leonora,(2005). Utilización y Eficiencia de los Medios Audiovisuales en la Facultad de Humanidades Sección Jalapa, de la cabecera departamental de Jalapa, licenciada en Pedagogía y Ciencias de la Educación, Guatemala, Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Humanidades, pág. 108.

Ovando Hernández, Ruth Betsabé, (2010). El Blog como canal de comunicación en la enseñanza aprendizaje, estudio realizado en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Licenciatura de Ciencias de la Comunicación, Guatemala, Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación, pág. 100.

Anexos



Universidad San Carlos de Guatemala
Escuela ciencias de la Comunicación



CUESTIONARIO

Uso de Redes Sociales en estudiantes del primer semestre de publicidad jornada nocturna

Mi nombre es Nancy Luna. Estoy realizando mi trabajo de tesis sobre la mediatización de Facebook en los jóvenes, por lo que agradezco tu colaboración respondiendo el siguiente cuestionario el cual servirá para hacer la elección de mis sujetos de estudio, te garantizo que se respetará el anonimato de la misma.

INSTRUCCIONES

Marque con una X la respuesta que se acerque más a su opinión.

Sexo: M F Edad: _____ Primer semestre de Publicidad

1. ¿A qué redes sociales tienes acceso? Puedes seleccionar más de una opción.

Facebook Twitter Hi5 Instagram YouTube LinkedIn

Otros (por favor específico): _____

2. ¿En qué dispositivos ingresas a las redes sociales? Puedes seleccionar más de una opción.

Computador Teléfono Móvil Ipad

Otros (por favor específico): _____

3. ¿Con que frecuencia te encuentras con que te quedas en las redes sociales más tiempo del que esperabas?

1 = Rara vez 2 = Ocasionalmente 3 = Frecuentemente 4 empre

4. ¿Con que frecuencia descuidas las tareas de la U para pasar más tiempo en redes sociales?

1=nunca 2=ocasionalmente siempre

5. ¿Prefieres la motivación que encuentras en las redes sociales a la amistad física con tus amigos reales?

SI NO

6. ¿Con que frecuencia otras personas en tu vida se quejan contigo acerca de la cantidad de tiempo que pasas conectado?

1=Rara vez 2=ocasionalmente 3=siempre

7. ¿Con que frecuencia tus calificaciones o el trabajo universitario sufren a causa de la cantidad de tiempo que pasas conectado?

40% 60% 80%

8. ¿Con que frecuencia visitas las actualizaciones, publicaciones o mensajes de las redes sociales antes de hacer lo que tienes que hacer?

Diario= semanal= mensual=

9. ¿Cómo es tu reacción cuando te preguntan qué haces en las redes sociales?

½ hora = 1=hora 2=horas 5=horas

10. ¿Con que frecuencia ingresas a tus redes sociales?

SI= NO=

11. ¿Crees que sin una red social tu vida sería aburrida, vacía y sin alegría?

De 1 a 2 horas= de 3 a 5 horas= de 6 a 10 horas=

12. ¿Cuánto tiempo paso en una red social?

SI= NO=

13. ¿Te sientes preocupado por estar desconectado de las redes sociales?

SI= NO=

14. ¿Has tratado de disminuir el tiempo que pasas conectado a una red social?

SI= NO=

15. ¿Prefieres estar en una red social que comprar con el resto del mundo?

SI= NO=

¡Gracias por su atención...!!