

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

**Uso del buscador Google como herramienta de investigación por parte de los estudiantes de primer ingreso de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.**



**Trabajo de tesis presentado por**  
Edwin Alejandro Javier Alonso Toasperm

**Previo a optar el título de**  
Licenciado en ciencias de la comunicación

Nombre del asesor  
Licenciado Hugo Alfredo Gálvez Mejía

Guatemala de la Asunción, noviembre de 2017

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

M Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Consejo Directivo

Representantes Docentes

Lic. Mario Enrique Campos Trigilio

M.A. Gustavo Adolfo Moran Portillo

Representantes Estudiantiles

Anaitè Machuca

Mario Barrientos

Representante Egresado

M.A. Johnny Michael González Batres

Secretaria

M Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Tribunal Examinador

Presidente: Lic. Hugo Alfredo Gálvez Mejía

Revisor: M.A. Jorge Ignacio Paz García

Revisor: Lic. Bayron Miguel García Morales

Examinador: M.A. David Ernesto Chacón Estrada

Examinador: Wagner Díaz Choscó

Suplente: Gustavo Adolfo Morán Portillo



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

. 395-14  
Guatemala, 17 de noviembre de 2016  
Dictamen aprobación 144-16  
Comisión de Tesis

Estudiante  
Edwin Alejandro Javier Alonso Toasperm  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.1 del punto 1 del acta 17-2016 de sesión celebrada el 14 de noviembre de 2016 que literalmente dice:

1.20 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante: Edwin Alejandro Javier Alonso Toasperm, carné 200715802, proyecto de tesis: USO DEL BUSCADOR GOOGLE COMO HERRAMIENTA DE INVESTIGACIÓN CON FINES EDUCATIVOS, EN LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA. B) Nombrar como asesor (a) a: Lic. Hugo Alfredo Gálvez Mejía.

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”

  
Dra. Aracelly Krisanda Mérida González  
Coordinadora Comisión de Tesis



**USAC**  
Copia Comisión de Tesis  
AM/Amij  
**TRICENTENARIA**  
Universidad de San Carlos de Guatemala

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



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

Guatemala, 10 de febrero de 2017  
Comité Revisor/ NR  
Ref. CT-Akmg 003-2017

Estudiante  
Edwin Alejandro Javier Alonso Toasperm  
Carné **200715802**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante:

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: USO DEL BUSCADOR GOOGLE COMO HERRAMIENTA DE INVESTIGACIÓN CON FINES EDUCATIVOS, EN LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA.

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.	Hugo Alfredo Gálvez Mejía	presidente(a)
M.A.	Jorge Ignacio Paz García	revisor(a)
M.A.	Bayron Miguel García Morales	revisor(a)

Atentamente,

*"ID Y ENSEÑAD A TODOS"*

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García.  
Director ECC



Dra. Aracelly Krisanda Mérida González  
Coordinadora Comisión de Tesis



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

C.C. comité revisor  
Archivo/expediente  
AM/SVMG/Ai/r

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



**Autorización informe final de tesis por Terna Revisora**  
Guatemala, 22 de Agosto 2017

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:

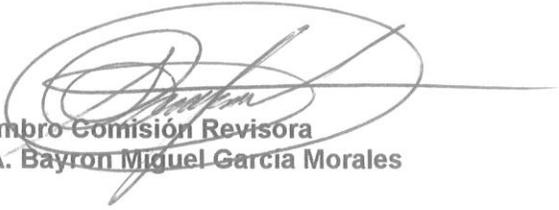
Atentamente informamos a ustedes que el estudiante **Edwin Alejandro Javier Alonso Toaspern**. Carné **200715802**. Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título es: ***Uso del buscador Google como herramienta de investigación con fines educativos, en los estudiantes de primer ingreso de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.***

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.A. Jorge Ignacio Paz Ramírez



Miembro Comisión Revisora  
M.A. Bayron Miguel García Morales



Presidente Comisión Revisora  
Lic. Hugo Alfredo Gálvez Mejía

c.c. archivo



# Universidad de San Carlos de Guatemala

## Escuela de Ciencias de la Comunicación

395-16



Guatemala, 29 de agosto de 2017  
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.  
Ref. CT-Akmg-No.040-17

Estudiante  
Edwin Alejandro Javier Alonso Toasperm  
Carné 1593 38700 0101  
Registro Académico 200715802  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante:

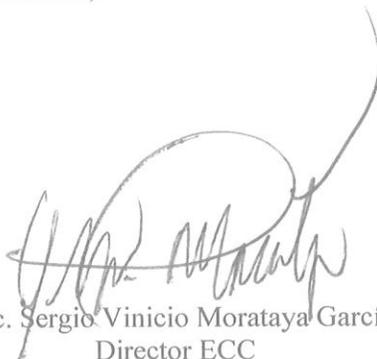
Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: “USO DEL BUSCADOR GOOGLE COMO HERRAMIENTA DE INVESTIGACIÓN CON FINES EDUCATIVOS, EN LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA” siendo ellos:

Lic. Hugo Alfredo Gálvez Mejía	presidente(a)
M.A. Jorge Ignacio Paz García	revisor(a)
Lic. Bayron Miguel García Morales	revisor(a)
M.A. David Ernersto Chacón Estrada	examinador(a)
M.A. Wangner Díaz Choscó	examinador(a)
M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo	suplente

Cuando Secretaría nos indique la fecha de su examen privado se la estaremos confirmando vía correo electrónico, por lo que solicitamos este pendiente del mismo.

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

Atentamente,



M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García.  
Director ECC

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Dra. Aracelly Krisanda Mérida González  
Coordinadora Comisión de Tesis



c.c: Comité Examinador “Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad”  
Archivo/expediente OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN  
AM/SVMG/AiJr

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810  
www.comunicacion.usac.edu.gt



Guatemala, 31 de octubre de 2017  
Orden de impresión/NR  
Ref. CT-Akmg- No. 057-2017

Licenciado (a)  
Edwin Alejandro Javier Alonso Toasperm  
Carné 1593 38700 0101  
Registro académico 200715802  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado (a) Licenciado (a):

Nos complace informarle que con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título "USO DEL BUSCADOR GOOGLE COMO HERRAMIENTA DE INVESTIGACIÓN POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA", 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,

*ID Y ENSEÑAD A TODOS*

  
M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García  
Director ECC

  
Dra. Aracelly Krisanda Mérida González  
Coordinadora Comisión de Tesis



## DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

**Dios y la Virgen María:** por darme las fuerzas, motivación y energías para afrontar una nueva meta que hoy estoy culminando.

**Mis Padres: Lionel Alonso y Jaqueline Toaspern,** por ser mi guía en la tierra, por darme todos los buenos valores y amor que he necesitado a lo largo de mi vida, y así desarrollarme en las distintas facetas, por darme aliento para seguir adelante y no dejar que me rindiera en el camino, los amo.

**A mis hermanos,** por quererme y apoyarme en todo momento, los amo.

**Mi familia:** la base de mi vida a quienes les debo todo.

**Mis Catedráticos y compañeros de clase:** con los que compartí estos años de estudio, donde conocí nuevos amigos y nuevas enseñanzas de vida.

**Escuela de Ciencias de la Comunicación:** donde adquirí nuevos conocimientos para obtener mayores oportunidades, como profesional.

**Gloriosa y tricentenaria Universidad de San Carlos de Guatemala:** por permitirme culminar mi carrera en esta casa de estudios y representarla con orgullo ante la Sociedad.

**A mi asesor:** Licenciado Hugo Gálvez por el apoyo que recibí en la realización de mi tesis.

**Melany Solís Montiel:** gracias por estar conmigo siempre en las buenas y en las malas, y por motivarme a siempre dar lo mejor de mí, te amo.

Para efectos legales la autora  
es la única responsable del contenido de este trabajo

## Índice

	Página
Resumen	i
Introducción	iii
Capítulo I	
1. Marco conceptual	01
1.1. Título	01
1.2. Antecedentes	01
1.3. Justificación	02
1.4. Formulación del problema	04
1.5. Planteamiento del problema	04
1.6. Alcances y límites	05
1.6.1. Objeto de estudio	05
1.6.2. Ámbito geográfico	06
1.6.3. Ámbito institucional	06
1.6.4. Ámbito poblacional	06
1.6.5. Ámbito temporal	06
1.6.6. Límites	06
Capítulo II	
2. Marco teórico	07
2.1. Lenguaje y comunicación	07
2.2. Comunicación no verbal	09
2.3. Internet	09
2.4. Historia del Internet	09
2.5. Evolución de la tecnología	11
2.5.1. Web 1.0	11
2.5.2. Web 2.0	11
2.5.3. Web 3.0	12

2.6.	Redes sociales	12
2.6.1.	Historia de las redes sociales	13
2.7.	Robot de búsqueda	16
2.8.	Dominio y cuáles son los que existen	16
2.8.1.	Tipo de dominios	16
2.8.1.1.	Dominios genéricos	16
2.9.	¿Qué significa WWW?	18
2.10.	¿Qué es la web?	19
2.11.	¿Qué es HTP?	19
2.12.	¿Qué es un motor de búsqueda?	19
2.13.	¿Qué es Google Inc?	21
2.14.	Internet como fuente de investigación	22
2.15.	Ventajas y desventajas del uso del internet	23
2.16.	Juventud y tecnología	25
2.17.	Tecnologías de la información	26
2.18.	Tics	27
2.19.	Aporte de los TIC´s a la educación	28
2.20.	Funciones del docente hoy	31
2.21.	Implicaciones educativas de la Web 2.0	33
Capítulo III		
3.	Marco metodológico	35
3.1.	Método de estudios	35
3.2.	Tipos de investigación	35
3.2.1	Cuantitativa	35
3.3.	Objetivos	36
3.3.1.	Objetivo general	36
3.3.2.	Objetivos específicos	36
3.4.	Población y muestra	36
3.4.1.	Población	36
3.4.2.	Sujetos de estudio	37

3.5	Técnicas e instrumento	37
3.5.1.	Censo	37
3.5.2.	Herramienta	37
Capítulo IV		
4.	Resultados	38
	Encuesta estudiantes	38
	Encuesta catedráticos	47
	Encuestas comparadas	52
	Análisis	56
	Conclusiones	58
	Recomendaciones	59
	Bibliografía	60
	Electrografía	62

## Resumen

**Título:** Uso del buscador Google como herramienta de investigación por parte de los estudiantes de primer ingreso de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

**Autor:** Edwin Alejandro Javier Alonso Toasperm

**Universidad:** Universidad de San Carlos de Guatemala.

**Unidad académica:** Escuela de Ciencias de la Comunicación.

**Problema:** ¿Cuál es el uso y la utilización del buscador Google como una herramienta de investigación por parte de los estudiantes de primer ingreso de la carrera técnica de publicidad, jornada vespertina de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

**Procedimiento para obtener datos e información:** el estudio se llevará a cabo en base al método descriptivo ya que aborda el análisis y la síntesis de los resultados. Se pasará un cuestionario a los alumnos con 16 preguntas y a los profesores con 9 preguntas, con lo que se espera medir el uso del buscador Google en la educación superior de los alumnos de primer ingreso.

La investigación descriptiva a realizar será cuantitativa y cualitativa, debido a que se realizarán dos encuestas tanto a estudiantes de primer ingreso como a docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, con el fin de determinar el uso, así como los beneficios y perjuicios del uso del buscador Google por parte de los estudiantes.

**Resultados y conclusiones:** los resultados arrojados por la encuesta, señala que la mayoría de los estudiantes utiliza el buscador Google donde encuentra la mayor parte de información que necesita para sus investigaciones, con el fin de entregar una mejor investigación y más completa, de acuerdo a las nuevas herramientas y accesibilidad a temas que muchas veces no se encuentra en libros aún.

El ahorro de tiempo para la búsqueda de información es parte fundamental y primordial en el uso del internet por parte de los estudiantes, y con ello el uso de la biblioteca queda relegado casi por completo al encontrar la información dentro de la red, con poner solo una palabra o una frase de lo que se busca.

## Introducción

Como parte del trabajo de investigación de tesis se evidencia el uso de la herramienta del buscador Google e Internet por los estudiantes de primer ingreso de la jornada vespertina de la carrera técnica universitaria de publicidad profesional, en ella se evidencia que los estudiantes usan ese buscador para recolectar información de trabajos de investigación, sin embargo, también cuentan con otros usos como entretenimiento, descargas de música, imágenes, noticias.

Sin embargo, algunos de los y las estudiantes encuestados señalaron que también se apoyan en tesis, libros y periódicos, dependiendo lo que estén buscando, sin embargo, del 100% de estudiantes el 60% no lee toda la información que baja y el 40% realiza un “copy paste” para entregar los trabajos.

Otro de los puntos es que se encontró en el estudio es que el 64% considera que la información que da Google es confiable, mientras el 36% dice que no, además el 80% dice que Google contiene cualquier tipo de información además de 52% depende totalmente del buscador Google para encontrar la información que necesita.

Respecto el aprendizaje que deja la búsqueda del internet el 84% dice que si deja, pero el 16% dice que no, esto debido que muchas veces no se lee completamente la información por lo que se queda a medias la misma.

Dentro de los resultados se marca el uso en cualquier momento de la vida de las nuevas generaciones, el problema de no leer ni de confrontar la información. Muchas veces la información verídica se encuentra en los libros y si en su momento hay nuevos resultados puede buscarse en la red si es que no se tiene acceso a los libros de las nuevas versiones, pero se debe observar la confiabilidad de las páginas y la información que en ellas hay, pues muchas veces estas no son de centros de investigación sino de personas que suben la misma información solo por hacerlo, sin ninguna responsabilidad.

Los estudiantes encuestados son parte de la nueva generación de comunicadores que tienen a la mano la realidad virtual, algo que hoy en día es indispensable en esta carrera, sin embargo, se debe establecer parámetros y lineamientos para la búsqueda y evitar tanto el “copy paste” como la información falsa.

Por su parte los catedráticos ven con buenos ojos el uso del internet, pero a pesar que saben que la mayoría hace “copy paste” y no leen la información, no promueven otras formas, como los trabajos a mano pues señalan que la mala letra de los alumnos no es viable.

## **Capítulo 1**

### **1. Marco conceptual**

#### **1.1 Título:**

Uso del buscador Google como herramienta de investigación con fines educativos por parte de los estudiantes de primer ingreso de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

#### **1.2. Antecedentes:**

En la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se encuentran trabajos en la misma dirección de la investigación que se realiza, así como tesis que hablan del Internet, su uso, las ventajas entre otros.

Alfonso Benedicto Girón (2013), en su libro “La juventud y el uso de Internet” señala que “en un estudio realizado por Microsoft de Argentina, se dio a conocer que los jóvenes prefieren buscar información en la web que en un CD-ROM, aun cuando el proceso es más lento. Según la firma de investigadora de mercado International “Data Corp”. La cantidad de usuarios de Internet en América Latina está creciendo en un rango porcentual compuesto anual de 41 por ciento – el más rápido en el mundo – y se espera que alcance los 29.4 millones en el 2020”.

También se puede mencionar “El Blog como canal de comunicación en la enseñanza aprendizaje” realizado por Ruth Betsabé Ovando Hernández (2010), quien señala que de los 78 estudiantes que fueron encuestados para la investigación, el 60% utilizan el blog como canal de comunicación en la enseñanza aprendizaje, el 81 % aprueba el uso de esta canal de comunicación en la enseñanza aprendizaje y con relación a los beneficios del blog el 38% de los estudiantes indicó la entrega de tareas.

Evelyn Cristina Gil Tubac (2011), elaboró la tesis “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”, en el que manifiesta según los resultados el 62% de los estudiantes encuestados para el trabajo señalaron que la red social Facebook es factible como herramienta didáctica, además ayuda en el desarrollo, complementación y la comprensión del curso, además si están de acuerdo que el docente implemente dicha actividad.

Con un 65% los docentes encuestados consideraron que la red social en mención es viable como una herramienta didáctica mientras que el 35% de ellos ya se encuentran utilizando dicha plataforma para los cursos que imparten a sus estudiantes en la jornada vespertina.

En la tesis “El uso del Internet en el aula como recurso didáctico en el nivel básico del Liceo Mixto Juan Apóstol” fue presentado por Marybel Barillas García (2015), señala que dentro del área de secundaria los docentes del centro educativo investigado, no le dan importancia al uso del Internet dentro del salón de clases como un recurso indispensable y alternativo para impartir sus clases. Sin embargo, el único curso en el que reciben Internet como herramienta de aprendizaje es en el curso de computación.

### **1.3. Justificación:**

Desde sus inicios, el “homosapiens” usó como recurso su propia memoria para poder almacenar la información que diariamente iba obteniendo, posterior inició la escritura y más adelante fue la imprenta, con la que se pudo extender todo conocimiento. El progreso fue avanzando grandemente hasta nuestros días, donde los dispositivos tecnológicos se han vuelto parte de la vida diaria. Este último ha permitido ampliar las posibilidades de poder competir y contrastar información con otras personas a través de la red.

La juventud actual ha hecho de la tecnología una forma de vida, a ellos se les llama “millians”, ya que dependen de la misma para realizar todo tipo de actividades y relacionarse; los millians se encuentran en total dependencia de las redes sociales y se han ido alejando de la vida real. La manera de comunicarse se encuentra en el twitter, facebook, whatsapp, snapchat, entre los que podemos mencionar pues utilizan como chat, mientras para dejar plasmado una imagen d algún lugar está el instangram, o prinest.

Si se habla de estudios, los jóvenes realizan todo tipo de tareas e investigaciones mediante la red, pocos investigan en libros o “pdf” y los comparan, sin embargo, la mayoría solo realiza un “copy-paste” de la información encontrada y no contrastada, dejando a un lado el conocimiento y aprendizaje sobre el tema que “investigaron”.

El acceso actual de las redes es casi ilimitado, todo aquel que pueda pagar el servicio de internet lo obtiene con facilidad, es así que niños, adolescentes y jóvenes pueden acceder sin restricción alguna en la mayoría de los casos.

La aceleración con que se han estado dando los cambios en la tecnología, han ido produciendo diferentes y sustantivas modificaciones en el desarrollo de la intervención del ser humano, así como del entorno de la vida diaria, produciendo una cierta incertidumbre e impotencia en el diario vivir y sobretodo en la educación actual.

La red es una de las herramientas a la que se le atribuye infinidad de ventajas para la educación, el entretenimiento y el comercio. En las relaciones interpersonales se ha vuelto virtuales al existir grupos virtuales con los que se interrelacionan personas con mismos intereses sin importar la ubicación física.

La importancia de este estudio es como ha ido variando las formas de investigación, el acceso al internet ha hecho que los estudiantes dependan más de

las redes que de libros físicos. Este trabajo quiere demostrar el uso del buscador google para desarrollarse en el camino como profesionales.

También ayudará a entender si los estudiantes de verdad leen los documentos que descargan o simplemente realizan “copy paste” sin tener mayor conocimiento o profundidad del tema.

#### **1.4. Formulación del problema:**

La Internet se ha vuelto parte de la vida diaria, el buscador de Google es parte fundamental, ya sea para una duda de cocina, alguna palabra, algún dato que se esté buscando, sin embargo, este trabajo de investigación nos surge la siguiente interrogante.

¿Cuál es el uso y cómo utilizan el buscador Google como una herramienta de investigación de los estudiantes de primer ingreso de la carrera técnica de publicidad, jornada vespertina de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

#### **1.5. Planteamiento del problema:**

No hace muchos años atrás, en los `80 y `90, el internet no era más que una herramienta que se iniciaba, aunque sus primeros objetivos era solamente ser usado dentro de la milicia estadounidense poco a poco se empezó a expandir.

A finales del milenio pasado, ya el internet había salido al mundo, muchos colegios, universidades y empresas iniciaban su camino dentro del mundo virtual, implementando cursos, conferencias y diversidad de actividades para posicionar la red dentro del diario vivir de los estudiantes y trabajadores.

Sin embargo, al hacer el salto al 2000 también se hizo dentro de las redes y fue el buscador Google quien se posiciona dentro de la misma como el buscador por excelencia, esto se dio mediante un cambio de códigos internos que en ese momento tenían las redes y al pasar a 00 podría haber una desconfiguración y

pérdida de información, por lo que se trabajó en nuevos sistemas operativos, con lo que en ese momento Google, se instala dentro de las computadoras, a inicios del milenio, tomando un realce pasada la primera mitad de la década del 2000, dándole la facilidad a los usuarios de una búsqueda en cualquier o casi cualquier documento que se necesite.

Sin embargo dentro del buscador se puede lograr desde un simple documento en un post hasta libros en pdf, trabajos en la red para “facilitar” las investigaciones de los estudiantes, y es acá donde llegamos a un punto, pues las nuevas generaciones utilizan con más frecuencia el buscador para “cualquier” cosa, muchos no pueden realizarlo por otros métodos como se hacía anteriormente, esto como consecuencia que la búsqueda está a la distancia de un click en la comodidad de la habitación, de la casa o de donde se encuentren, versus ir a las bibliotecas a buscar la misma información en libros que puedan no tener la información tan actualizada como las que se pueden encontrar en las redes, además del tiempo que significa movilizarse y la búsqueda de libro por libro, mientras que en el internet se puede mediante una palabra o una oración, facilitando así el trabajo.

Por ende, se quiere establecer el uso que los estudiantes de primer ingreso, los que van en camino a un mundo cada vez más tecnológico, y a su profesionalización, sobre todo en una carrera en la que es vital el uso de los diferentes programas y del Internet para poder desarrollarse profesionalmente. Este trabajo de investigación nos dará un margen sobre como los estudiantes usan el buscador google para estudiar, encontrar material y con ello irse profesionalizando dentro de la carrera de Ciencias de la Comunicación, en cualquiera de sus ramas técnicas.

## **1.6. Alcances y límites:**

### **1.6.1. Objeto de estudio:**

Se llevó a cabo un estudio donde se determinó el uso del buscador Google como herramienta de investigación por parte de los estudiantes de segundo semestre de la Carrera de Publicidad, jornada vespertina de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

**1.6.2. Ámbito geográfico:**

El estudio se realizó en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, del Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala,

**1.6.3. Ámbito institucional:**

El proyecto es particular y se trabajó con la Escuela de Ciencias de la Comunicación para realizar las encuestas.

**1.6.4. Ámbito poblacional:**

El proyecto se realizó con estudiantes de segundo semestre de la jornada vespertina de la carrera de Publicidad profesional, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, USAC.

**1.6.5. Ámbito temporal:**

El trabajo abarcó solamente a los alumnos de primer ingreso del segundo semestre del año 2016.

**1.6.6 Límite:**

Solamente se tomará en cuenta a los estudiantes de primer ingreso del segundo semestre de la carrera de publicidad de la jornada vespertina, sección "A", de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala, USAC,

## Capítulo II

### 2. Marco teórico

#### 2.1. Lenguaje y comunicación

La comunicación es el acto, en el cual una persona, establece con otro u otros un contacto que le permite transmitir cierta y determinada información.

Para José M<sup>a</sup> González-Serna Sánchez (2009) señala que la realización de un acto comunicativo puede responder a diversas finalidades como la transmisión de información, intento de influir en los otros, manifestación de los propios estados o pensamientos y la realización de actos.

Sin embargo, también los elementos que “intervienen en un proceso de comunicación son: el emisor, que es el sujeto que produce el acto de comunicación. El referente, siendo la realidad extralingüística a la que alude el mensaje comunicativo. El código, que son los conjuntos de signos, relacionados entre sí, y de reglas de construcción, a disposición del emisor y del receptor. El mensaje, siendo el resultado de la codificación, portador de la información o conjunto de informaciones que se transmiten. El canal, es el medio físico por el que circula el mensaje. El receptor, es el sujeto que descodifica y recibe el mensaje y por último el contexto, siendo un conjunto de factores y circunstancias en las que se produce el mensaje y que deben ser conocidas tanto por el emisor como por el receptor.

De esto también podemos distinguir distintos tipos de contexto, como por ejemplo el contexto situacional, siendo las circunstancias espaciales y temporales en las que se produce el acto comunicativo. También está el contexto socio histórico, el cual es el conocimiento de la época en la que se producen los mensajes. El contexto lingüístico, que es lo dicho antes o después de un enunciado puede condicionar su interpretación.

Siguiendo en el proceso de la comunicación, el ruido que se encuentra dentro del mismo es nada más que las perturbaciones no previstas ni previsibles que destruyen o alteran la información. El ruido aparece en casi todos los procesos comunicativos. La redundancia es otro de los elementos innecesarios que aparecen en un mensaje y que sirven, entre otras cosas, para combatir el ruido. Las redundancias pueden ser de dos tipos: las que dependen del propio código y las que dependen de la voluntad del emisor.

Dentro de la misma comunicación se puede encontrar con dos tipos de procesos comunicativos, el unilateral, que es el acto en el que un emisor emite un mensaje que el receptor percibe (información) y el bilateral, que es cuando un emisor emite un mensaje que el receptor percibe y posteriormente, ese receptor se convierte en emisor de un nuevo mensaje que captará el antiguo emisor.

Pero también encontramos estudios relacionados con la comunicación, como los que ha hecho en el grupo de habilidades mentales, en la publicación "Lógica relacional humana y conceptos de comunicación" (2005) donde nos hablan de los Conceptos de la Comunicación Humana, y no señalan que las ideas respecto a la comunicación han variado a lo largo del siglo XX. "El punto de partida fue la formulación por Shannon en 1946 de la "Teoría matemática de la comunicación" a partir de estudios sobre codificación y telégrafos. Es una teoría informativa: el papel de la comunicación se reduce a transmitir contenidos.

Posteriormente el profeta de la Cibernética, R. Wiener, introdujo el concepto de RETROACCIÓN: la información sobre la acción permite al sistema corregirse. Nace la retroalimentación: el receptor devuelve y corrige la información del emisor. El modelo de Shannon fue adoptado por un lingüista, Jacobson, para mostrar un modelo de comunicación verbal usado hasta hoy.

La inclusión del contexto en el que se produce la comunicación abrió un amplio campo de significados en el estudio de la misma. La propuesta o modelo presentado por Haley es bien ilustrativa.

Transmisión de información, retroalimentación del destinatario y contexto comunicacional completan el acercamiento a un modelo de comunicación humana y establecen tres áreas fundamentales en su estudio: la sintáctica: estudio del lenguaje, de los procesos de ruido, redundancia, canales. La semántica: estudio del significado de los signos. Y la pragmática: estudio de los efectos en la conducta.

## 2.2. Comunicación no verbal:

Los científicos que colaboraron con este libro nos hacen mención también de la Comunicación no verbal, que ha de estudiarse no aisladamente, sino como una parte indispensable de la comunicación. Puede servir para repetir, contradecir, sustituir, complementar, acentuar o regular la comunicación verbal. Este es el lenguaje de las emociones, identificadas a través de multitud de señales como las expresiones faciales, la postura, actos explícitos, gestos, que muestran y regulan el comportamiento del individuo.

## 2.3. Internet:

Es la 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.

La tecnología de Internet es una precursora de la llamada “superautopista de la información”, un objetivo teórico de las comunicaciones informáticas que permitiría proporcionar a colegios, bibliotecas, empresas y hogares acceso universal a una información de calidad que eduque, informe y entretenga. (Rivera, 2012).

## 2.4. Historia de la Internet:

Los orígenes de la Internet hay que buscarlos en un proyecto del Departamento de Defensa estadounidense que pretendía obtener una red de comunicaciones segura que se pudiese mantener, aunque fallase alguno de sus nodos. (Molina Pareto, 2000).

Así nació ARPA, una red informática que conectaba ordenadores localizados en sitios dispersos y que operaban sobre distintos sistemas operativos, de tal manera que cada ordenador se podía conectar a todos los demás.

Los productos que permitían tal interconexión fueron desarrollados en 1973 por el informático estadounidense Vinton Cerf y el ingeniero estadounidense Robert Kahn, y son conocidos como Protocolo de Internet (IP) y Protocolo de Control de Transmisión (TCP). Fuera ya del ámbito estrictamente militar, esta Internet incipiente (llamada Arpanet) tuvo un gran desarrollo en Estados Unidos, conectando gran cantidad de universidades y centros de investigación. A la red se unieron nodos de Europa y del resto del mundo, formando lo que se conoce como la gran telaraña mundial (World Wide Web).

En 1990 Arpanet dejó de existir. A finales de 1989, el informático británico Timothy Berners-Lee desarrolla la World Wide Web para la Organización Europea para la Investigación Nuclear, más conocida como CERN. Su objetivo era crear una red que permitiese el intercambio de información entre los investigadores que participaban en proyectos vinculados a esta organización.

El objetivo se logró utilizando archivos que contenían la información en forma de textos, gráficos, sonido y videos, además de vínculos con otros archivos. Este sistema de hipertexto fue el que propició el extraordinario desarrollo de internet como medio a través del cual circula gran cantidad de información por la que se puede navegar utilizando los hipervínculos.

Además de la utilización académica e institucional que tuvo en sus orígenes, hoy se emplea Internet con fines comerciales.

Las distintas empresas no sólo la utilizan como escaparate en el que se dan a conocer ellas mismas y sus productos, sino que, a través de la Internet, se

realizan ya múltiples operaciones comerciales. Especialmente la banca tiene en la red uno de sus puntos estratégicos de actuación para el futuro próximo.

## 2.5. Evolución de tecnologías.

En estos momentos se está desarrollando lo que se conoce como Web 2.0 y Web 3.0, una redefinición de la Internet que tiene como objetivo principal lograr el intercambio de datos multimedia en tiempo real.

### 2.5.1. Web 1.0.

La Web primitiva, la del siglo 20, era aquella que se caracterizaba principalmente por ser unidireccional y realizada sobre contenidos estáticos.

Las primeras páginas que vimos en la Internet publicaban contenidos de texto que, una vez publicados, no se actualizaban salvo que el “webmaster” (persona que maneja un sitio web) modificase dichos contenidos y volviese a subir a la web de nuevo a la Internet, a web 1.0 tenía un carácter principalmente divulgativo, y empezaron a colgarse de internet documentos e información principalmente culturales. Surgieron, con diseños muy pobres (no había herramientas, ni tecnología, ni conexión suficiente como para hacerlo mejor) y contenidos que rápidamente quedaban anticuados al ser complejo actualizarlos.

### 2.5.2. Web 2.0.

La web 2.0 se asentó a mediados de la primera década de este siglo (2010). Sustentada bajo unas conexiones a la Internet evolucionadas (ya teníamos ADSL, es decir: línea de telefonía de banda ancha con gran capacidad para la transmisión de datos a través de la red a alta velocidad) y mejores herramientas para desarrollar web, mejores servidores etc., la web 2.0, también denominada “la red social” llena internet de blogs, wikis, foros y finalmente, redes sociales.

El objetivo de la web 2.0 es la compartición del conocimiento, es la web colaborativa y ha sido uno de los atractivos principales para atraer a usuarios. Su

avance y desarrollo, desde su aparición, son considerables y muy significativos en cuanto a la presencia de Internet.

### 2.5.3. Web 3.0.

La web 3.0 es la web de la nube, la web de las aplicaciones y la web multidispositivo. Hoy en día ya no solamente utilizamos ordenadores para conectarnos a la Internet, sino otros aditamentos tecnológicos. Las Tablet, los Smartphone, son algunos de esos instrumentos que la tecnología pone a disposición de los millones de personas que buscan acceso a la Internet.

La web 3.0 se presenta como una web inteligente (aunque creemos que para esto aún falta bastante), y principalmente aprovecha la “nube” para prestar servicios al usuario y eliminar su necesidad de disponer de sistemas operativos complejos y grandes discos duros para almacenar su información.

### 2.6. Redes sociales:

En primer término, se hace necesario recordar que quienes acuñaron el término “redes sociales” fueron los antropólogos británicos Alfred Radcliffe-Brown y Jhon Bames.

Hay consenso general en conceptualizar a una red social como una estructura formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común. Sin embargo, hay otras definiciones que es bueno reseñar.

“Serían aquellas que unen a grupos heterogéneos de personas con una intención principalmente de socialización. Se caracterizan porque los usuarios suelen tener muchos contactos, aun cuando no los conozcan personalmente” (Ortiz Sanabria, 2014)

“Son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican con las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos”. (Sagastume González, 2013) Las redes sociales en la Internet se han convertido en un gran fenómeno social que desde su aparición viene revolucionando la forma de comunicarse y de interactuar.

#### 2.6.1. Historia de las redes sociales:

Desde sus orígenes, la web fue concebida como una herramienta social. Desde que su inventor, Tim Berners-Lee, creó a principios de los años 90 el World Wide Web (Red Informática Mundial, comúnmente conocida como la web), su motivación fue la de mejorar la comunicación con sus colegas investigadores.

Hay que indicar que intentar resumir, brevemente, la historia de las redes sociales no es una tarea fácil, su origen difuso y su evolución muy acelerada. No existe consenso sobre cuál fue la primera red social, y podemos encontrar diferentes puntos de vista al respecto. Por otro lado, la existencia de muchas plataformas se cuenta en tiempos muy cortos, bien sabido es que hay servicios de los que hablamos hoy, que quizá mañana no existan y otros nuevos aparecerán dejando obsoleto, en poco tiempo, cualquier panorama que queremos mostrar de ellos. Su historia se escribe a cada minuto en cientos de lugares del mundo.

Lo que parece estar claro es que los inicios se remontan mucho más allá de lo que podríamos pensar en un primer momento, puesto que los primeros intentos de comunicación a través de Internet ya establecen redes, y son la semilla que dará lugar a lo que más tarde serán servicios de redes sociales que conocemos actualmente, con creación de un perfil y lista de contactos.

Por todo ello vamos a plantear su historia contextualizada mediante una cronología de los hechos más relevantes del fenómeno que suponen las redes sociales basadas en la Internet.

1971. Se envía el primer e-mail entre dos ordenadores situados uno al lado del otro.

1978. Ward Christensen y Randy Suess crean el BBS (Bulletin Board Systems) para informar a sus amigos sobre reuniones, publicar noticias y compartir información.

1994. Se lanza GeoCities, un servicio que permite a los usuarios crear sus propios sitios web y alojarlos en determinados lugares según su contenido.

1995. La Web alcanza el millón de sitios web, y The Globe ofrece a los usuarios la posibilidad de personalizar sus experiencias on-line, mediante la publicación de su propio contenido y conectando con otros individuos de intereses similares.

En este mismo año, Randy Conrads crea Classmates, una red social para conectar con antiguos compañeros de estudios. Classmates es el primer servicio de red social, principalmente, porque se ve en ella el germen de Facebook y otras redes sociales que nacieron, posteriormente, como punto de encuentro para alumnos y ex alumnos. (Ochoa López, 2010)

1997. Lanzamiento de AOL Instant Messenger, que ofrece a los usuarios el chat, al tiempo que comienza el blogging y se lanza Google. También se inaugura Sixdegrees, red social que permite la creación de perfiles personales y listado de amigos, algunos establecen con ella el inicio de las redes sociales por reflejar mejor sus funciones características. Solo durará hasta el año 2000.

1998. Nace Friends Reunited, una red social británica similar a Classmates. Así mismo, se realiza el lanzamiento de Blogger.

2000. Estalla la “Burbuja de Internet”. En este año se llega a la cifra de setenta millones de ordenadores conectados a la red.

2002. Se lanza el portal Friendster, que alcanza a los tres millones de usuarios en solo tres meses.

2003. Nacen MySpace, LinkedIn y Facebook, aunque la fecha de esta última no está clara puesto que llevaba gastándose varios años. Creada por el conocido Mark Zuckerberg, Facebook se concibe inicialmente como plataforma para conectar a los estudiantes de la Universidad de Harvard. A partir de este momento nacen muchas otras redes sociales como Hi5 y Netlog, entre otras.

2004. Se lanzan Digg, como portal de noticias sociales; Bebo, con el acrónimo de “Blog Early, Blog Often”; y Orkut, gestionada por Google.

2005. YouTube comienza como servicio de alojamiento de videos y MySpace se convierte en la red social más importante de los Estados Unidos.

2006. Se inaugura la red social de microblogging Twitter. Google cuenta con 400 millones de búsquedas por día, y Facebook sigue recibiendo ofertas multimillonarias para comprar su empresa. En España se lanza Tuenti, una red social enfocada al público más joven. Este mismo año, también comienza su actividad Badoo.

2008. Facebook se convierte en la red social más utilizada del mundo con más de 200 millones de usuarios, adelantando MySpace. Nace Tumblr como red social de microblogging para competir con Twitter.

2009. Facebook alcanza los 400 millones de miembros, y MySpace retrocede hasta los 57 millones. El éxito de Facebook es imparable.

2010. Google lanza Google Buzz, su propia red social integrada con Gmail, en su primera semana sus usuarios publicaron 9 millones de entradas. También se inaugura otra nueva red social, Pinterest. Los usuarios de la Internet en este año se estiman en 1,97 billones, casi 30% de la población mundial. Las cifras son asombrosas: Tumblr cuenta con 2 millones de publicaciones al día; Facebook crece hasta los 550 millones de usuarios; Twitter computa diariamente 65 millones de tweets, mensajes o publicaciones de texto breve; LinkedIn llega a los 90 millones de usuarios profesionales y YouTube recibe dos billones de visitas diarias.

2011. MySpace y Bebo se rediseñan para competir con Facebook y Twitter. LinkedIn se convierte en la segunda red social más popular en Estados Unidos con 33,9 millones de visitas al mes. En este año se lanza Google+, otra nueva apuesta de Google por las redes sociales. La recién creada Pinterest alcanza los diez millones de visitantes mensuales. Twitter multiplica sus cifras rápidamente y en sólo un año aumentan los tweets recibidos hasta los 33 billones.

2012. Actualmente, Facebook supera los 800 millones de usuarios, Twitter cuenta con 200 millones, y Google+ registra 62 millones. La red española Tuenti alcanzó en febrero de este año los 13 millones de usuarios.

## 2.7. Robot de búsqueda:

Los “Robots” suelen mencionarse en el contexto de WWW como programas que mueven la Web buscando información; por ejemplo, para crear índices e dispositivos de búsqueda o localizar errores en sitios web o funciones similares.

## 2.8. Dominio y cuáles son los que existen:

### 2.8.1. Tipos de dominios:

En la Internet existen varios tipos de terminaciones de dominios o, mejor dicho, dominios de primer nivel. Estos son los: com, org, es, etc. Como decíamos, los dominios de primer nivel indican el ámbito al que pertenecen, hay principalmente dos grupos, genéricos y territoriales.

#### 2.8.1.1. Dominios Genéricos:

Son dominios que se otorgan a nivel internacional, para empresas y personas de todo el mundo. Los vamos a enumerar aquí, indicando el tipo de institución que van dirigidos.

.com:

Para empresas o en general para cualquier web que tenga carácter comercial. En un principio, quería decir que ese dominio que se trataba de una compañía estadounidense, pero en la práctica cualquiera ha tenido acceso a estos dominios que se han hecho muy populares y los preferidos para cualquier tipo de fin.

.net:

Indica una red en la Internet, la de un proveedor de servicios, por ejemplo, una opción que a la larga también se ha convertido en válida para cualquier tipo de propósito.

.org:

Destinado a las organizaciones, asociaciones, fundaciones y demás entidades que muchas veces tienen fines benéficos y sin ánimos de lucro.

.gov o gob:

Son asignadas a páginas estatales del gobierno central de un país.

.edu:

Reservado para las instituciones relativas a la educación.

.mil:

Se utiliza para instituciones militares.

.int:

Que pertenece a la Unión Internacional de Telecomunicaciones, y en el que se pueden encontrar organismos que se hayan creado con acuerdos internacionales, como las Naciones Unidas.

Hay un organismo llamado NIC que es el que se encarga de regular el registro de los dominios a nivel mundial. Se encarga de indicar para que se utiliza cada dominio, quien está autorizado a registrarlo, y quien puede ser el registrador. Esta entidad delega en otras para desempeñar todo el trabajo de organización que conlleva la administración de los dominios, sobre todo en los distintos países.

## 2.9. Qué significa WWW

World Wide Web significa, en términos simples, “La telaraña mundial”. Porque está hecha de pequeños “hilos de seda” que se unen para formar una red compleja. (Ochoa López, 2010).

Es, simplemente, un gran conjunto de documentos que contienen una gran variedad de información presentada en forma de textos, gráficos, gráficos animados, sonidos y videos.

En la WWW, como comúnmente se le conoce, se encuentran representadas la mayoría de las instituciones, organizaciones, empresas y una gran cantidad de personas del mundo.

También puede encontrar diversión, revistas, multimedia, soporte de productos, investigación, servicios y casi todo lo que usted pueda imaginar.

Para acceder a una “página web” se necesita un programa que se ejecuta en la computadora, que se llama visualizador y que permite cargar y mostrar la

información en su computadora. Ejemplos de visualizadores son: Netscape Navegador y MS Internet Explorer.

Para ingresar a una página debe ingresar la dirección de la misma con el teclado, toda "página web" tiene una dirección propia única, llamada URL (Universal Resource Locator) que es, a modo de ejemplo, como la siguiente:  
<http://www.cablevideo.com.ar/index.htm>

"<http://>" - Es el protocolo de comunicación (La manera en que su computadora y un servidor se comunican entre sí). Las páginas visitadas pueden ser guardadas en disco rígido en diskette y pueden ser impresas utilizando las opciones de "Archivo" o "File" del menú del visualizador. (Zumeta Fernández, 2000)

#### 2.10. Qué es la Web:

Significa el conjunto de archivos bajo un dominio común que se materializan en la presentación gráfica en la pantalla del usuario de información, servicios u otros contenidos disponibles para su acceso en la Internet por usuarios en general.

#### 2.11. Qué es HTP:

Es una sigla que significa Hypertext Transfer Protocol en español sería: protocolo de transferencia de hipertexto y que tiene casi la misma función que el de www.

#### 2.12. Qué es un motor de búsqueda:

Un motor de búsqueda es una herramienta interactiva que ayuda a las personas a localizar la información disponible en la World Wide Web.

Los motores de búsqueda son realmente base de datos que contiene miles de referencias a recursos. Los usuarios son capaces de interactuar con la base de datos, enviando pedidos que "verifican" en la base de datos si esta contiene recursos que coinciden con el criterio especificado.

Existen bastantes motores de búsqueda en la web.

La World Wide Web (WWW), cuyo significado es “Gran Telaraña Mundial”, está compuesta por un gran número de “sitios” Web, también denominadas “presencias” Web, ubicados en servidores de todo el mundo e interconectados entre si gracias a Internet. A su vez, estas “presencias” Web, están formadas por páginas Web, las cuales están enlazadas unas con otras mediante los llamados “puntos calientes” (hipervínculos), gracias a estos “puntos calientes” podemos recorrer cada una de las páginas de que consta una presencia de una forma divertida y dinámica, seleccionando la información que os interesa y llegando a ella de forma rápida y directa (Hernández González, 2014).

Toda presencia Web consta de una página principal o “home Page”, que es el punto de inicio de esa presencia al igual que la cubierta o el índice de un libro.

Cada página Web tiene una dirección exclusiva llamada URL (Universal Ressource Locator). La dirección URL de la página de entrada a la presencia Web I.T.S. (InformationTechnologySolutions) es “ <http://www.its-intl.com>”

Cuando tecleamos esta dirección en nuestro navegador, aparece en nuestra pantalla la página principal de la presencia, esta página contiene todos los enlaces a los principales apartados de la presencia Web y siempre podemos regresar a ella desde cualquier punto de la Web con solo hacer un “clic” sobre el botón que dice “HOME”.

En la actualidad el uso de la PC en el hogar sigue estando ligado a cuatro grandes actividades: El correo electrónico, la navegación en la Internet, el procesamiento de textos y el entretenimiento.

En un estudio realizado por Microsoft de Argentina, se dio a conocer que los jóvenes prefieren buscar información en la Web que en un CD-ROM, aun cuando el proceso es más lento (Girón, 2013) Según la firma investigadora de mercado

International Data Corp. La cantidad de usuarios de Internet en América Latina está creciendo en un rango porcentual compuesto anual de 41 por ciento , el más rápido en el mundo, y se espera que alcance los 29.4 millones en el 2020. (Girón, 2013)

### 2.13. ¿Qué es Google Inc.?

El mayor buscador en el internet es Google, quien cuenta entre su misión el organizar información mundial y hacer universalmente accesible y útil para todo el mundo. Mientras que su visión la pone como una empresa dedicada a desarrollar el motor de búsqueda perfecta, donde los usuarios pueden indagar sobre cualquier tema y obtener resultados exactos y precisos. (Paniagua Martínez, 2014)

La compañía ha evolucionado eficientemente hasta la actualidad, aunque su principal objetivo era solo como buscador, a través del tiempo, fueron desarrollando otros productos y servicios en pro de los beneficios de satisfacer las necesidades de los usuarios, adquiriendo personal calificado, y desde ya para ese entonces se convirtió en el sitio web más popular.

Entre estos productos tenemos buscadores, aplicaciones, utilidades, publicidad entre otros productos generados luego de que la compañía se hiciera de las de otras empresas para su posterior fusión como lo fue la elección de Linux como sistema operativo por su mejor manejo en cuanto a los requerimientos de la compañía y por su relación costo-beneficio para ella. Cuatro de las más grandes empresas de la informática, tecnología e Internet son Google, Microsoft, Apple y Yahoo!. Todas y cada una de ellas tienen un buen trozo repartido de un inmenso y riquísimo pastel de consumidores y clientes.

Si bien en su día estas empresas pudieron comenzar más enfocadas a un solo servicio actualmente se han convertido en gigantes que se pelean en diferentes áreas: Desde mercados de expansión, como el de los dispositivos móviles, redes

sociales o el alquiler de películas de video online, hasta los más clásicos como son el mercado de los sistemas operativos y servicio de correo.

Desde que pronunció estas palabras, Google se ha desarrollado para ofrecer productos que trascienden la búsqueda; sin embargo, se mantiene el espíritu de aquellas palabras. Nuestro objetivo es que los usuarios encuentren la información que necesitan y consigan hacer todo aquello que necesiten de la forma más sencilla posible, gracias a todas nuestras tecnologías (desde la búsqueda a Chrome y Gmail). (Paniagua Martínez, 2014).

Esto significa hacer que la búsqueda sea más inteligente y rápida para que pueda comprender que cuando un usuario introduce la búsqueda, quiere obtener resultados referentes al coche y no fotos del animal. Significa mostrar a los usuarios los anuncios o los resultados de búsqueda que les gustan a sus amigos para que sean que este contenido puede ser valioso. (Ortiz Sanabria, 2014).

Google Inc. es una empresa multinacional estadounidense, especializada en productos y servicios relacionados con la Internet, software, dispositivos electrónicos y otras tecnologías. El principal objetivo de Google es ser motor de búsqueda de contenido en la Internet del mismo nombre, aunque también ofrece servicios como un servicio de correo electrónico llamado Gmail, sus servicios de mapas Google Maps y Google Earth, el sitio web de videos YouTube, entre otras utilidades web.

Las instalaciones de Google se llaman Googleplex en donde los empleados de Google realizan su trabajo. La oficina central se encuentra en Mountain View, California, pero hay otras repartidas a lo largo del mundo.

#### 2.14. Internet como fuente de investigación.

Actualmente el acceso a la Internet es cada vez más frecuente por parte de los estudiantes a la hora de buscar información. El uso de Internet como herramienta

de investigación se ha convertido en poco tiempo en una gran alternativa para el uso de las bibliotecas.

Es ya cosa común encontrar dentro de una biblioteca una sala de computación con acceso a Internet. Se hace evidente pues, la interrelación que existe entre estas dos grandes fuentes de información. Sin embargo, es notorio el hecho de que cada vez más el estudiante en general prefiere obtener los datos que necesita para su investigación a través de la “autopista de la información” y no de la biblioteca tradicional.

Entre las principales causas que podemos enumerar sobre esta conducta podemos citar:

La necesidad de recolectar datos de una manera rápida y eficiente. El alto costo de los libros, que obliga a buscar alternativas para conseguir la información contenida en ellos sin tener que comprarlos. La falta de tiempo que nos impide el trasladarnos a una biblioteca pública cada vez que la necesitemos. El deplorable estado en que se encuentran muchas de las bibliotecas las cuales no poseen gran cantidad de material útil para nuestra investigación y lo poco que se consigue está en mal estado la mayoría de las veces.

#### 2.15. Ventajas y desventajas del uso de la Internet.

Entre las principales ventajas que ofrece el uso de la Internet como fuente de información tenemos:

El ahorro de tiempo al no tener que trasladarse hacia una biblioteca. Esto siempre y cuando posea el acceso a Internet en casa. El ahorro de tiempo al no tener que transcribir gran cantidad de caracteres, utilizando el método de “copiar y pegar” texto. El ahorro de costos al no tener que pagar por copias fotostáticas o por la compra de libros o revistas. El acceso a una cantidad mayor de fuentes de información, con motores de búsqueda especializados que ahorran el tiempo de búsqueda de datos. El acceso a herramientas informáticas para el intercambio de

la información, tales como: e-mail, charlas en línea (chats), fórum de discusión, etc. El ahorro de tiempo permite culminar con más rapidez los trabajos de investigación.

Quizá la posible gran desventaja que podríamos encontrar en un uso muy frecuente de Internet para buscar información que se encuentran en la red, sin hacer uso de su creatividad y de su capacidad de análisis. Esto evidentemente afecta negativamente el desarrollo intelectual de estos estudiantes. (Hernández González, 2014)

Sin embargo es importante señalar el hecho de que la Internet posibilita, por primera vez en la historia de la educación, que la mente del estudiante quede liberada de tener que retener una cantidad enorme de información; solo es necesario comprender los conceptos sobre la dinámica de los procesos en los cuales una información está encuadrada, ello permite utilizar métodos pedagógicos con los cuales el alumno puede aprender más y mejor en un año lo que le requería por ejemplo en tres. (Molina Pareto, 2000).

El acostumbrado método memorístico que utilizan las escuelas y universidades para impartir conocimientos tenderá a caer en desuso, pues su utilidad es casi nula. La tendencia es que el valor real de un estudiante vendrá dado no por la cantidad de información que posea sino por la capacidad de interpretar la información procesarla creativamente.

Ahora los docentes pueden destinar su esfuerzo y el de los alumnos en desarrollar más las capacidades mentales que les posibiliten a los estudiantes poder “comprender adecuadamente” la información y “elaborarla creativamente”, pudiendo así producir una calidad superior de razonamiento.

Evaluaciones sobre la calidad educativa de los alumnos que egresan de la escuela media han demostrado que la mayoría no comprenden bien lo que leen y tiene serias deficiencias en poder razonar eficientemente.

Es importante razonar que si a los alumnos que terminan la escuela media, en instituciones educativas en las cuales predomina la educación memorística, se les interroga sobre la información que con tanto esfuerzo memorizaron en los anteriores 12 años de “estudio”, se comprobaba que en la mayoría de los casos se les olvido en un porcentaje superior al 90%, esto permite afirmar que la educación memorística también fracasa en lograr su objetivo, además de perjudicar el desarrollo del pensamiento creativo en los alumnos. (Rivera, 2012)

#### 2.16. Juventud y tecnología

Es un estudio denominado <Los jóvenes y el uso de computadora e Internet> , solicitado por el Instituto Nacional de la Juventud (Injuv), en la República de Chile, cuyo objetivo, fue indagar en las prácticas de uso y los significados que los jóvenes entre 15 y 24 años atribuyeron a las nueva tecnología, se encontró que el computador y la red son vistos por éstos como una herramienta que facilita el desarrollo del aprendizaje escolar (Soto, Matute y Espejo, 2002).

La Internet es claramente valorada por la posibilidad de acceso a información y comunicación. La conexión a este espacio, supone la posibilidad de satisfacción de necesidades funcionales, recreativas, de aprendizaje y de comunicación.

Por otro lado, en este mismo estudio, se alude a la idea de necesidad, es decir, el hecho de <conectarse>se percibe como una necesidad, no solo ligada a aspectos funcionales y prácticos, sino asociada al ámbito de la información y la comunicación.

Otro hallazgo que llama la atención en materia de socialización y aprendizaje, es que el autoaprendizaje emerge como una modalidad común para los distintos jóvenes. El proceso a partir del cual los sujetos aprenden a relacionarse con el

computador y la red, puede definirse como autodidáctica, abierta y acumulativa, donde el colegio sólo es asociado a la presentación de funcionalidades básicas.

Esta misma línea, Catalán y Montesinos (2001), realizaron un estudio etnográfico acerca de las prácticas que se asocian al manejo de los tics y de internet por parte de los alumnos, así como también los discursos que ellos constituyen a partir de esto. Encontraron que el espacio de utilización de la tecnología se encuentra aislado del trabajo cotidiano de la escuela y que además se encuentra extremadamente normado, lo cual no da la posibilidad de un autoaprendizaje por parte de los alumnos.

#### 2.17. Tecnologías de la información.

Cuando nos referimos al desarrollo e influencia de la tecnología no podemos dejar de remitirnos a Marshall McLuhan, uno de los precursores de estudios sobre medios de comunicación, que para él eran entendidos como tecnologías, las cuales eran consideradas extensiones del cuerpo. Este concepto nos hace concebir a las tecnologías o medios de un cuerpo extendido y amplificado, el cual desarrolla el llamado “ambiente tecnológico” (McLuhan, 1969), es decir, que cada tecnología desarrolla un ambiente que transforma y modela la sensibilidad humana (Otero y López, 1990) de tal manera que a cada tecnología le corresponde distinto tipo de sensibilidad.

A partir del concepto de ambiente tecnológico se puede entender la frase acuñada por McLuhan <el medio es el mensaje>, en el que se señala que más allá del contenido de los medios, es el medio mismo, como tecnología que desarrolla un cambio y una transformación en la sociedad (McLuhan, 1969).

Por otra parte, ya hace algunas décadas se señalaba que el cambio tecnológico implicaba la transformación de la sociedad, a través de la creación de nuevas oportunidades, pero también la creación de nuevos problemas (Mesthene, 1970). Siguiendo esta línea de desarrollo, podríamos señalar que más allá de los

aprendizajes organizados que se entreguen en distintas instituciones, la transformación social se daría igual, ya sea de manera individual o colectiva. En este sentido podemos preguntarnos acerca del rol que cumplen los tics en la educación formal y de cómo es visto ese rol por parte de los jóvenes que asisten a esta educación, pero que además logran niveles de aprendizaje fuera de este ámbito escolar.

Marqué (2000) ha descrito a las principales funciones de las tics en educación como las siguientes: medio de expresión, canal de comunicación, instrumento para procesar la información, fuente abierta de información, instrumento para la gestión, herramienta de diagnóstico, medio didáctico, un generador de nuevos escenarios formativos y un medio lúdico para el desarrollo cognitivo; todo lo cual fortalece la idea que las tecnologías en el ámbito escolar vienen a fortalecer los entornos educativos actuales.

De acuerdo a Trahtemberg (2000), el avance de la tecnología está presionando a la educación para que transforme el qué y el cómo se aprende, así como también el cómo funcionan las instituciones educativas. Para lo cual cada establecimiento debería estar dispuesto a realizar las innovaciones que fuesen necesarias. Surge entonces la necesidad de un nuevo rol docente, ya que en la actualidad éste no sólo tiene el desafío de enseñar de una manera distinta, sino que debe estar preparado para enseñar lo que mucha veces no sabe y lo que nadie le enseñó (Torres, 2000). La relación profesor/alumno entonces cambia, pues son los jóvenes quienes llevan la delantera en el terreno de la tecnología, por tanto serán los docentes quienes generan estrategias para un aprendizaje colaborativo donde se supere la brecha de la información.

#### 2.18. TICs:

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC, TICs o bien NTIC para Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación o IT para «InformationTechnology») agrupan los elementos y las técnicas utilizadas en el

tratamiento y la transmisión de las informaciones, principalmente de informática, internet y telecomunicaciones.

Las tecnologías de la información y la comunicación no son ninguna panacea ni fórmula mágica, pero pueden mejorar la vida de todos los habitantes del planeta. Se disponen de herramientas para llegar a los objetivos de desarrollo del milenio, de instrumentos que harán avanzar la causa de la libertad y la democracia, y de los medios necesarios para propagar los conocimientos y facilitar la comprensión mutua” (Kofi Annan, Secretario general de la Organización de las Naciones Unidas ON, discurso inaugural de la primera fase de la WSIS, Ginebra 2003). (Piliwala 2004).

#### 2.19. Aportes de los Tics a la educación

Las Tic`s facilitan el trabajo del hombre así como la comunicación de grandes masas, con ellas se puede expandir una información a nivel mundial en cuestión de segundos, a través de la televisión, la Internet entre otros.

El sistema educativo no puede quedarse atrás en la era tecnológica. La educación exige cambios significativos y las TIC´s representan un apoyo tanto para los docentes como para los estudiantes, ambos tienen la posibilidad de manejar con más facilidad su labor educativa.

En éste ámbito intervienen como recurso innovador en el proceso de enseñanza aprendizaje, aparecen en éste escenario como elemento facilitador, que promueve el desarrollo de aptitudes intelectuales y facilita la adquisición de habilidades y destrezas, que se sigue según las necesidades del estudiante y el docente.

Su incorporación en el campo educativo principalmente ofrece la oportunidad de trabajar en un ambiente ameno y atractivo, se propicia el trabajo colaborativo entre estudiantes y entre estudiante-docente.

Según Marqués P. (2000), "La "sociedad de la información" en general y las nuevas tecnologías en particular inciden de manera significativa en todos los niveles del mundo educativo. Las nuevas generaciones van asimilando de manera natural esta nueva cultura que se va conformando y que para nosotros conlleva muchas veces importantes esfuerzos de formación, de adaptación y de desaprender muchas cosas que ahora se hacen de otra forma o que simplemente ya no sirven.

En las escuelas se constata diariamente que los estudiantes presentan diferencias en su manera de pensar, en sus experiencias, en la forma como construyen su aprendizaje, por lo que el docente se ve en la necesidad de buscar los medios que posibiliten un aprendizaje eficaz y adaptable a la variedad de estudiantes, pero ¿qué medios incorporar al proceso de enseñanza aprendizaje? ¿Cuáles serán de mejor provecho?

El sistema educativo venezolano viene respondiendo a estas necesidades, ejemplo de ello es la incorporación de las TICs al Nuevo Diseño Curricular del Sistema Educativo Bolivariano (2007) como eje integrador.

“La incorporación de las TIC’s en los espacios y procesos educativos, contribuye al desarrollo de potencialidades para su uso; razón por la cual el SEB, en su intención de formar al ser social, solidario y productivo, usuario y usuaria de la ciencia y tecnología en función del bienestar de su comunidad, asume las TIC’s como un eje integrador que impregna todos los componentes del currículo, en todos los momentos del proceso. Ello, en la medida en que estas permiten conformar grupos de estudio y trabajo para crear situaciones novedosas, en pro del bienestar del entorno sociocultural”. (P.58)

De lo anterior se deduce que el empleo de las TICs en la educación permite la sustitución de métodos obsoletos, además, hace posible el desarrollo de programas que facilitan el manejo de conceptos y teorías, cambiando el papel

estático del estudiante por un nuevo paradigma donde se observa dinamismo por parte del aprendiz. Además, las TICS posibilitan el triángulo interactivo entre (docente-contenido objetivo de aprendizaje-estudiante), lo cual representa un factor esencial en el proceso de enseñanza–aprendizaje.

Por otro lado, las tecnologías de la información y la comunicación permiten que cada estudiante tenga la oportunidad de planificar su aprendizaje apoyándose en estos medios alternativos sustituyendo la lectura de libros por un método más dinámico e interactivo que permite el aprendizaje ameno de diversos contenidos.

A diferencia de los medios didácticos tradicionales, la TICS plantea una forma de aproximación a la información y al conocimiento basada en la exploración activa y la interacción entre el estudiante y el medio.

Sin embargo, se hace necesario no sólo analizar las TICS desde el punto de vista de sus posibilidades y sus ventajas sino también sus debilidades, por ejemplo revisemos ¿por qué las TICS representan un eje integrador?

Según el diseño curricular del sistema educativo bolivariano (ob.cit) los ejes transversales se definen como “elementos de organización e integración de los saberes y orientación de las experiencias de aprendizaje, los cuales deben ser considerados en todos los procesos educativos para fomentar valores, actitudes y virtudes” (P.58).

Surge la interrogante, ¿Las TICS fomentan valores? en los últimos años las tecnologías de la información y la comunicación han sido criticadas fuertemente por su impacto en la formación de valores en niños y adolescentes, desde el televisor, con sus actos de violencia en películas, series y telenovelas, así como el incentivo a la prostitución, el consumo de drogas entre otros, además de las influencias del uso de Internet, la propagación de páginas web que promueven la violencia, el sexo, el jibarismo, que no es más que el reduccionismo salvaje en el

lenguaje, ejemplo de ello la palabra POR sustituida por una X, Quiero por kiero, entre otros (Barcia citado por Rodríguez 2006). Además de ello nacen dos posturas denominadas tecnofilia que asume una postura liberal y tecnofobia se opone al su uso de la tecnología. (Rangel O. (2006).

Entra entonces en discusión ¿A qué valores se refiere el diseño curricular? El docente no permanece en todas las etapas del aprendizaje del estudiante, él cumple su función como orientador del proceso pero, quien es responsable de la construcción del aprendizaje es el mismo estudiante. El docente ofrece las herramientas de apoyo a sus estudiantes y le orienta en la selección de material que debe revisar para ampliar sus conocimientos fuera del aula. “Propicia el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación” Es una de las características del docente según el diseño curricular del sistema bolivariano (ob.cit), De ésta manera se quiere que el estudiante al egresar de la escuela adquiera la “Capacidad para discernir la información veraz y oportuna proveniente de los medios de comunicación alternativos y de masas, y de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación”

La disyuntiva permanece, es necesario revisar cuidadosamente las ventajas y desventajas de la Incorporación de las TICS al diseño curricular del sistema educativo bolivariano, considerando que el diseño aún no está aprobado que se tiene una discusión pendiente que será retomada en el año 2009, nos queda poco tiempo para reflexionar y aportar nuestras ideas.

## 2.20. Funciones de los docentes hoy:

A diferencia de lo que ocurría hace 100 años, en la sociedad actual resulta bastante fácil para las personas acceder en cada momento a la información que requieren (siempre que dispongan de las infraestructuras necesarias y tengan las adecuadas competencias digitales; en este caso: estrategias para la búsqueda, valoración y selección de información). No obstante, y también a diferencia de lo que ocurría antes, ahora la sociedad está sometida a vertiginosos cambios que

plantean continuamente nuevas problemáticas, exigiendo a las personas múltiples competencias procedimentales (iniciativa, creatividad, uso de herramientas TIC, estrategias de resolución de problemas, trabajo en equipo...) para crear el conocimiento preciso que les permita afrontarlas con éxito.

Por ello, hoy en día el papel de los formadores no es tanto "enseñar" (explicar-examinar) unos conocimientos que tendrán una vigencia limitada y estarán siempre accesibles, como ayudar a los estudiantes a "*aprender a aprender*" de manera autónoma en esta cultura del cambio y promover su *desarrollo cognitivo y personal* mediante *actividades críticas y aplicativas* que, aprovechando la inmensa información disponible y las potentes herramientas TIC, tengan en cuenta sus características (*formación centrada en el alumno*) y les exijan un procesamiento activo e *interdisciplinario* de la información para que *construyan su propio conocimiento* y no se limiten a realizar una simple recepción pasiva-memorización de la información (ver <http://www.peremarques.net/actodid.htm>).

Por otra parte, la diversidad de los estudiantes y de las situaciones educativas que pueden darse, aconseja que los formadores aprovechen los *múltiples recursos disponibles* (que son muchos, especialmente si se utiliza el ciberespacio) para *personalizar la acción docente*, y trabajen en colaboración con otros colegas (superando el tradicional aislamiento, propiciado por la misma organización de las escuelas y la distribución del tiempo y del espacio) manteniendo una *actitud investigadora* en las aulas, *compartiendo recursos* (por ejemplo a través de las webs docentes), observando y reflexionando sobre la propia acción didáctica y buscando progresivamente mejoras en las actuaciones acordes con las circunstancias (investigación-acción).

Cada vez se abre más paso su consideración como un *mediador* de los aprendizajes de los estudiantes, cuyos rasgos fundamentales son (Tebar, 2003): Es un experto que domina los contenidos, planifica (pero es flexible). Establece metas: perseverancia, hábitos de estudio, autoestima, meta cognición...; siendo su principal objetivo que el mediado construya habilidades para lograr su plena

autonomía. Regula los aprendizajes, favorece y evalúa los progresos; su tarea principal es organizar el contexto en el que se ha de desarrollar el sujeto, facilitando su interacción con los materiales y el trabajo colaborativo. Fomenta el logro de aprendizajes significativos, transferibles. Fomenta la búsqueda de la novedad: curiosidad intelectual, originalidad, pensamiento convergente. Potencia el sentimiento de capacidad: autoimagen, interés por alcanzar nuevas metas. Enseña qué hacer, cómo, cuándo y por qué, ayuda a controlar la impulsividad.

Comparte las experiencias de aprendizaje con los alumnos: discusión reflexiva, fomento de la empatía del grupo. Atiende las diferencias individuales. Desarrolla en los alumnos actitudes positivas: valores (Lorenzo 2003).

Hay una línea argumental respecto al uso educativo de las TIC que se basa en la necesidad de aprender su manejo, por su importancia social, económica, etc. Se trata de razones que bien vale la pena considerar, aunque también se puede criticar un habitual exceso de visión tecnologista y acrítica. También suele insistirse en el interés que suscitan las TIC en sí mismas como argumento educativo, para incrementar la motivación por aprendizaje. Se puede contestar a ello que no todo el mundo tiene el mismo interés (aunque sí suele ser atractiva su utilización para niños y jóvenes) o, con una argumentación más contundente, que la motivación para el uso de medios tecnológicos no implica una motivación para los aprendizajes buscados. Aquí no nos centraremos en la enseñanza de las TIC como tal, sino en su utilización como herramienta para realizar aprendizajes de amplio espectro y acciones de variada índole.

"Un mentor en red es un profesional en una materia concreta que proporciona una interacción continua hasta que el aprendiz (o estudiante) es capaz de dominar la tarea en cuestión" (Harasim et al., 2000, p. 149).

#### 2.21. Implicaciones educativas de la Web 2.0

En definitiva la Web 2.0 permite: buscar, crear, compartir e interactuar on-line.

Constituye un *espacio social horizontal y rico en fuentes de información* (red social donde el conocimiento no está cerrado) que supone una alternativa a la jerarquización y unidireccionalidad tradicional de los entornos formativos. Implica nuevos roles para profesores y alumnos orientados al *trabajo autónomo y colaborativo, crítico y creativo, la expresión personal, investigar y compartir recursos, crear conocimiento y aprender...*

Sus fuentes de información (aunque no todas fiables) y canales de comunicación facilitan un *aprendizaje más autónomo* y permiten una *mayor participación en las actividades grupales*, que suele aumentar *el interés y la motivación de los estudiantes*.

Con sus aplicaciones de edición profesores y estudiantes pueden *elaborar fácilmente materiales* de manera individual o grupal, *compartirlos y someternos a los comentarios de los lectores*.

Proporciona *espacios on-line para el almacenamiento, clasificación y publicación/difusión de contenidos* textuales y audiovisuales, a los que luego todos podrán acceder.

Facilita la realización de *nuevas actividades de aprendizaje y de evaluación* y la creación de *redes de aprendizaje*.

Se desarrollan y *mejoran las competencias digitales*, desde la búsqueda y selección de información y su proceso para convertirla en conocimiento, hasta su publicación y transmisión por diversos soportes.

Proporciona entornos para el desarrollo de *redes de centros y profesores* donde reflexionar sobre los temas educativos, ayudarse y elaborar y compartir recursos

## Capítulo III

### 3. Marco metodológico

#### 3.1. Método de estudio:

El estudio se llevó a cabo es una investigación descriptiva, pues se buscó especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que fue sometido a análisis. Con esto se midió la información de manera independiente sobre las variables a las que nos referimos.

#### 3.2. Tipo de investigación:

Se realizó bajo el tipo cualitativo, permitiendo así la interpretación de los datos. Es decir que los datos cualitativos ayudarán a explicar sobre los resultados de la fase cuantitativa.

Se efectuaron dos cuestionarios, tanto a estudiantes de primer ingreso del segundo semestre de la carrera de publicidad, jornada vespertina de la Escuela de Ciencia de la Comunicación (ECC), de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), del 2016, como a docentes de la misma unidad académica en donde impartían cátedras a dicha aula, con el fin de determinar el uso, así como los beneficios y perjuicios del uso del buscador Google por parte de los estudiantes.

Se buscó información de otros trabajos de tesis de la ECC a que apoyaron al aporte de información a la investigación que se llevó a cabo, con el fin de tener una mayor amplitud de datos y conocimientos.

#### 3.2.1 Cuantitativa:

La metodología cuantitativa es aquella que permite examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la estadística. Para que exista

metodología cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea lineal.

Es decir, que haya claridad entre los elementos del problema de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente donde se inicia el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente donde se inicia el problema, en cual dirección va y que tipo de incidencia existe entre sus elementos. Los elementos constituidos por un problema, de investigación lineal, se denominan: variables, relación entre variables y unidad de observación.

Es en este punto donde se realizarán las encuestas dirigidas al público objetivo con el fin de obtener datos estadísticos determinados.

### **3.3. Objetivos**

#### **3.3.1 Objetivo general**

- Determinar el uso y frecuencia de información con fines educativos, tareas e investigaciones (como parte del proceso de enseñanza aprendizaje) del motor de búsqueda Google.

#### **3.3.2. Objetivos específicos**

- Indagar las razones del uso de la internet (facilidad, ahorro de tiempo) y el motor de búsqueda Google, como herramienta en el proceso de enseñanza aprendizaje (en lo que a investigación se refiere para fines de tareas, entrevistas a docentes y estudiantes en la encuesta).
- Comparar las ventajas y desventajas del uso de la Internet y del motor de búsqueda Google como fuente de información.
- Establecer la incidencia que puede tener el uso de la internet y del buscador Google en el proceso educativo a nivel superior en la realización de tareas.

### **3.4. Población**

#### **3.4.1. Población:**

Estudiantes del segundo semestre de la carrera de publicidad, jornada vespertina de la Escuela de Ciencia de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala, del 2016 y docentes que impartieron clases en esa aula.

#### **3.4.2. Sujetos de estudio**

Se optó por los estudiantes de primer ingreso de la sección “A” del segundo semestre de la carrera de publicidad de la jornada vespertina, del 2016. La población total fueron 25 estudiantes (15 hombres y 10 mujeres) y 4 catedráticos, (2 hombres y 2 mujeres).

### **3.5. Técnicas e instrumento**

#### **3.5.1. Censo**

Se les pasó un cuestionario a todos los estudiantes de primer ingreso del segundo semestre de la sección “A” de la carrera de publicidad de la jornada vespertina, de la ECC del 2016, porque se pudo trabajar con todo el universo de esa sección.

#### **3.5.2. Herramienta**

La herramienta utilizada fue el cuestionario, que es un conjunto de 16 preguntas confeccionadas con el objetivo de obtener información concreta sobre el tema del uso del buscador Google por los estudiantes. Entre los estilos y formatos existentes se utilizó el de pregunta cerrada.

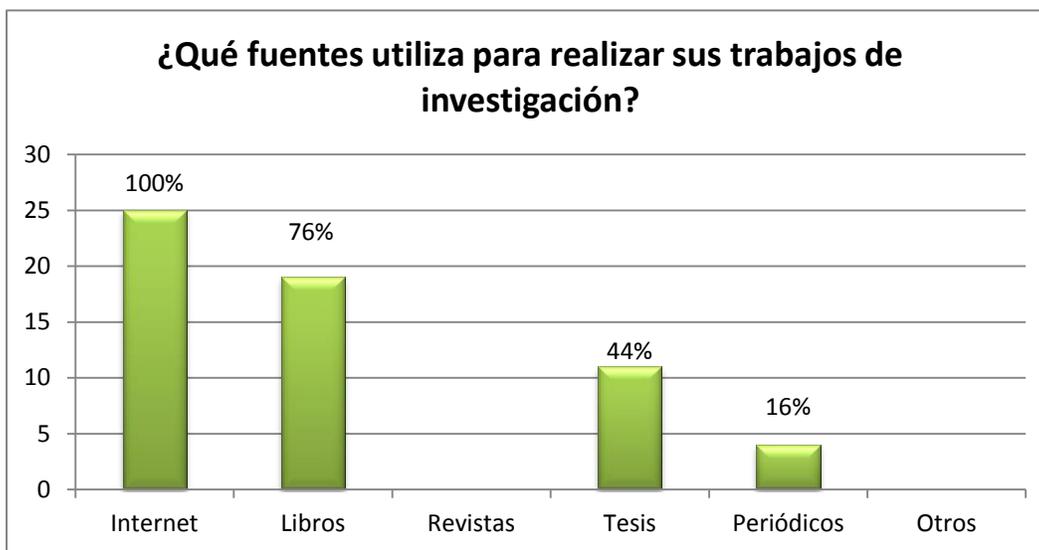
## Capítulo IV

### 4. Análisis de resultados

Se usó un cuestionario a los alumnos del segundo semestre 2016, de primer ingreso (no repitentes), de la carrera de publicidad sección "A". Las respuestas que se presentaron a los encuestados fueron cerradas y múltiples, es decir, eligieron más de una respuesta en cada una de las preguntas. Debemos señalar que durante el segundo semestre la asistencia de los estudiantes disminuye, además de estar cerca de los exámenes finales la presencia es aún menor.

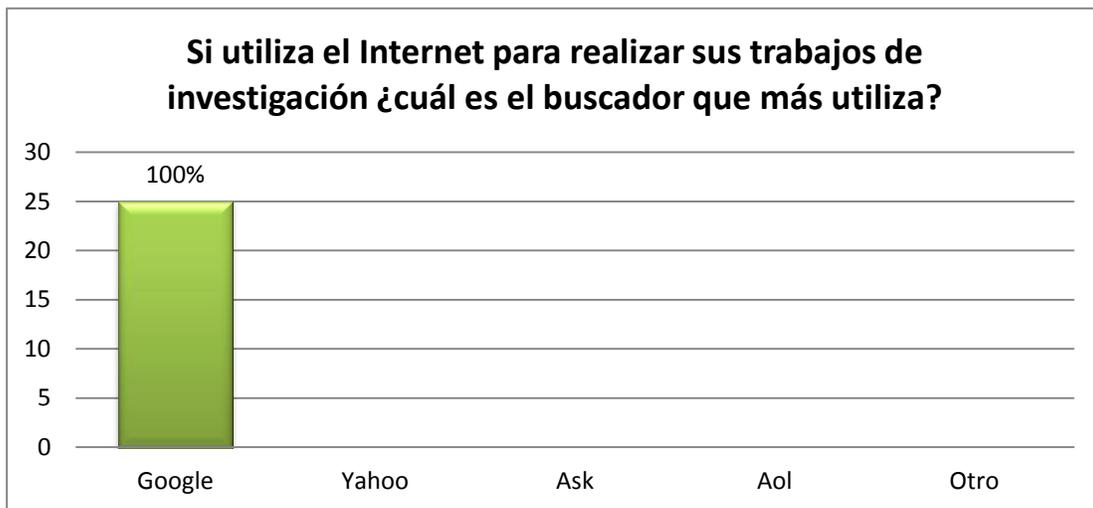
#### Encuesta a estudiantes

Gráfica 1



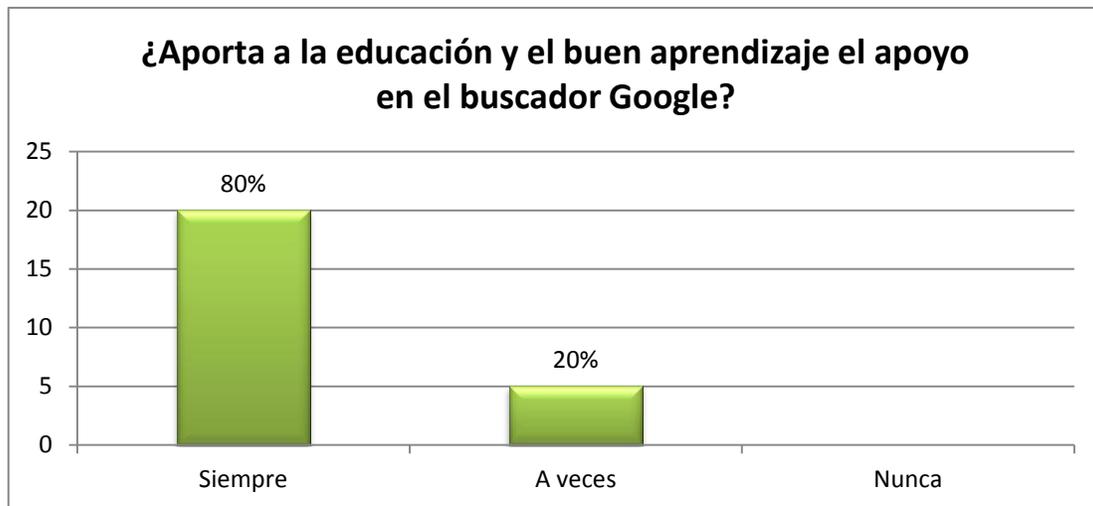
Siendo una pregunta de selección múltiple, nos encontramos que el 100% de los estudiantes Sí usa internet, también de ese 100% el 76% también se apoya en libros, el 44% en tesis y el 16% en periódicos.

Gráfica 2



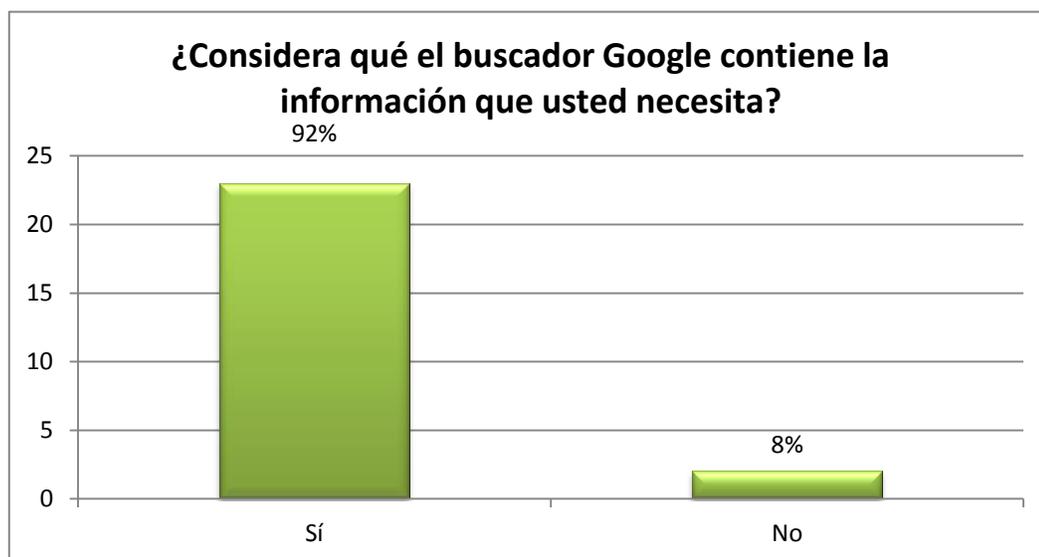
El 100% de los estudiantes que fueron encuestados señalaron que solamente usan para sus búsquedas Google, dejando a los otros buscadores sin participación al momento de usar la internet para las diferentes tareas.

Gráfica 3



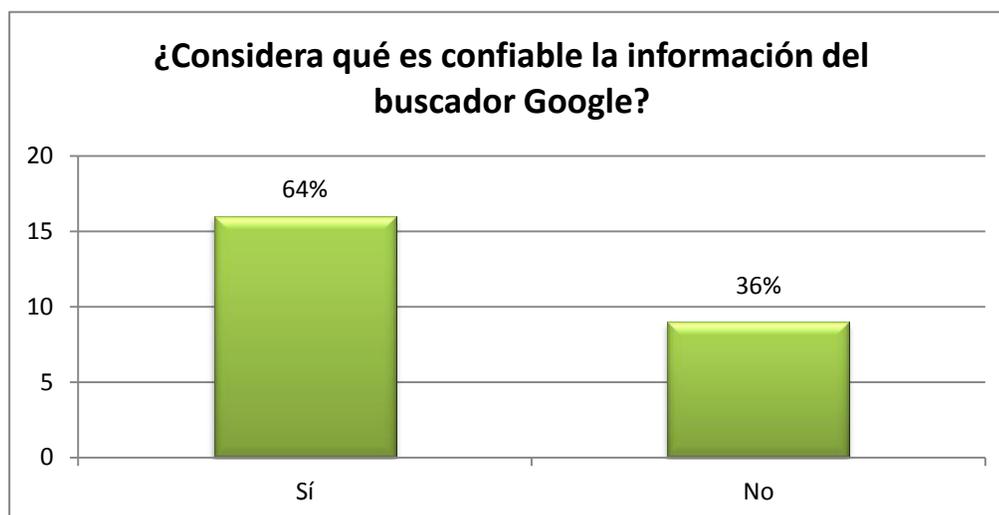
Del 100% de los estudiantes entrevistados, 80% de los alumnos señaló que el buscador Google siempre aporta a la educación y el buen aprendizaje por el acceso a la información, pues en él se puede encontrar cualquier información requerida, sin embargo, el 20% señala que no, esto según ellos porque no está o esta parcializada.

Gráfica 4



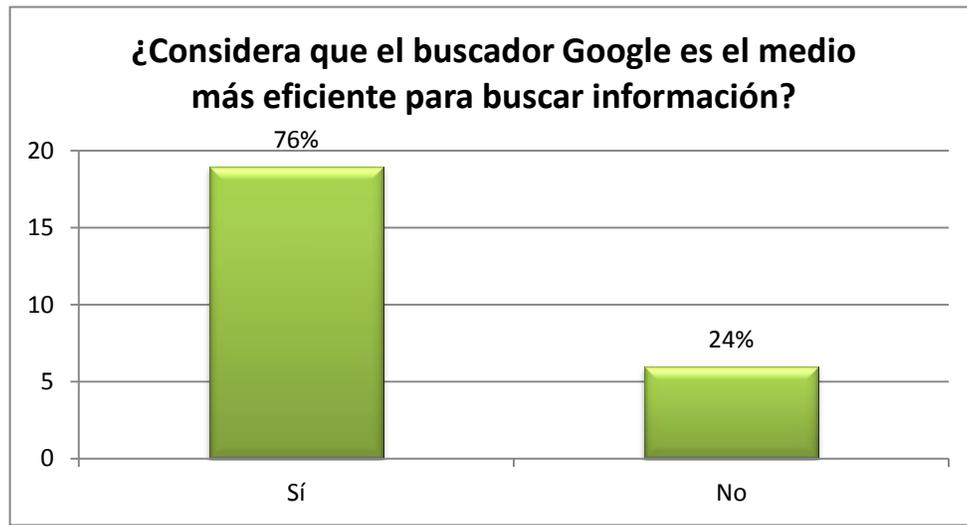
El 82% de los alumnos manifestaron que dentro del buscador Google sí pueden encontrar la información que buscan, sin embargo, el 8% comentó que no logra encontrar todo lo que requiere para realizar un trabajo de calidad y acorde al nivel universitario.

Gráfica 5



A pesar que el 100% de los estudiantes utilizan Google, el 64% indicó que la información que se encuentra en el buscador es confiable, sin embargo el 36% dijo que no.

Gráfica 6



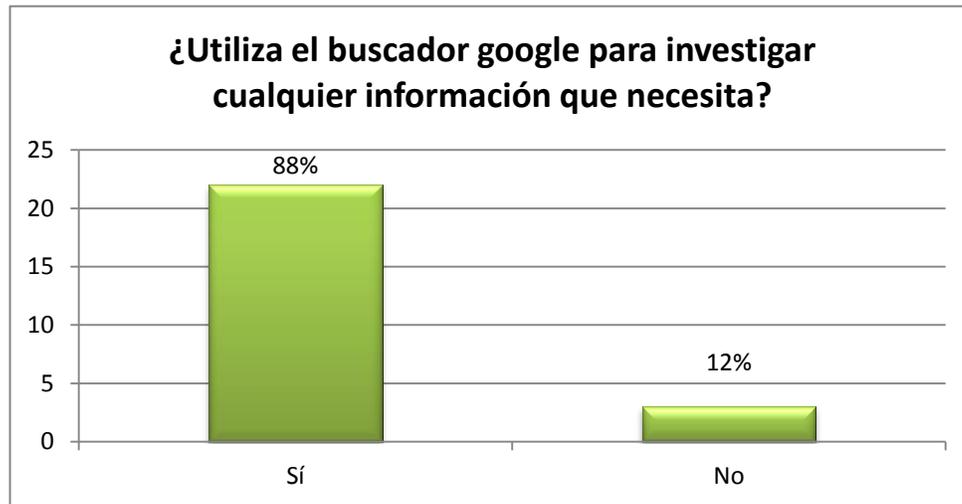
El 76% de los estudiantes marcó que el buscador Google es mucho más eficiente para la búsqueda de información, mientras que el 24% que manifestó que no.

Gráfica 7



Debido al acceso de internet en los teléfonos móviles, ya sea en uso de datos como en el wifi gratuito de la universidad, el 80% de los estudiantes señalaron que se apoya en el buscador Google para realizar trabajos en clase.

Gráfica 8



Para investigar, del 100% del universo el 88% de los estudiantes marcó que utilizan el buscador para cualquier información que se necesite, mientras que el 12% señala que no.

Gráfica 9



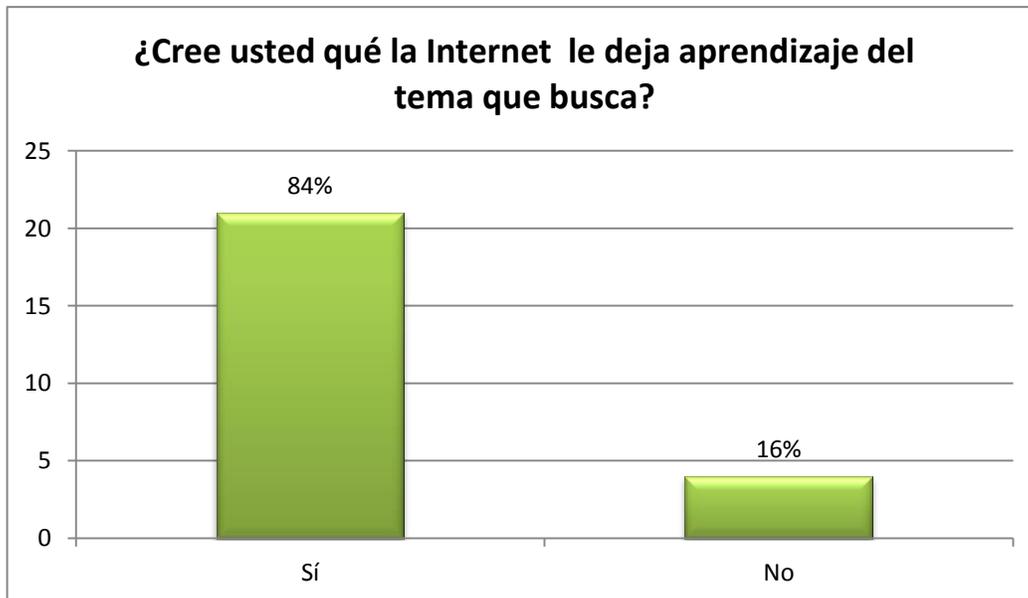
El 52% de los estudiantes marcó que siempre es la mejor opción para encontrar la información requerida, sin embargo el 48% dice que a veces, ya que se encuentra parcializada y en otros idiomas.

Gráfica 10



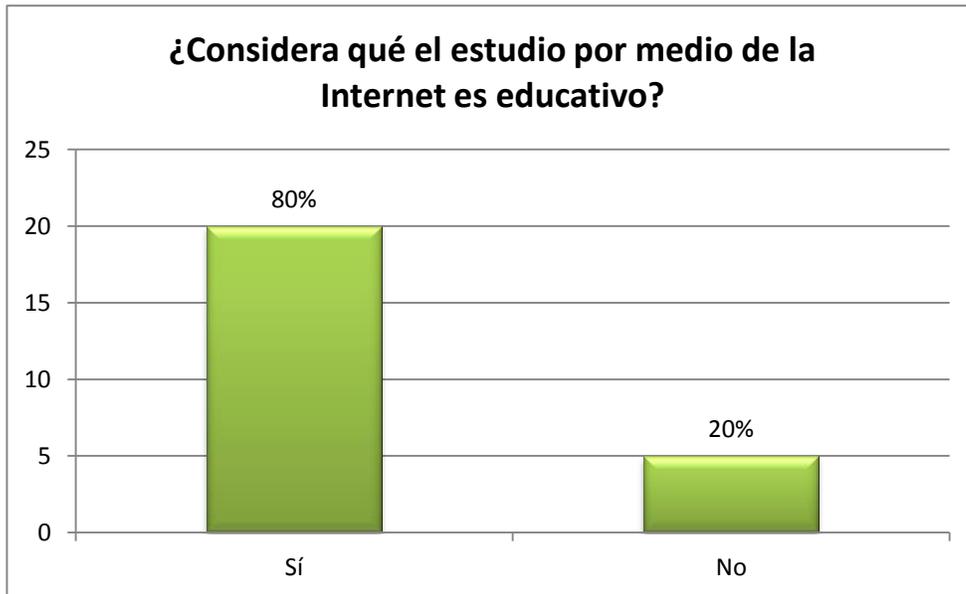
A pesar de usar la Internet, el 76% señaló que es eficiente, mientras que el 24% dijo que no lo encuentra eficiente, ya que dentro del mismo se encuentran varios distractores.

Gráfica 11



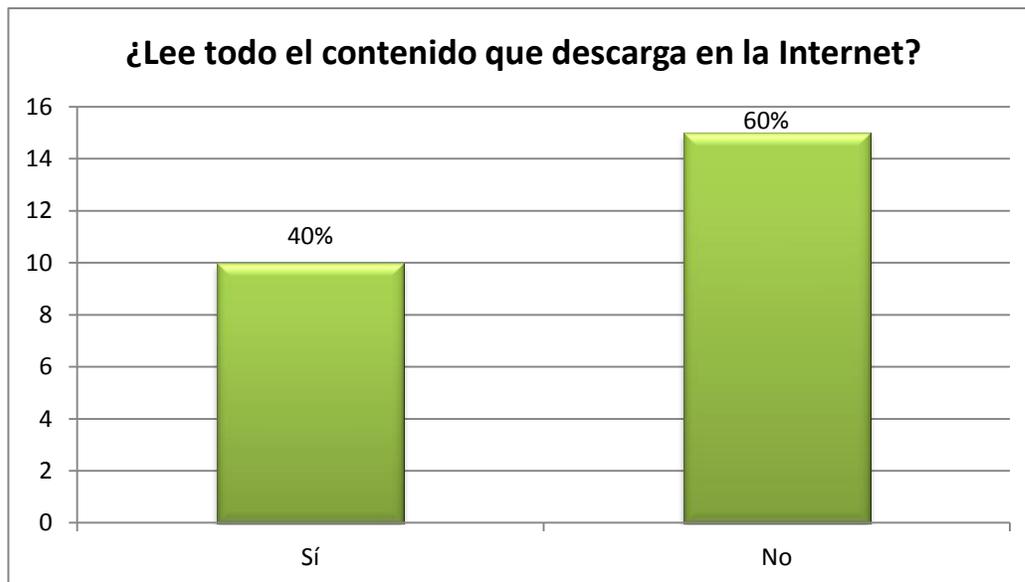
El 84% de los estudiantes manifestó que la Internet deja un aprendizaje sobre el tema que busca, sin embargo el 16% señaló que no, porque no lo investigan a profundidad.

Gráfica 12



De igual manera que la pregunta anterior, el 80% de los estudiantes manifestaron que el internet es educativo, mientras que el 20% dijo que no, por la variedad de contenidos que se encuentran dentro y que mucho es “basura” cibernética.

Gráfica 13



Otro de los puntos importantes de las investigaciones de la Internet es que del 100% de los universitarios, solamente el 40% de los estudiantes lee todo el contenido que descargan mientras que el 60% dice no hacerlo.

Gráfica 14



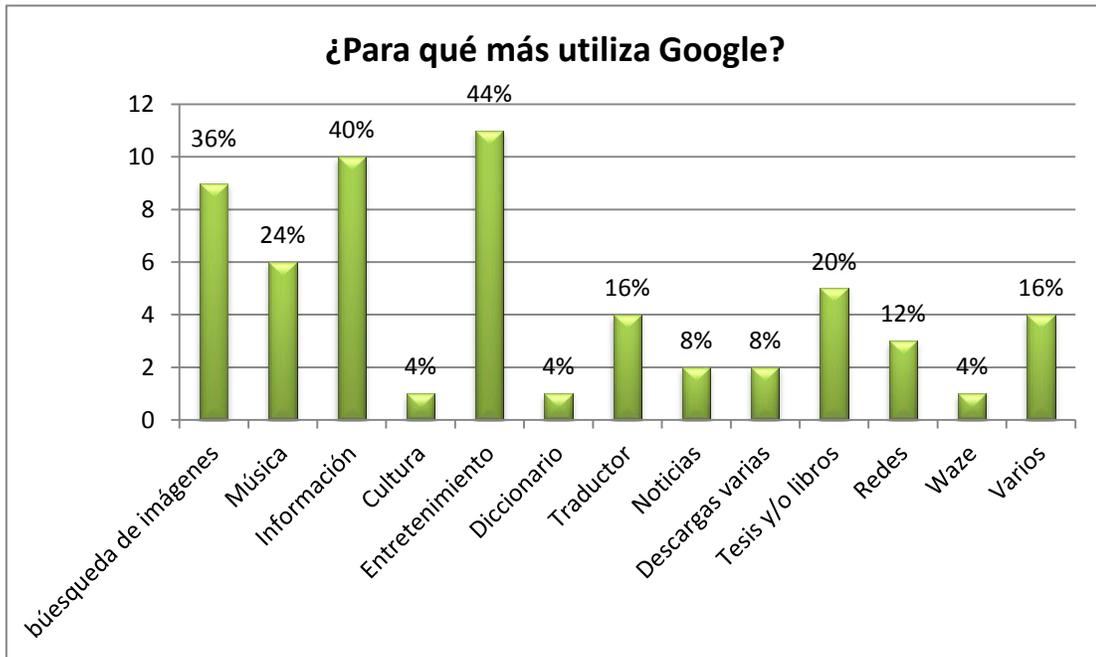
El 44% de los estudiantes señaló hacer “copy paste” de la información para armar los trabajos que les piden, mientras que el 56% hace un resumen básico de la información.

Gráfica 15



El 100% de los estudiantes refirió que el uso de la Internet ahorra tiempo en la búsqueda de las investigaciones, sobre todo en el apoyo del buscador Google.

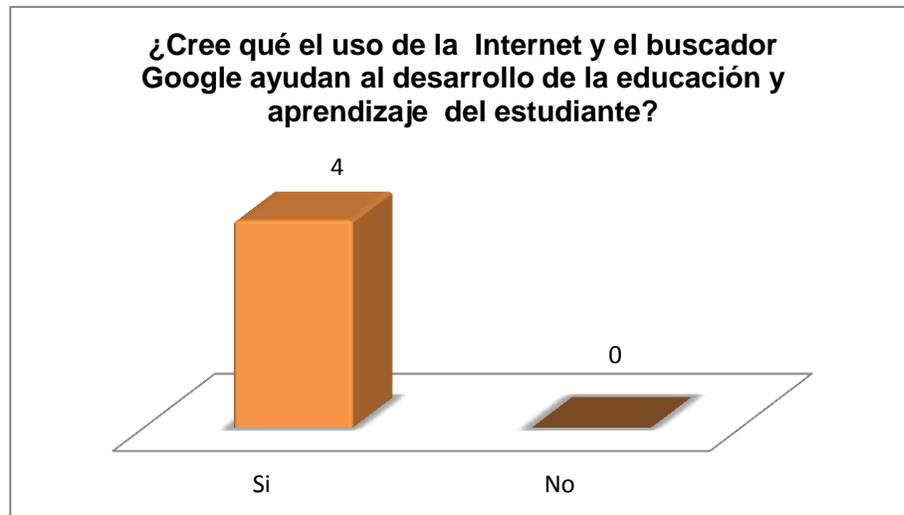
Gráfica 16



Los estudiantes refirieron que no solo para la búsqueda de información para investigaciones utilizan el Google, sino que 44% para entretenimiento, es decir juegos, el 40% lo usa para buscar información de algún trabajo, el 36% en buscar imágenes, el 24% busca música, el 20% busca libros o tesis en pdf.

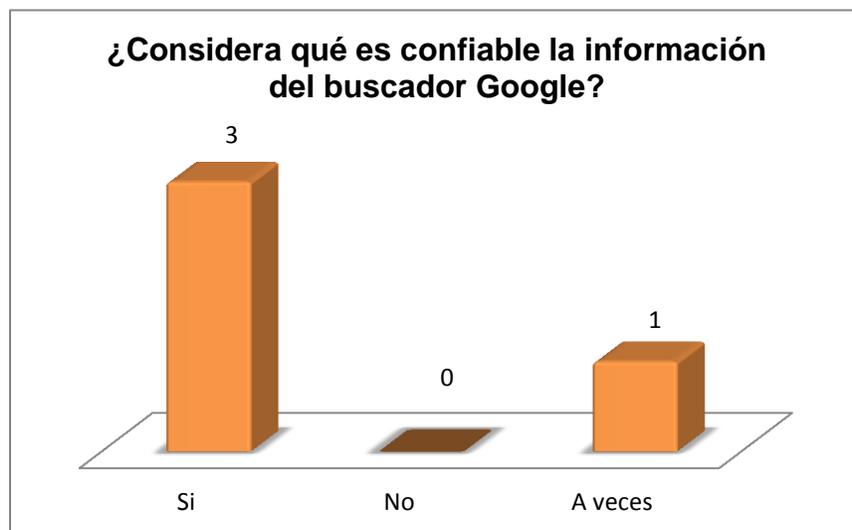
## Encuesta de catedráticos

Gráfica 17



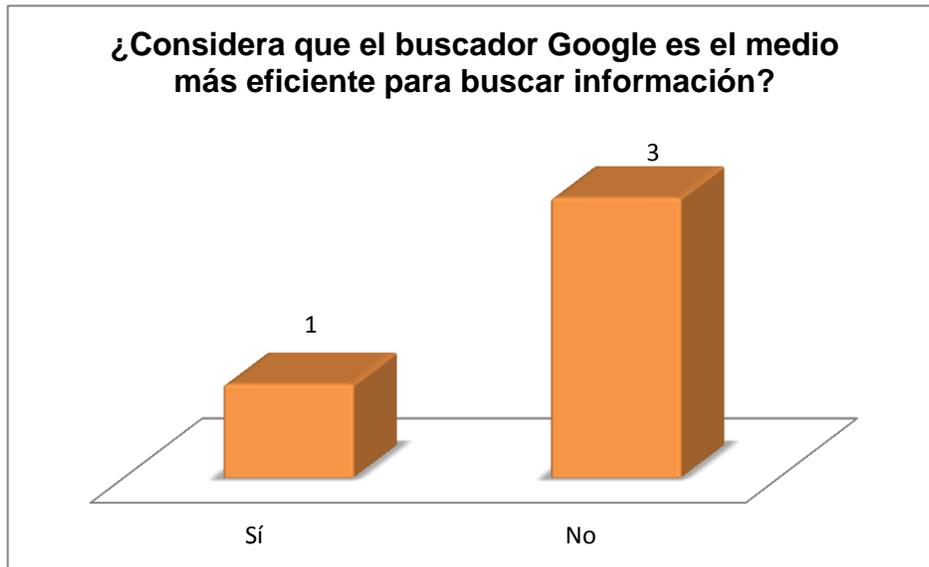
El 100% de los catedráticos manifestó que el uso de la Internet y el buscador Google ayudan en el proceso de enseñanza aprendizaje.

Gráfica 18



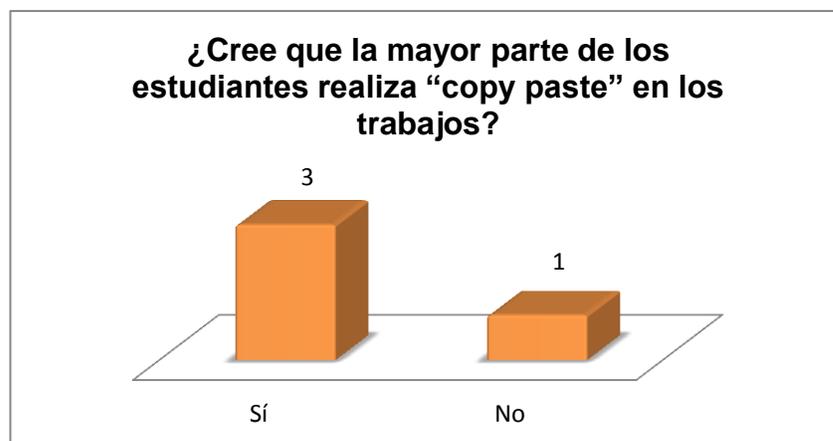
A pesar de que todos los catedráticos señalaran que la Internet y el uso del buscador Google ayudan en el proceso de aprendizaje, 1 de 4 remarcó que a veces se puede confiar en la información vertida por el buscador.

Gráfica 19



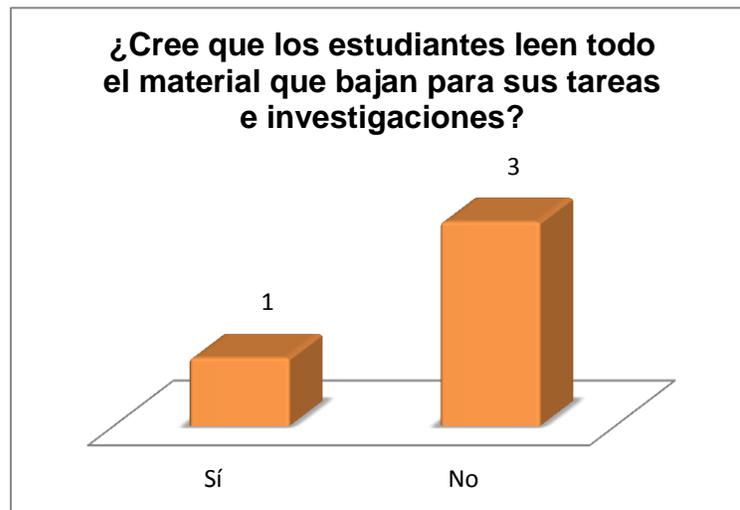
En esta pregunta 3 de 4 catedráticos remarcaron que el buscador Google no es el medio más eficiente para encontrar la información, pues muchas veces la información encontrada está sesgada, manipulada o no es real.

Gráfica 20



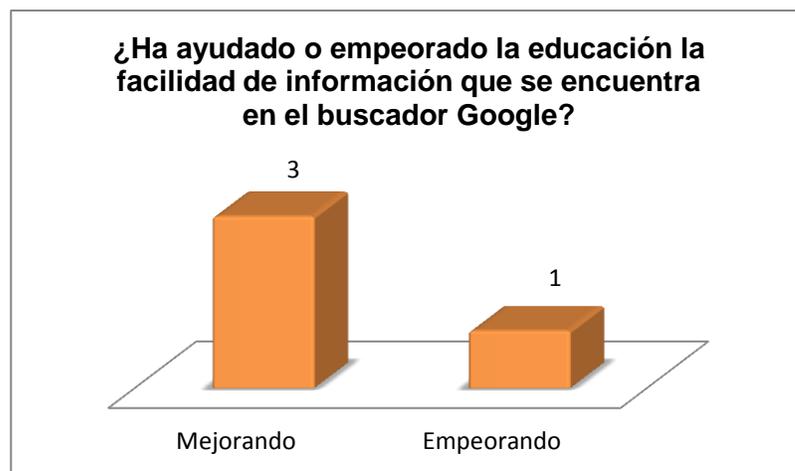
3 de 4 catedráticos manifestaron que los la mayoría de estudiantes que entregan y realizan trabajos, solamente hacen un “copy paste” sin que estos sean leídos y analizados, por lo que se han dado casos de la incongruencia de la información pedida a la entregada.

Gráfica 21



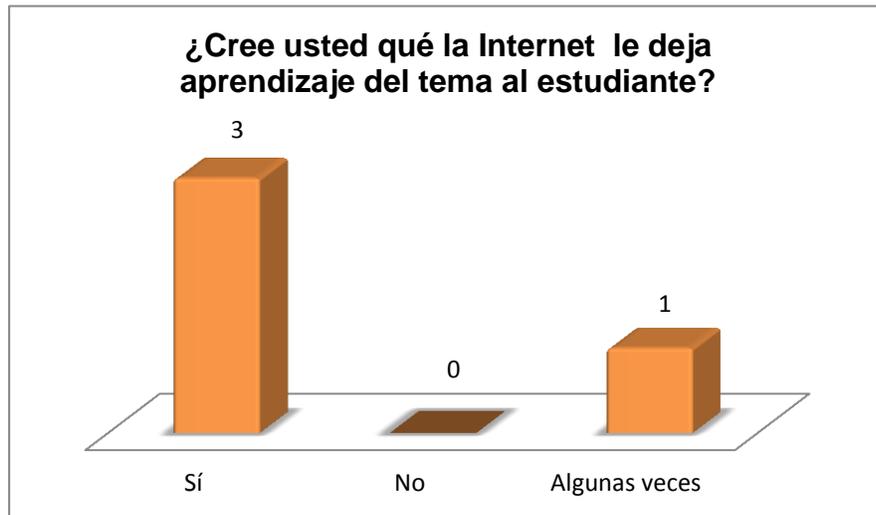
En este punto, 3 de 4 maestros señalaron que los estudiantes solamente realizan “copy paste” y que los estudiantes no leen la información que bajan para realizar el trabajo de investigación.

Gráfica 22



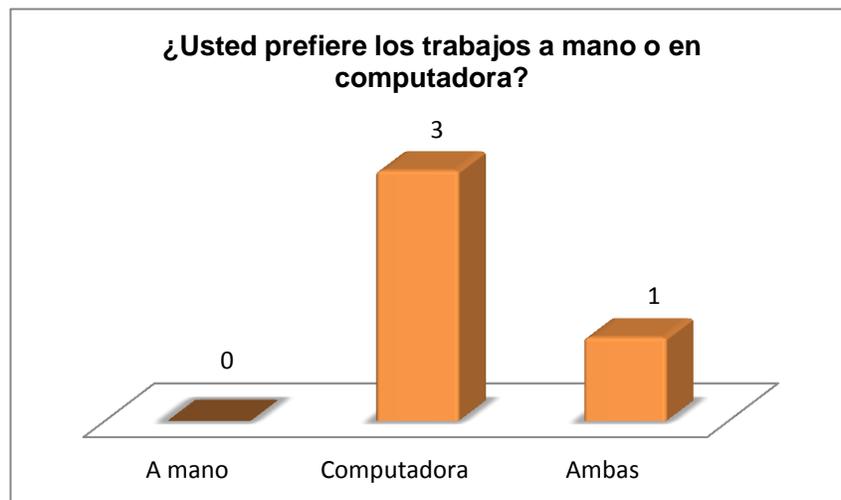
3 de 4 catedráticos señalan que el buscador Google ha ayudado a mejorar la educación por la facilidad de poder encontrar el material necesario para las investigaciones.

Gráfica 23



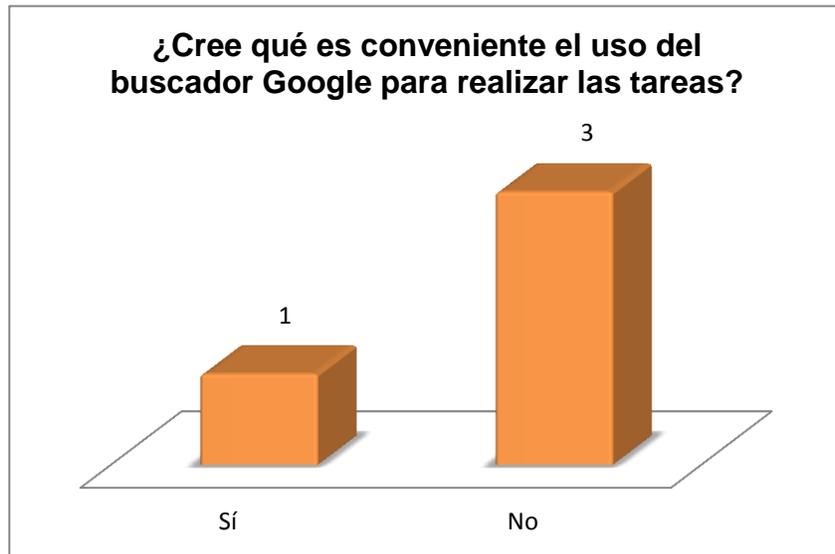
3 de 4 catedráticos señala que la búsqueda en Internet deja un aprendizaje en el tema, a pesar de que el mismo número señala que hacen “copy paste” y no leen toda la información recopilada.

Gráfica 24



A pesar de que los catedráticos señalan que la mayoría de estudiantes hace “copy paste” y no leen, 3 de 4 prefieren los trabajos a computadora, uno de los puntos es por la mala letra de los alumnos.

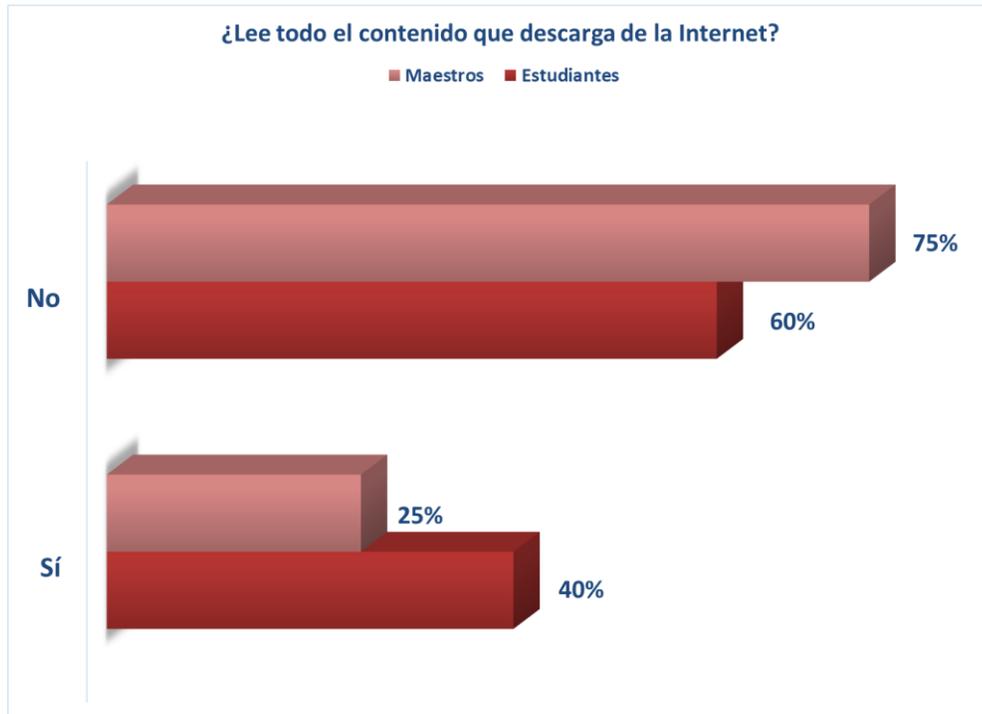
Gráfica 25



Y en esta respuesta, se vuelven a contradecir, pues señalan que el buscador es bueno para hacer investigaciones, no es lo más apto para hacer otro tipo de tareas.

## Resultados comparativos

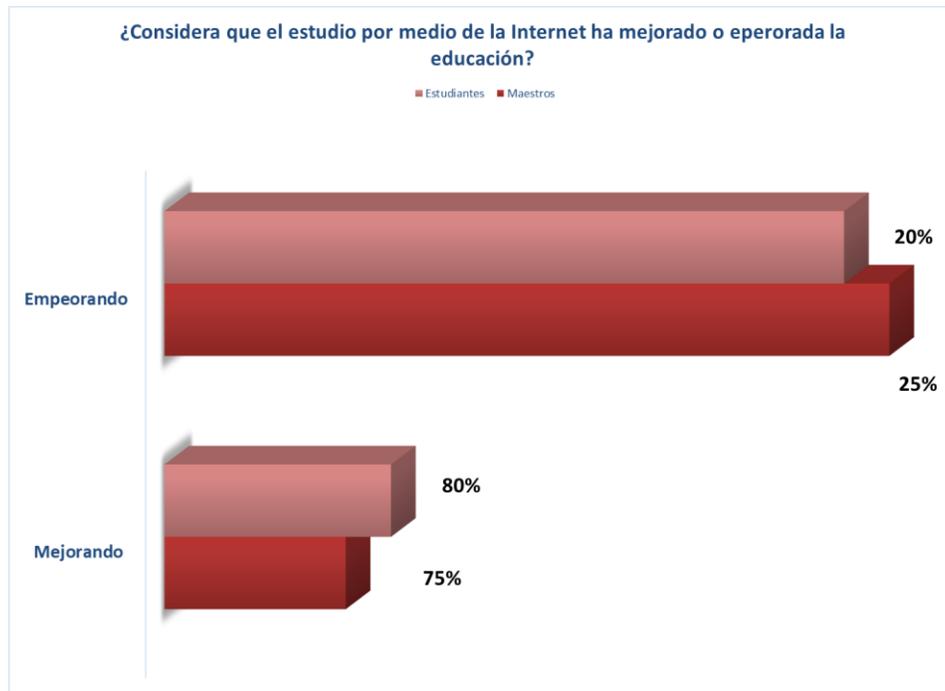
Gráfica 26



En estos resultados podemos observar una similitud en los resultados entre alumnos y maestros, pues los estudiantes reconocen que no leen todo el contenido que descargan para las investigaciones, que solo lo hacen al inicio para saber más o menos de lo que se trata el texto. Los catedráticos son conscientes de este fenómeno.

Sin embargo, aunque en menor proporción dicen que si leen, lo hacen no solo para comprender y entender lo que se está realizando, sino que deben de tener un adecuado seguimiento y concordancia con lo que se escribe, ante ello, el porcentaje de catedráticos que dice que sus alumnos sí leen, es porque se nota al momento de revisar los trabajos y que tienen un hilo en la información vertida dentro del trabajo.

Gráfica 27

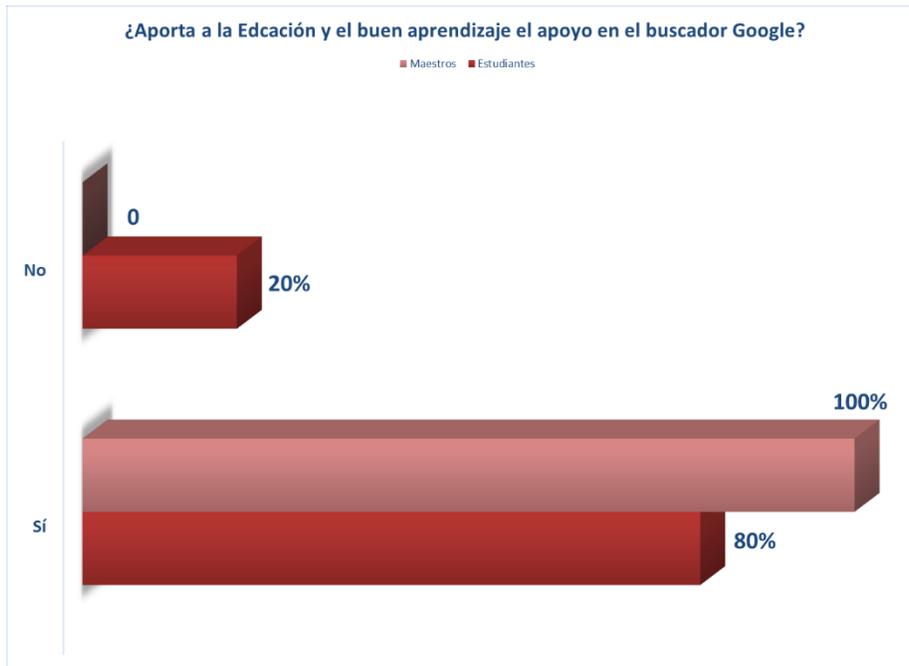


Anteriormente la búsqueda de información estaba supeditada a los libros que se pudieran adquirir, ya sea dentro de las bibliotecas de las universidades o en las personales, sin embargo, esto dificultaba el encuentro de información debido a que no siempre se tenía los últimos ejemplares.

Actualmente dentro de la web se pueden encontrar todo tipo de documentos, desde los más antiguos a los más recientes, muchos de ellos con horas de haber sido publicados, con ello el estudio ha mejorado según los maestros como los alumnos.

Pero dentro de esto, otro porcentaje señala que ha empeorado, pues la búsqueda se limita a un click y no realmente a la investigación y comparación que se puede realizar con los libros físicos.

Gráfica 28



Aunque en la gráfica anterior se señala que el estudio ha mejorado con la búsqueda de internet, ante ello los catedráticos en el 100% señalan que, si se aporta un buen aprendizaje el apoyo, ya que al encontrar datos más recientes ayuda a una mejor calidad de información que el estudiante puede obtener para su profesionalización.

También se puede ver que dentro de esto, un grupo menor de estudiantes señala que no aporta aprendizaje bueno, ya que algunas veces el material que se encuentra no es fidedigno y esto resulta que no todas las páginas de Internet manejan datos reales y solamente desinforman de los temas que se están consultando.

Gráfica 29



En esta gráfica se puede ver una discrepancia entre los catedráticos y los estudiantes, pues la mayoría de los maestros señala que los estudiantes si realizan "copy-paste" de los trabajos de investigación, mientras que los estudiantes señalan no realizarlo y estudiar y analizar el contenido para colocarlo dentro del trabajo.

Sin embargo, los catedráticos manifiestan que les entran dudas cuando muchos de los trabajos tienen las mismas palabras y hasta las mismas faltas, al buscar dentro de la web descubren que es una copia exacta del documento y que no usan las normas requeridas para realizar esta función y se ponen como los autores de esta.

Por otro lado, un porcentaje de los catedráticos señaló que dentro de los trabajos hay quienes no realizan "copy-paste" y esto se puede observar en la redacción de los mismos, pues el vocabulario es diferente, más coloquial que técnico.

## Análisis

En un mundo de constante globalización y avances tecnológicos, es casi imposible que la Internet no esté dentro de la educación superior universitaria, los teléfonos “inteligentes” han llegado a sustituir en cierto modo la rapidez con la que se puede acceder a la información que se requiera en el instante.

Estos mismos avances y las demandas de la población mundial (o casi toda) que tiene acceso a la Internet han posicionado a ciertos motores de búsqueda entre los preferidos de los estudiantes, entre los que se pueden mencionar Google, Yahoo, Ask, entre otros. (Esto dependerá de la ubicación geográfica y cultural de la persona).

Al momento de realizar trabajos, cada persona tiene configurado un programa en su computadora como buscador principal; en el estudio que se llevó a cabo en los estudiantes de segundo año de la carrera de publicidad, sección “A”, de la jornada vespertina 2016 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala –USAC- nos indica que el 100% de los estudiantes encuestados señaló que utiliza el buscador Google para buscar la información requerida para tareas e investigaciones.

Entre los resultados que se obtuvieron en el censo realizado, del 100% de alumnos, el 80% dijo que el buscador Google aporta a la educación y al aprendizaje, ya que a tan solo un click se encuentra la información requerida para la investigación, sin embargo el 20% manifestó que no, debido a que en algunas ocasiones la información está sesgada, no es la correcta o no se encuentra. Sin embargo el 100% de los catedráticos que impartían cursos en esa sección, comentaron que si aporta, pues el alumno puede tener información de primera mano y muchas veces esa misma no se encontraba aún en libros.

Sin embargo el 60% de los universitarios manifestaron que no leen el contenido mientras que el 75% de los catedráticos opina lo mismo, por otro lado el 40% dijo que Sí leía mientras que solo el 25% de los profesores señalaron que si creían que lo hacían. Algo contradictorio al momento de preguntarles si solamente hacían

“copy-paste”, el 56% dijo que no, mientras el 44% reconoció realizar dicha práctica, sin embargo para no hacer el copiado y pegado se debe leer el material y analizarlo, pero las respuestas anteriores marcaron que la mayoría no lee el material.

Por su parte, el 75% de los profesores manifestaron que los alumnos sí realizan un “copy-paste”.

Aunque no es malo buscar la información, la práctica de copiado y pegado solo demostrará que los nuevos profesionales emergentes no tienen suficientes conocimientos básicos y de base en temas que forjaron su carrera, en no leer y analizar los documentos solo los vuelve sujetos de las masas, a quienes se les puede manipular pues no tienen los conocimientos necesarios para debatir temas que más adelante los ayudarán a ser mejores comunicadores.

## Conclusiones

- Los resultados obtenidos señalaron que el 100% de estudiantes encuestados utiliza el buscador Google (ver gráfica 2), donde encuentra la mayor parte de información que necesita para sus investigaciones, de acuerdo a las nuevas herramientas y accesibilidad a temas que muchas veces no se encuentra en libros.
- El tiempo que se utiliza para la búsqueda de información es parte fundamental y primordial en el uso de la Internet por parte de los estudiantes, y con ello el uso de la biblioteca queda relegado casi por completo al encontrar la información dentro de la red, con poner solo una palabra o una frase de lo que se busca.
- Entre las ventajas en el uso del buscador Google, es la facilidad para encontrar la información requerida y el tiempo de búsqueda de la información, sin embargo un alto porcentaje no lee toda la información y el 40% hace un “copy paste” de la misma. A pesar que los catedráticos están conscientes que los estudiantes realizan “copy paste” y no leen la información que bajan para sus trabajos, dicen que prefieren los trabajos a computadora (por la letra y sabiendo que el mismo trabajo se reproducirá un par de veces), además creen que si deja aprendizaje, aunque estos no sean leídos.
- El uso de la Internet ha ido revolucionando la enseñanza tradicional, la búsqueda y la investigación sistemática, esto debido a que al momento de encontrar una información, no se lee ni analiza, solamente se copia y pega para armar un trabajo, así como el “dar copia” e imprimir con otro tipo de letra el documento sin que se haya estudiado, solo por entregarlo.

## Recomendaciones

- La indagación de información por medio del buscador Google es una buena herramienta de apoyo ya que en el mismo se puede encontrar la información que se necesita para las investigaciones y trabajos dejados por los catedráticos, Se establece mediante la encuesta realizada un uso del mismo, sin embargo es necesario establecer el verdadero estudio, lectura y análisis de la información obtenida por el alumno.
- Aunque el tiempo de búsqueda es primordial, es necesario que el estudiante verifique que la información sea real, verídica y sustentada, de acuerdo a la fuente que nos dio el buscador Google, ya que no todas las fuentes son confiables, pues para aparecer en el buscador se tiene un precio que pagar, si se quiere aparecer entre las primeras y con ciertos temas.
- Se recomienda a los estudiantes la verificación de las fuentes consultadas, la lectura y comparación del mismo tema encontrado en la red, mediante el buscador Google. Con el fin de convertirse en profesionales confiables y responsables en verter información, como comunicadores que serán.
- A los catedráticos se les recomienda que desde el primer semestre se les exija a los estudiantes una búsqueda consciente y veraz de la información, evitando los “copy paste”, los trabajos sean a mano y utilizando el sistema APA.

## Referencias bibliográficas

1. Barillas García, Marybel. 2015. Tesis “El uso del internet en el aula como recurso didáctico en el nivel básico del liceo mixto Juan Apóstol”, Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC.
2. Diccionario del Español. 2006. Editorial Santillana, México DF. Sexta reimpresión. 776 paginas.
3. Gil Tubac, Evelyn Cristina. 2012. Tesis “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”. Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC.
4. Girón, Alfonso Benedicto. 2013. La Juventud y el uso de Internet. Universitaria Facultad de Ciencias Sociales Universidad Los Andes, 12-15.
5. Hernández González, Santos. 2014. Internet y su Incidencia en la Vida Social. Madrid, España: Ocaso.
6. Mérida González. AracellyKrisanda 2009. Guía para elaborar y presentar la tesis. Guatemala. Editorial ARAKRIS. 54 p.
7. Melgar, Luis Alexander. 2010. Teorías y Etapas para el Desarrollo del Proyecto de Investigación y Guía para la presentación del informe del Proyecto. Séptima Edición. Guatemala. Imprenta Textos y Formas Impresas 135 págs.
8. Mérida González, AracellyKrisanda. 2009. Búsqueda bibliográfica, Redacción de referencias y citas dentro del texto. Guatemala. Editorial ARAKRIS. 45p
9. Molina Pareto, Mario Roberto. (2000). Historia de Internet. Lima Perú: Dell.
10. Ochoa López, Mauricio Antonio. (2010). Historia de la Computadora. San Pedro Sula, Honduras: Lima.
11. Ortiz Sanabria, Karen Fabiola. (2014). Las Tendencias en el Mercado Digital. San José Costa Rica: Palabras.

12. Ovando Hernández, Ruth Betsabé. 2010. Tesis “El Blog como canal de comunicación en la enseñanza aprendizaje Estudio en la Escuela de Ciencias de la Comunicación”. Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC.
13. Paniagua Martínez, Juan Francisco. (2014). Historia de Internet. Ciudad de Panamá, Panamá: Adventure Works.
14. Piloña Ortiz, Gabriel Alfredo. 2005. Guía Práctica Sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo. Sexta Edición, Primera Reimpresión. Guatemala. Litografía Cimgra, Centro de Impresiones Gráficas. 280 págs.
15. Propuesta de Diseño Curricular del Sistema Educativo Bolivariano (2007) Ministerio del Poder Popular para la Educación. Caracas Venezuela.
16. Moragas, M. de (edi.). 1985. Sociología de la Comunicación de Masas. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
17. Rangel O (2006). Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) Ideas para su categorización. Madrid España.
18. Rocha Arce, José. 2006. ARTICULO Los medios de comunicación y la construcción de la realidad. 195 paginas.
19. Rivera, Manuel Cupertino. (2012) Historia de la Nueva Sociedad. Madrid, España:
20. Sagastume González, Enma Fernanda. (2013). Las Redes Sociales y su impacto en la economía. Guatemala, Quetzaltenango: Tesis de Grado Universidad Mariano Gálvez, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales.
21. Schmidt, Edwin. (2010), Ejecutivo de Cuentas en Google. Los Angeles, California: Google.
22. TÉBAR BELMONTE, Lorenzo. (2003) El perfil del profesor mediador. Madrid: Aula XXI/Santillana.

23. Zumeta Fernández, Mario Noé. (2000). Navegadores e Internet. San Juan de Puerto Rico: La Vela y la Luz.

### Electrografías:

- Marques P (2000). Impacto de las tic en educación: funciones y limitaciones. Documento en línea disponible en: <http://dewey.uab.es/PMARQUES/siyedu.htm>
- Rodríguez R. (2002) Influencia de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en el desarrollo de la personalidad-. Documento en línea disponible en: [http://psicologiacientifica.com/bv/psicologia-273-influencia-de-las-tic-\(tecnologias-de-la-informacion-y-la-co.html](http://psicologiacientifica.com/bv/psicologia-273-influencia-de-las-tic-(tecnologias-de-la-informacion-y-la-co.html)
- CEIP Palacio Valdés (2006) Tutorial de Bloglines[PRESENTACIÓN] <http://www.slideshare.net/isabeleal/tutorial-de-bloglines>
- Grupo Habilidades en Salud Mental de la SEMG, publicación multidisciplinaria. [http://mgyfsemg.org/medicinageneral/revista\\_71/pdf/35\\_43.pdf](http://mgyfsemg.org/medicinageneral/revista_71/pdf/35_43.pdf)
- QUERALT, Joan (2005). Comencemamb RSS [http://www.xtec.es/~jqueralt/comencem\\_rss.html](http://www.xtec.es/~jqueralt/comencem_rss.html)
- RICHARDSON, Wild (2006). RSS: A quick start guide vor educators.. <http://static.hcrhs.k12.nj.us/gems/tech/RSSFAQ4.pdf>
- 9 Consejos para aprovechar las RSS <http://www.whatsnew.com/2008/05/09/9-consejos-para-aprovechar-al-maximo-los-rss/>
- Tutorial del agregador Netvibes[VIDEO] <http://www.youtube.com/watch?v=ljvHoJ6FShk>
- ¿Qué es RSS [VIDEO] <http://pacoriviere.googlepages.com/es.html> (subtítulos en castellano)
- Paliwala, 'Subtech 2004: eAwake in Seattle, University of Washington Law School, 21-23 June 2004', 2004 (2) The Journal of Information, Law and Technology [http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/2004\\_2/paliwala/](http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/2004_2/paliwala/)