

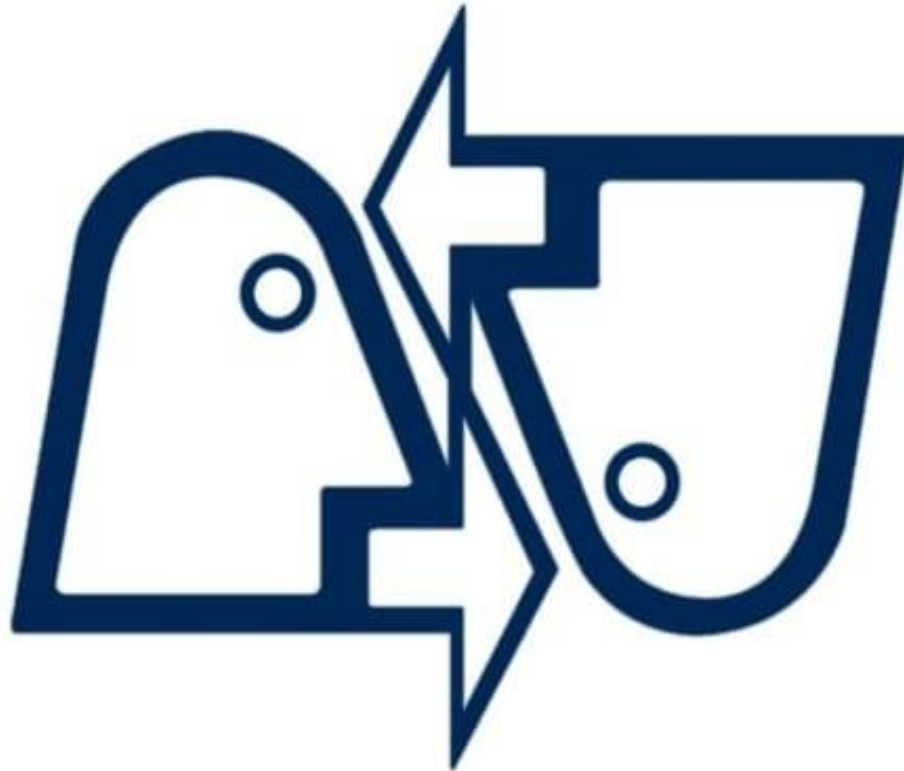
**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

**Uso de la red social Facebook por la Federación Nacional de Ajedrez**

Carlos Alejandro Juárez Baldizón

Guatemala, mayo de 2021



**Comunicación**  
*creando futuro*

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

**Uso de la red social Facebook por la Federación Nacional de Ajedrez**

Trabajo de tesis presentado por:

**Carlos Alejandro Juárez Baldizón**

Previo a optar al título de

**Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Asesor de tesis

**PhD. Marco Julio Ochoa España**

Guatemala, mayo de 2021

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

**Director**

**Licenciando César Augusto Paiz Fernández**

**Consejo Directivo**

**Representante Docente**

M.A. Silvia Regina Miranda López

**Representantes Estudiantiles**

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

**Representante Egresados**

MSc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

**Secretario**

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

**Tribunal Examinador**

PhD. Marco Julio Ochoa España, Asesor

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán, Lector-examinador

Lic. Jorge Adolfo Molina Leonardo, Lector-examinador

Guatemala, 17 de mayo de 2021  
Orden de impresión  
Ref. CG-Akmg- No. 009-2021

Licenciado  
Carlos Alejandro Juárez Baldizón  
Carné 2446412770101  
Registro Académico 2015 13290  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad de Guatemala

Estimado Licenciado

Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título "USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK POR LA FEDERACIÓN NACIONAL DE AJEDREZ" se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados en un plazo no mayor de 30 días calendario

- a) Un (1) ejemplar impreso y un CD conteniendo el archivo digital del Trabajo de Grado para la Biblioteca Central.
- b) Dos (2) ejemplares impresos para la Biblioteca Flavio Herrera y dos (2) CD conteniendo el archivo digital del Trabajo de Grado

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"



Vo.bo. Lic. César Augusto Paiz Fernández  
Director ECC

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González  
Coordinadora Comisión de Grado



c.c. archivo

Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Edificio M2, Ciudad Guatemala, C.A.  
[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)  
(502)241 88920

**Para efectos legales el autor  
es el único responsable del contenido de este trabajo.**

## **Dedicatorias y Agradecimientos**

- A mi mamá:** María Eugenia Baldizón, por darme la vida, apoyarme y acompañarme en cada paso de mi vida, Por darme la educación, gracias mamá por estar y por el amor que me das.
- A mi papá:** Carlos Armando Juárez, por contar con su incondicional apoyo y aliento para conseguir metas como esta, por su sabiduría y cariño que me han ayudado a ser mejor.
- A mi hermana:** Andrea Juarez, por respaldarme y por su cariño junto a mi sobrina Valentina y mi perrito tofy.
- A mi padrino:** Mi tío Gustavo Juárez Flores, quien ha sido parte importante en mi vida a lo largo de los años, gracias por su inmenso cariño y apoyo.
- A mis amigos:** Les agradezco porque entre molestaderas, trabajos y tareas, siempre hubo risas y unión para seguir adelante, principalmente a Kike, Javier, Allan, Giovanni, Jesé, Berny, Fabián, Julio, Walter, Meyling, Darling, Flor y los óscar, también a mis amigos del colegio Wicho, Ronald, Cuti Sejo, Oscar, Hristo que hoy son parte de mi meta alcanzada.
- A la USAC:** Por abrirme las puertas de la U y de la ECC, por convertirme en profesional, por la enseñanza que me regalaron diferentes y buenos licenciados, convirtiéndose en mi Alma Mater.
- A mi asesor:** El Doctor Marco Julio Ochoa quien tuvo la paciencia y tiempo para apoyarme y acompañarme en este ciclo.

## Indice

Resumen.....	I
Introducción.....	II

### Capítulo I

#### 1. Marco Conceptual

1.1. Título del tema.....	1
1.2. Antecedentes.....	1
1.3. Justificación.....	4
1.4. Planteamiento del problema.....	6
1.5. Alcances y limites.....	7
1.5.1. Objeto de estudio.....	7
1.5.2. Ámbito geográfico.....	7
1.5.3. Ámbito Institucional.....	7
1.5.4. Ámbito Poblacional.....	7
1.5.5. Ámbito Temporal.....	7
1.5.6. Limites.....	7

### Capitulo II

#### 2. Marco Teórico

2.1. Historia del internet.....	8
2.2. Teorías de la comunicación.....	11
2.2.1. Teoría de la comunicación de masas.....	13
2.2.2. Teoría del determinismo tecnológico.....	15



2.2.3. Modelo de Lasswell.....	18
2.3 Las tecnologías de la información y comunicaciones -TIC-.....	19
2.4. El correo electrónico.....	21
2.5. Las redes sociales.....	24
2.5.1. Tipos de redes sociales.....	27
2.5.2. La red social Facebook.....	29
2.5.3. La red social Twitter.....	31
2.5.4. La red social Instagram.....	34
2.5.5. La red social WhatsApp.....	36
2.6. Facebook como medio de comunicación, información y divulgación.....	37
2.7. El Ajedrez .....	41
2.8. La Federación Nacional de Ajedrez .....	43
2.8.1. El jugador de Ajedrez en la red social Facebook.....	46
2.8.2. El perfil de Facebook usado por la Federación de Ajedrez.....	48
2.8.3. Seguidores del perfil Institucional de la Federación Nacional de Ajedrez.....	50
2.9. El community manager de la Federación Nacional de Ajedrez.....	51
2.10. Facebook como herramienta de comunicación e información del Ajedrez en Guatemala.....	52

## Capítulo III

### 3. Marco Metodológico

3.1. Tipo de Investigación.....	54
3.2. Método.....	56
3.3. Objetivos.....	56
3.3.1. General.....	56
3.3.2. Específicos.....	56
3.4. Técnicas.....	57
3.5. Instrumentos.....	57
3.6. Universo.....	57
3.7. Muestra.....	58
3.8. Procedimiento Metodológico.....	59

## Capítulo IV

### 4. Análisis y descripción de resultados

4.1. Análisis descriptivo del uso de Facebook como herramienta de información y divulgación de la Federación Nacional de ajedrez.....	61
4.2. Análisis y presentación de resultados en gráficas.....	61

<b>Conclusiones.....</b>	<b>75</b>
--------------------------	-----------

<b>Recomendaciones.....</b>	<b>77</b>
-----------------------------	-----------

<b>Referencias Bibliográficas y E-grafías.....</b>	<b>79</b>
--	-----------

<b>Anexos.....</b>	<b>86</b>
--------------------	-----------

## Resumen

Los medios de comunicación son de carácter histórico, es decir se transforman constantemente y reflejan la realidad social a través del tiempo. Las redes sociales han venido a formar parte del mundo de la comunicación con la información fresca, actual e inmediata. Como lo indica García Carías “Los avances tecnológicos provocan cambios en la vida cotidiana de la sociedad y se crean nuevos canales para transmitir información y mensajes, la forma de comunicación entre las personas también cambia.” García Carías (2015:15).

Antes se comunicaba por fax, cartas o telegramas ahora se hace por mensajes de texto, correo electrónico, mensajes de voz y de la manera más rápida posible. Facebook se ha convertido en una herramienta para brindar información y al mismo tiempo interactuar, es por eso que muchas instituciones, federaciones, clubes, etc., buscan la manera de generar interacción con sus seguidores.

Las redes sociales también son utilizadas por el alcance que crea la información que se quiera proporcionar. En el ámbito deportivo, muchas federaciones intentan crear contenido a través de Facebook, ya que aparte de ser un portal gratis, se pueden realizar muchas acciones para llegar al público de la manera más rápida y eficaz.

Desde transmitir en vivo las actividades que se realizan y al mismo tiempo informar e interactuar con los seguidores, como lo es el caso de la Federación Nacional de Ajedrez, para mantener a los seguidores de este deporte informados y actualizados con los eventos y resultados que se viven día a día dentro de la Federación Nacional de Ajedrez.

## **Introducción**

Actualmente se cuenta con una extensa variedad de redes sociales, como twitter, Instagram, WhatsApp, Facebook, entre muchas otras plataformas digitales para crear una comunicación directa, rápida y eficaz. Facebook ha sido una de las pioneras en lo que a redes sociales respecta, ya que fue una de las primeras en salir y la más utilizada actualmente.

Facebook con 2.440 millones de usuarios activos de acuerdo a un estudio realizado en enero de 2020 por We are social y Hootsuite, una firma proveedora de datos, es la red social más utilizada en el mundo, estos datos revelan lo indispensable en que se ha convertido esta plataforma digital en particular, no solo para la comunicación entre las personas, sino para el posicionamiento de marcas, empresas e instituciones.

Facebook ha venido a ser un nuevo medio de información, superando a medios tradicionales de comunicación masivos como prensa, radio y televisión, por su rapidez a la hora de informar y su fácil accesibilidad, Facebook provee una gran cantidad de información e interacción gratuita.

Las Federaciones, en este caso la Federación Nacional de Ajedrez, también han llegado a utilizar las redes sociales como método de información, comunicación y a su vez difusión de resultados para mantener al público seguidor de este deporte en continua interacción, para atraer gente y lograr publicidad gratis sin necesidad de pagar.

El uso que le da la Federación Nacional de Ajedrez a la plataforma digital Facebook, es constante para generar opiniones y transmitir la información necesaria al público en general dentro y fuera del país, indudablemente una ventaja que el internet ha brindado a todo el planeta entero.

# Capítulo I

## 1. Marco Conceptual

### 1.1. Título del tema

Uso de la red social Facebook como herramienta de información y divulgación de la Federación Nacional de ajedrez.

### 1.2. Antecedentes

Sobre este tema, se encuentran varios antecedentes, por ser una investigación con una larga extensión en diferentes ámbitos comunicacionales del deporte en las redes sociales. Una de la tesis tomada en cuenta como antecedente para el tema, es la realizada por Ivana Gabriela Carias García la cual se titula “uso de Facebook como red social de los partidos políticos en la campaña electoral 2015”. Publicada en la Universidad de San Carlos de Guatemala.

- El trabajo investigativo de la Licenciada Carias García es tomado en cuenta como antecedente porque describe una parte fundamental en el trabajo que es el uso de Facebook, ya sea político o deportivo tienen algunos objetivos similares, como lo es llegar la población y lo más lejos posible a nivel internacional.

Aunque los temas sean distintos y en algunas ocasiones el uso de esta red social sea diferente, no quita que lo primordial de usar Facebook, es para informar y llegar a la población interesada. La metodología usada en la tesis, fue deductivo, también cuenta una breve historia de Facebook,

información importante para el trabajo, como la evolución de las redes sociales y los medios de comunicación digitales.

- Otra de las tesis tomadas en cuenta fue “El uso de las redes sociales en estudiantes del primer semestre de publicidad de la jornada nocturna”, realizada por Nancy De Jesús Luna González. En esta Investigación de tesis, el trabajo presentado por Nancy De Jesús es muy importante para la investigación ya que se enfoca más que todo en una red social, la cual es Facebook.
- Nancy De Jesús cuenta en su trabajo de tesis, como los estudiantes tienen una adicción a esta red social, el impacto que tiene en los jóvenes y el mal uso de Facebook. En este Trabajo la información es basta y los objetivos son claros al hablar de cómo Facebook llega al alcance de muchos para lograr informarse de sus eventos favoritos o como la publicidad llega a ellos metiéndose en su subconsciente sin muchas veces saberlo. La metodología empleada para el trabajo fue mixta (cualitativa y cuantitativa), además del apoyo de entrevista y la encuesta.
- Otro antecedente similar es la tesis que tiene por título “Aportes de la red social Facebook en el campo de la comunicación digital”, que tiene como autor a Alba Marina Anleu Mejía. El tema es claro, refiere a lo que ha aportado la red social Facebook en el mundo de la comunicación virtual, principalmente para llegar a diferentes hogares informando sobre el mundo actual y sus maneras de hacerlo de la mejor manera de utilizar esta red social.

También explica que es y cómo funciona Facebook, el comportamiento de los usuarios de Facebook, Facebook como herramienta de comunicación digital, el desarrollo de la comunicación digital, temas muy importantes para desarrollar el tema de manera extensa. La

metodología empleada para el trabajo fue mixta (cualitativa y cuantitativa).

- Otra de las tesis utilizadas como antecedente es una que se asemeja mucho al tema ya que tiene que ver con una Federación y es la realizada por Juan Fernando Hanser Ramos, realizada en el año 2018, que tiene por nombre “Estrategia de comunicación virtual para la Federación Deportiva Nacional de Boxeo”. Es tomada en cuenta porque aparte de tener similitud habla sobre una Federación y utiliza Facebook para comunicarse con sus seguidores, explica también como es la comunicación virtual, el ciberespacio, la comunicación de masas y lo más importante el mundo de Facebook, como funciona para ellos.

Contribuye a la viralización de su deporte, para informar y difundir datos sobre sus atletas, logrando más afluencia y participantes con ganas de empezar en ese deporte por medio de las redes sociales, específicamente en Facebook, La metodología empleada para el trabajo fue mixta (cualitativa y cuantitativa).

- Otro trabajo tomado como antecedente es la tesis doctoral del Doctor Marco Julio Ochoa que tiene por título “Las tecnologías de la comunicación en el formato periodístico”. El Doctor Ochoa habla sobre la transición de la comunicación tradicional a las redes sociales, así como también habla sobre los beneficios que ha venido a dar tanto al internet como las redes sociales.

El tema contribuye a la investigación, ya que habla de las redes sociales, el internet y el ámbito tecnológico comunicacional. La metodología usada en el trabajo del Doctor Ochoa fue el deductivo.

### **1.3. Justificación**

Actualmente Guatemala cuenta con más de 17 millones de habitantes según un estudio realizado en 2018 por el INE- Instituto Nacional de Estadística- los cuales se podría decir que un cuarto de ellos cuenta con acceso a internet y redes sociales, en su mayoría Facebook, las personas hoy en día no están muy alejadas de la información y comunicación, ya que basta con tener un teléfono celular inteligente en donde se pueden comunicar e informar en diferentes plataformas.

Los guatemaltecos buscan la manera de estar al tanto en la coyuntura nacional y en sus gustos particulares. Facebook es la red social más utilizada en el mundo y también en Guatemala, ya que su vasto contenido de información gratis, provoca que la mayoría de personas se incline hacia esta plataforma.

Muchas personas no solo buscan el comunicarse o entretenerse, también quieren informarse sobre sus gustos y muchos de ellos vienen siendo datos deportivos en diferentes instituciones autónomas o federaciones, como el deporte del ajedrez.

El ajedrez no tiene el impacto social y relevancia en la sociedad como otros deportes, pero no es motivo por el cual esta Federación deje de utilizar esta red social como medio de difusión hacia sus seguidores, es más muchas personas son seguidores de este deporte y la Federación Nacional de Ajedrez transmite mucho contenido en su página de Facebook.

La federación Nacional de Ajedrez no solo difunde datos estadísticos y tablas de posiciones, sino que también un poco de humor e información acerca de eventos, entre muchos otros, la información que brinda la Federación nacional de Ajedrez por medio de la red social Facebook no solo le llega a los connacionales, sino que va más allá de las fronteras y es gratis.



Sin lugar a duda el uso de Facebook para las instituciones, empresas, federaciones, etc., es importante y ha venido a facilitar la comunicación, información e interacción de estas, ya que siendo gratis y con un alcance más allá de Guatemala la difusión de resultados es dinámica, rápida y eficaz.

#### **1.4. Planteamiento del problema**

La Federación Nacional de ajedrez, ubicada en la ciudad de los deportes en la zona 5 capitalina, cuenta con un perfil en la red social Facebook para transmitir y difundir datos de sus eventos deportivos, así como también estadísticas e información general que hacen llegar de la manera más rápida a las personas interesadas en este deporte.

La Federación Nacional de Ajedrez se encuentra en un proceso constante de comunicación al realizar publicaciones, esto es importante en el desarrollo de contenido por parte de la Federación, para llegar a sus seguidores lo más pronto posible y así llevar a cabo un proceso comunicacional y de interacción exitoso.

La acertada elección de temas y publicaciones es fundamental en la adecuada difusión de información deportiva, es por ello que es importante determinar los factores internos que llevan a la Federación Nacional de Ajedrez a realizar sus publicaciones.

Teniendo en cuenta que un factor se define como un elemento que contribuye a producir un resultado, es necesario conocer los instrumentos con los que cuenta la Federación Nacional de Ajedrez, para aprovechar todos los recursos que esta Federación pueda ofrecer.

Como lo es la información de los atletas que compiten en torneos realizados fuera del país y que no tienen la forma de ser seguidos por algún medio de comunicación por diferentes razones. Es por ello que Facebook se convierte en un medio de difusión eficaz para llegar a las personas que les gusta este deporte y se interesan día a día por estar al pendiente de lo que hacen los deportistas nacionales. Con base en lo anterior, surge la pregunta ¿Qué uso le da la Federación Nacional de Ajedrez a la red social Facebook como medio de socialización?

## **1.5. Alcances y límites**

### **1.5.1. Objeto de estudio**

El Facebook de la Federación Nacional de Ajedrez.

### **1.5.2. Ámbito Geográfico**

Federación Nacional de Ajedrez de Guatemala, ubicada en la 10 av. A 25-01 zona 5.

### **1.5.3. Ámbito Institucional**

Federación Nacional de ajedrez.

### **1.5.4. Ámbito Poblacional**

Atletas y público en general que sigue la página.

### **1.5.5. Ámbito Temporal**

Eventos específicos durante los meses de octubre y noviembre.

### **1.5.6. Límites**

Solo se estudiará la red social Facebook de la Federación Nacional de Ajedrez, monitoreando el alcance que tiene con sus seguidores y el Ajedrez guatemalteco.

## Capítulo II

### 2. Marco Teórico

#### 2.1. Historia del internet

Pazmiño dice que el Internet es un agrupado de redes de comunicación interconectadas, que garantizan a las redes físicas heterogéneas que la contienen sirvan como una red lógica y única, que tiene un alcance a nivel mundial. Pazmiño (2010:18)

Ballina publica en su trabajo de tesis que sus principios se remontan a 1969, el día que se estableció la primera conexión de ordenadores, llamada ARPANET, en tres universidades de California y otra más en Utah, EE. UU. Así que el Internet en sus orígenes solo fue el sucesor de otro sistema organizado muy similar, también limitado y de un uso exclusivo para todo el personal militar del Departamento de Defensa de los Estados Unidos de América. Ballina (2008:20)

La tecnología en mención era una red interna, iniciada y preparada para compartir información con el personal militar en sus distintas áreas de competencia. Dicha red fue conocida como Arpanet. La invención de esta tecnología respondía a la necesidad de protección de información durante la Guerra Fría entre EEUU y la URSS.

No cabe duda que el origen científico de Arpanet aun cuando nada más haya sido un utensilio para la rama militar, y de ser una red un tanto antigua de difusión de contenido e información. La capacidad de ser mejorada, que fue añadida la irrupción de grupos civiles, sería el último paso para lograr una nueva manera de comunicación a nivel mundial. Ballina (2008:23)

Arpanet y su tecnología está sujeta al estudio de universidades en los Estados Unidos y después al de la comunidad científica en todos los ámbitos, evolucionó

a un nuevo tipo de red: la que es llamada hoy en día como Internet, sistema en el que se involucrarían otros derivados, como por ejemplo estando constituida en una red englobada a nivel mundial, a esto se lo conoció como sus siglas en inglés como WWW (World Wide Web) o Web, haciendo más fácil la publicación y distribución de material audiovisual como lo es el audio, video, gráficos, texto, etc. Además de hacer más atractivo el sistema, permitió que mucha gente, sociedades enteras, pueblos, etc., se involucrarán en la red para publicar información y también para fines comerciales. Ballina (2008:45)

Las personas se dieron cuenta que la Internet no es solamente una forma de comunicación limitada a investigadores o científicos, sino que puede ser aprovechada como medio fundamentalmente comercial, comunicación e información ya que con la posibilidad de que grandes públicos se introduzcan en la red, se podría comercializar con la creación de canales, venta de espacios, distribución de señal, así como la venta de bienes y servicios, entre otros.

Todo esto no se dio de golpe, sino que como todo proceso histórico evolucionaron poco a poco hasta conseguir a una red como la que tenemos hoy en día en su máximo esplendor. Además, este crecimiento se dio y se sigue dando de acuerdo al incremento de los públicos que acceden a el Internet, si bien es cierto no todas las personas acceden a la red buscando publicidad, por supuesto que son susceptibles de ser receptores de anuncios publicitarios u contenidos muy variados.

El Internet se ha convertido en una herramienta indispensable en las actividades cotidianas y se ha convertido en un medio de comunicación masivo. El internet es una red que posibilitó la integración de públicos amplios a una tecnología anteriormente limitada pequeños sectores. Pazmiño (2010:32)

Aún aclarando lo anterior, no cabe duda que el ingreso de las grandes masas a la señal de Internet es debido también al enorme atractivo que posee la red ofreciendo una gran cantidad de contenidos que antes eran difíciles de obtener en otros medios masivos. Además de que casi cualquiera podía acceder a la red si poseía una computadora y una conexión a la red.

Antes de que el Internet era más accesible para todos los centros de alquiler de computadoras con acceso a Internet permanecían llenos, y pensando que más que ser una moda, sería una nueva etapa en la historia de la comunicación mundial. Comenzaron a aparecer páginas de federaciones, partidos políticos, iglesias, restaurantes, grupos musicales, además de que sectores antes aislados u ocultos también elaboraron sus propias páginas como sectas, organizaciones terroristas e incluso páginas de contenido inverosímil. Aunque cada uno de estos grupos tenía distintos objetivos, coincidían en el interés de proveer más información a los usuarios sobre sus actividades además de posibilitar que estos se aproximasen más a través del correo electrónico. Sáez Casas (2012:17)

Otra herramienta que potenció como medio masivo el Internet fue el buscador, que permitía acceder de forma más fácil a los contenidos, según las necesidades o gustos del usuario. Herramientas en el internet como lo son Google refieren a páginas poderosas que ingresando una palabra arrojan bastedad de resultados posibles relacionados con la búsqueda. Si es cierto con el ordenador, los trabajos escritos resultaban menos tediosos, con el Internet y los buscadores de páginas web se tenía la posibilidad de hallar contenidos listos para las utilidades de la ocasión. Sáez Casas (2012:19)

Este crecimiento del internet y sobre todo la red, planteó a otros medios sobre todo de comunicación masivos, la pregunta sobre si involucrarse en la red, empresas de televisión, radio y prensa abrieron páginas sobre su programación

y colocaron a disposición programación retrasada, avances de las nuevas series o versiones electrónicas de sus noticieros. Renovación que adquirió nuevos visos al permitir a los usuarios enterarse de acontecimientos de interés casi al instante en que ocurrían.

El Internet ya es un medio de comunicación de masas al que se conectan, en numerosos países, la mitad de la población, por ello cada vez más de forma creciente empiezan a expandirse numerosos tipos de redes sociales o comunidades virtuales para múltiples fines, como para recibir de forma continuada noticias sobre una temática concreta, para participar en subastas o acciones de compra y venta, para inscribirse en un curso y recibir formación a distancia, para realizar contactos amorosos, para jugar videojuegos online o simplemente descargarlos, para desarrollar actividades de colaboración profesional, para ser miembro de una comunidad de amigos que chatean habitualmente, para participar en eventos que tengan que ver con la conexión a internet, para compartir aficiones diversas como música, deporte, estudios, etc.

## **2.2. Teorías de la comunicación**

Las teorías y modelos de la comunicación e información, en el ámbito de las ciencias de la comunicación, se han consolidado como uno de los temas de investigación más importantes, tanto en los estudios de comunicación como en humanidades.

Según algunos autores no ha existido nunca una teoría de la comunicación como tal, pero si tenemos un sin número de resultados de investigaciones bajo el indefinido nombre de: Teoría de la Comunicación. La mayoría de los estudiosos de la comunicación han formulado sus propios y personales esquemas y modelos.

Según Denis McQuail en su libro introducción a la teoría de la comunicación de masas dice que, “Por teorías se entiende no solamente un sistema de postulados parecidos a leyes, sino también cualquier conjunto de ideas que puedan ayudar comprender un fenómeno, guiar una acción o predecir una consecuencia”. (McQuail. 2011: 32).

Se sabe que los objetos de estudio de las ciencias sociales incluyendo las ciencias de la comunicación se dividen por su mutabilidad. Los cambios en la sociedad acrecientan y por supuesto dificultad de observar una realidad social para poder ser un objeto de estudio. En la comunicación, no es más que es evidente ya que no es sólo por los diferentes cambios sociales que se realizan, sino también por los tecnológicos. Entonces se puede observar cómo, el objeto de estudio es una de las originales dificultades que deben sobrellevar las teorías de la comunicación y la información, con relación a la llamada comunicación de masas.

La llegada de Internet ha dejado a un gran grupo de investigaciones en el ámbito de la teoría de la comunicación y la información, siendo estos estudios sobre redes sociales, prensa digital, etc. Uno de los conceptos que se estudia de las redes sociales es el de interactividad. Ya que se establecen diferentes tipos de interactividad, como lo son las: encuestas, chats, entrevistas en línea, foros de discusión o blogs, votaciones, comentarios, etc.

Aristóteles conceptualizó el estudio de la comunicación como la búsqueda de "todas las maneras y formas de persuasión que tenemos a nuestro favor". (McQuail. 2011: 65). Pero dejó muy claramente que el objetivo principal de la comunicación es la persuasión, ósea el intento que hace el orador de conseguir que los demás coincidan con su mismo punto de vista.



En la comunicación es oportuno apuntar el origen del funcionamiento, a través de la investigación para lograr comprender términos que han aparecido en nuestro lenguaje, es por eso que, “La teoría es un conjunto de conceptos, categorías y leyes que reflejan objetivamente la realidad, se basan en estructuras del conocimiento (representadas en leyes principalmente) y se encuentran ligadas a la práctica; de esta manera, la teoría explica la realidad y se orienta hacia el conocimiento y la resolución de problemas” (García. 2012:14).

Esto quiere decir que las teorías de la comunicación son conceptos los cuales están basados en conocimientos y experiencias en este ámbito muy amplio, como lo son las ciencias de la comunicación. Se debe tener a consideración que las teorías mencionadas no son solo el fruto de una gran mente, sino el reflejo de una manera de expresarse, ser y pensar.

### **2.2.1. Teoría de la comunicación de masas**

A lo largo del tiempo se han sumado una gran cantidad de discursos que crean realidades dispares que se acaban concretando. La comunicación es un fenómeno el cual nos permite persuadir, informar, comunicar algo específico hacia la gente en general independientemente de su realidad o clase social, ya que todos pueden convertirse en oradores para llegar a la gente de manera global, independientemente de su etnia o clase social.

Martín Serrano indica que el concepto de “Ciencias de la comunicación es todo lo que tiene por objetivo el análisis de las interacciones en las que existen los actos expresivos”. Es por ello que se puede decir que las ciencias de la comunicación estudian casi o todos los procesos en el que se realice una socialización humana y que tiene por interés analizar y estudiar estas interacciones que realiza el ser humano. (Serrano. 2011: 32).

A lo que refiere el término de masa o masas, según el doctor en sociología Jordi Busquet, “es cuando se proyecta la idea de una vasta audiencia que comprende unos cuantos millares o, incluso, millones de personas. Sería muy difícil especificar una medida cuantitativa precisa a partir de la cual un hecho cultural fuera un acto masivo o por debajo de la cual dejara de serlo.” (Busquet. 2008: 157). Este concepto anidado al anterior, puede definir a la comunicación de masas como, la comunicación dirigida a un grupo muy grande y amplio a nivel global.

Según Julio César Ixcot, “El estudio de la comunicación de masas es en el cual se analizan todas las interacciones en el proceso de socialización humana, en el caso de la comunicación de masas es el estudio de procesos comunicativos entre uno y varios o varios a varios seres humanos.” (Ixcot Cojón. 2017: 28).

Por lo tanto, la comunicación de masas se diferencia de la comunicación normal al ser un grupo más amplio de personas interesadas en algún tema en específico. De esta forma, se entiende que la comunicación de masas se encarga del análisis de las expresiones entre los seres humanos, en un grupo bastante basto para poder así generar comunicación, interacción e historia.

También la teoría de la comunicación de masas, es la que se encarga de organizar y proporcionar un modelo que indique y cuestione cuál es la forma en la que se realizan los actos comunicativos, así como sus efectos en cuanto al tiempo y al espacio dentro de una sociedad. (Busquet. 2008: 159).

La teoría de la sociedad masas parte de un concepto simplista del comportamiento humano. Evidentemente, no todos los individuos son iguales, no comparten los mismos sentimientos y por supuesto que no responden de la misma manera ante un mismo mensaje mediático. Ya que se esta en una

sociedad compleja donde los individuos tienen roles muy diversos y preferencias culturales muy distintas.

“La gente está disponible para el comportamiento de masas, afirma Kornhauser cuando carece de adhesiones a objetos cercanos. Si las personas se hallan divorciadas de su comunidad y de su trabajo, están en condiciones para agruparse de modos nuevos. Además, los que no poseen relaciones variadas con sus semejantes son proclives a buscar otras nuevas, y a menudo remotas, fuentes de adhesión y fidelidad.” (Kornhauser. 1969: 58)

En otros términos, más entendibles las teorías de la comunicación generaran modelos de estudio sobre la comunicación de masas que a también se hacen cargo del estudio de los procesos interactivos de la sociedad. Hoy en día es difícil pensar en una vida sin el ordenador, sin la televisión o incluso lo más importante en la actualidad como lo es el celular. Es por eso que los medios de comunicación están jugando un papel importante dentro de esta situación inductiva y deductiva, ya que es gracias a su contenido e información que la sociedad funciona. (Serrano. 2011: 54).

### **2.2.2. Teoría del determinismo tecnológico**

La tecnología, por un lado, es la prueba de eficacia de la ciencia y, por otro lado, es la fuerza motriz de la economía industrial y por supuesto global. Es por ello que podemos decir que la tecnología hace posible la adaptación de la sociedad a los nuevos modos de vida impuestos por las formas de producción, formas de estudio, de comunicación, interacción, etc. La tecnología en la actualidad resuelve primero el problema de la producción rápida y eficaz, para dejar después el problema de la reestructuración de las formas de vida en la sociedad.

Es por ello que la tecnología se convierte en la gran protagonista de la vida social en las grandes ciudades de los siglos XIX y XX.

En el mundo actual, se considera que la tecnología es capaz, de incidir de manera directa y positiva en el desarrollo social y económico de un grupo o contexto social en particular. Esto es lo que los autores (Chandler. 1995: 39), (Daly. 2000: 285), (Lima. 2001: 200) y (Warschauer. 2003:36) conceptualizan como determinismo tecnológico.

Esta teoría ha sido uno de los marcos conceptuales más importantes en los estudios que relacionan la tecnología con la sociedad y por supuesto con las teorías de la comunicación. Para autores como McLuhan, de Kerckhove y Negroponte, el principio de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones -TIC- en casi cualquier proceso, es sinónimo de productividad y de progreso. Este concepto ha adquirido un valor simbólico tan importante, porque una de las expresiones en la actualidad que se enfoca con más luz al determinismo tecnológico, se le define como sociedad de la Información -SI-. (Pérez Salazar. 2006: 3)

Marshall McLuhan es el autor más popular entre los deterministas tecnológicos. Su frase especial "El medio es el mensaje" se ha hecho viral para explicar cómo cualquier forma de comunicación, en este caso la palabra, la imagen, el sonido, se ve distorsionada según las exigencias del medio a través del cual se transmite entre emisores y receptores.

El pensamiento de McLuhan "Es la base de todas las críticas sobre los efectos de la introducción de la tecnología en los procesos comunicativos, desde la televisión a los videojuegos. McLuhan dice simplemente que cualquier acto de comunicación es diferente según el canal sobre el que se organice, cosa que no es necesariamente negativa, se limita a señalar que las ventajas que nos

proporcionan algunos canales tecnológicos obligan a pagar algún tipo de peajes para vencer los límites del espacio y del tiempo.” (Sáez Casas. 2012: 12)

Según Aguado, “La tecnología contribuye de forma decisiva a modificar tanto la estructura económica y política de una sociedad como las condiciones del conocimiento y representación del mundo que caracterizan a esa misma sociedad” (Aguado. 2004:186).

El determinismo tecnológico se va expandiendo en los medios de comunicación, porque ya no basta con ser tradicionales para llegar a una buena cantidad de gente, la tecnología va avanzando porque es innovadora y logra llegar a informar y comunicar a una gran masa de personas a nivel mundial no solo local. La innovación que vinieron a dar las redes sociales con el avance tecnológico para que la información influya en la gente, como un sistema nuevo para generar opiniones acerca de diferentes temas de coyuntura y entretenimiento.

Los deterministas tecnológicos, consideran que la tecnología es la responsable de la aparición de nuevas formas de comunicación que dan auge a nuevas formas de relaciones sociales y culturales a través de varias plataformas.

Es por ello que en el mundo los medios de comunicación influyen en el comportamiento de una sociedad, cultura, etnia, etc. Porque con la introducción de las nuevas tecnologías se determinan tareas globales como la difusión e interacción, que ahora son más fáciles de conseguir gracias a la nueva era tecnológica permite influir en las emociones, personalidades, pensamientos y realidades a partir de la premisa de la era electrónica para conseguir fácilmente acceder al contenido que hay a través de la web.

La tecnología condiciona las formas de información y comunicación disponibles en un determinado entorno. Los autores afirman que la tecnología

condiciona los tipos de comunicación entre emisores y receptores. Sin las tecnologías, el fenómeno de la comunicación de masas nunca habría sido posible. Es por ello que los deterministas tecnológicos son aquellos que consideran que cada nueva tecnología da lugar a un nuevo tipo de comunicación. Los principales autores de esta corriente son Raymond Williams, Umberto Eco, Marshall McLuhan y Manuel Castells.

### **2.2.3. Modelo de Lasswell**

El modelo o teoría de Lasswell se publicó en el año 1948, con su artículo estructura y función de la comunicación de masas. En el artículo se logra observar la presencia de conceptos conductistas o behavioristas que dominaban en el ámbito científico de aquella época, estas pretenden explicar el comportamiento de las masas respondiendo ante varios estímulos.

Lasswell indica en su frase célebre, que dio lugar al primer modelo de la comunicación de masas que, “Una manera adecuada de describir un hecho de comunicación consiste en responder las preguntas ¿quién dice qué? ¿en qué canal? ¿a quién? y ¿con qué efectos?”. Aguado (2004:201)

El modelo de Lasswell a diferencia de otros modelos y teorías conserva los elementos esenciales de la comunicación como lo son el emisor, mensaje, canal, receptor y añade la cuestión clave desde el punto de vista de la propaganda: el efecto de la comunicación.

Aguado en su libro Introducción a las teorías de la comunicación e información comenta que Lasswell articula los diversos campos de investigación en comunicación de masas a partir del modelo. Para que los estudios sobre el control de las fuentes remitan al emisor, los análisis de los

contenidos del medio remitan al mensaje, los estudios sobre la naturaleza y restricciones del medio comunicativo remitan al canal, el análisis de las audiencias (frecuencias, perfiles, tendencias, etc.) remitan al receptor, y los estudios que analizan la respuesta del público (intención de voto, tendencias de consumo de medios, selección de contenidos, etc.) remitan a los efectos de la comunicación. Aguado (2004:202)

Aguado comparte las críticas al modelo de Lasswell las cuales se dividen en dos aspectos:

- a) La poca atención al entorno social de la comunicación
- b) La ausencia de retroalimentación.

La sencillez y claridad del modelo de Lasswell, junto con su funcionalidad, le ha valido para mantener la base en la que inician casi todas de las investigaciones en comunicación colectiva, es por esto que se puede decir que el modelo de Laswell es una teoria prácticamente descriptiva que tiene la finalidad de establecer los ámbitos de análisis en los actos comunicativos, ya que Lasswell genera un pensamiento intervencionista y manipulador de la comunicación, ya que el emisor detecta el poder y la capacidad de influencia y el receptor queda relegado a un papel pasivo.

### **2.3. Las Tecnologías de la Información y Comunicaciones -TIC-**

Según Consuelo Belloch las Tecnologías de la Información y Comunicaciones -TIC- “Son un grupo de tecnologías que dan entrada, producción, realización y comunicación de información en diferentes códigos como el texto, imagen, audio.”. La herramienta con mayor representacion de las TIC es principalmente el ordenador, específicamente, el Internet. Como dicen varios autores, el

Internet es un gran salto cualitativo, cambiando los modos de conocimiento y relacionarse del hombre. Belloch (1998:5).

Las TIC se despliegan a partir de los anticipos científicos en los ámbitos de la informática y las telecomunicaciones. Se puede decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación como lo indica Cabero “Ellas parten sobre tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones. Pero no solo parten de manera aislada, ya que lo más significativo es que parten de una forma interactiva e Inter conexionadas, lo que logra nuevas existencias comunicativas”. Cabero (1998:198)

Las TIC son las tecnologías que se requieren para la administración y transformación de la información, pero encima de todo el uso de computadoras y programas que permiten generar, cambiar, guardar, proteger y recuperar esa información. Los ordenadores o computadoras son fundamentales para la identificación, selección y registro de la información.

Según Sánchez, las TIC se pueden concebir como el universo de dos conjuntos, representados por las tradicionales Tecnologías de la Comunicación (TC), constituidas principalmente por la radio, la televisión y la telefonía convencional y por las Tecnologías de la Información (TI) caracterizadas por la digitalización de las tecnologías de registros de contenidos. Dicha concepción es significativa, porque no sólo incluye a las modernas tecnologías, sino también a los medios de comunicación social convencionales, la radio, la televisión y el sistema telefónico. En esta época se vuelve fundamental porque la sociedad moderna se caracteriza por el veloz despliegue y desarrollo de la tecnología, así como por la globalización de la información. Sánchez (2007:156)



Las TIC han producido un cambio espectacular en todas las Instituciones y el más revolucionario ha sido es Internet. El constante y creciente uso de Internet como instrumento de comunicación y difusión de la información ha propiciado que su tecnología se adopte a nivel empresarial, político, publicitario, etc. A través de la utilización de varias y distintas herramientas informáticas para su función y por la necesidad de gestionar bastantes cantidades de datos, también para comunicarse e interactuar efectivamente en el interior de las organizaciones, se originó la intranet. Belloch (1998:9).

Se puede mencionar que las intranets son una consecuencia de Internet, que se originan gracias a la necesidad de mejorar la productividad, reducir los costos y mantener los sistemas de información. Su practicidad ha permitido que la mayoría de usuarios la acepten como un canal para obtener información internamente en una empresa. Belloch (1998:34).

Las Tecnologías de la Información y Comunicaciones -TIC-, se pueden dividir por sus tipos o características, entre ellas están las TIC que regalan distintos servicios a los receptores o consumidores, los más importantes son el correo electrónico, los buscadores online, la banca en línea, el audio o música, la televisión o el cine, la publicidad y comercio dentro de la red, la educación virtual, los juegos de video y los servicios móviles. Entre muchos otros. Cabero (1998:200).

#### **2.4. El correo electrónico**

El correo electrónico o “e-mail” es la herramienta más antigua y más útil de Internet, ya que dentro de sus principales características permite enviar y recibir mensajes a cualquiera de los usuarios de Internet en todo el mundo. Los

mensajes consisten en la transferencia de información (texto, imágenes, Audio, etc.).

Esta útil herramienta del internet fue diseñada para que dos o más personas pudieran intercambiar mensajes utilizando computadoras o en la actualidad los celulares, porque antes de que el correo electrónico existiera, en la vida cotidiana se intercambiaban cartas utilizando el servicio postal. El primer software de correo electrónico permitía esa función básica.

Para poder acoger un correo electrónico, el usuario debe tener un buzón o bandeja de entrada, siendo el área donde se almacenan todos los mensajes recibidos, generalmente se guardan los mensajes que llegan hasta que los usuarios los leen. Al igual que en buzón postal, el del correo electrónico tiene una dirección particular, especial y única, que el remitente debe saber antes de mandar un mensaje. Vela Delfa (2006:315).

Según Ávila una persona en un ordenador teclea un mensaje que es enviado a través de la Red, a otra persona que utilizara otra computadora, después de realizar eso se inicia una nueva manera de comunicación combinando la velocidad del teléfono inteligente con la permanencia del correo tradicional. Dejando a un lado su practicidad y sencillez, las utilidades del correo electrónico son bastantes, desde mandar un mismo mensaje a tantas personas como queramos, sin importar que vivan en los lugares más alejados del planeta, en cuestión de segundos, con la posibilidad de añadir al mensaje archivos de imágenes, audios o documentos. Ávila (2017:3)

Para enviar un mensaje a través de Internet por medio del correo electrónico, el remitente debe ejecutar una aplicación específica en su computadora o celular, que le permite redactar el mensaje, dar la dirección del destinatario y las características. Después de finalizar con el mensaje, el email o correo

electrónico se manda por medio de un ordenador que esta conectado a una red a través del internet, al buzón del destinatario. En el correo electrónico cuando llega un mensaje, se informa al receptor, por medio de un mensaje, o por un tono específico. Vela Delfa (2006:315)

Al iniciar una aplicación de correo electrónico, la mayoría de plataformas avisa si hay mensajes no leídos, con una línea indicando cada mensaje sin leer con una pequeña descripción, como lo es el remitente, la hora la cual llego el mensaje, el tamaño que pesa el correo, entre otras descripciones. En este espacio se decide qué realizar con los mensajes recibidos, al igual que cuando se recibía una carta. En la actualidad hay varias aplicaciones que se encuentran en el navegador que son utilizadas con este fin. Las principales páginas web que se dedican especialmente a lo que es el correo electrónico son: Outlook, Gmail, Yahoo!, etc.

La estructura de un mensaje en un correo electrónico incluye diferentes campos como lo son el destinatario, pudiendo ser varios al mismo instante para recibir un mensaje, el remitente que es el quien escribe el mensaje, el asunto que es el título o referencia del mensaje. A demás se pueden adjuntar archivos casi de cualquier tipo que no sean de un tamaño muy grande, entre los archivos que se pueden adjuntar son textos, imágenes, audios, vídeos. Una capacidad del correo electrónico es la confianza, porque si un mensaje no llega a su destino es devuelto al remitente. Vela Delfa (2006:330)

Según Vela Delfa (2006:102) Las principales virtudes que ofrece el correo electrónico son:

- No interrumpe cuando se está trabajando. Por ejemplo, una llamada por medio del teléfono puede llegar a distraer e interrumpir el trabajo, en cambio los

mensajes recibidos del email pueden esperar hasta que los usuarios se metan a la respectiva página para verlos.

- Es asíncrono, no necesita una interacción en vivo o en simultaneo del emisor y receptor.
- La información se puede volver a ver y buscar. Los mensajes enviados o recibidos en el correo electrónico pueden ser almacenados, guardados o reprocesados para ser consultados en cualquier otra ocasión o el poder de reenviar esos documentos.
- Es económico, El costo de una llamada local o a cualquier parte del mundo puede ser de un costo bastante grande, en cambio en el correo electrónico se pueden enviar bastantes mensajes en poco tiempo con solo tener conectividad a la red.
- Concede el permiso de mandar cualquier tipo de contenido o información adjunta, por ejemplo, se pueden archivar textos, imágenes, audios o videos.
- Es inmediato, El correo electrónico a diferencia de un mensaje convencional escrito y enviado por correo normal que puede tardar bastantes días para llegar a su destinatario, en cambio uno enviado por correo electrónico es inmediato y no tardara más que unos segundos.

## **2.5. Las redes sociales**

En la actualidad el concepto de las redes sociales genera un gran interés, debido a su constante actualización, así como el constante incremento de nuevos usuarios que se integran a la comunidad virtual que rebasa fronteras físicas para poder lograr una comunicación prácticamente en cualquier lugar del planeta.

Hace algunos años las páginas web, los blogs, los espacios de intercambio de archivos multimedia como el correo electrónico, entre otras herramientas de la comunicación digital estaban expandiéndose, popularizándose y quedándose entre la comunidad de profesionales, alumnos, personas. El porcentaje de usuarios de Internet era muy minoritario, realmente casi nadie tenía acceso a estas plataformas.

Pero hoy en día casi todas las personas, tienen un perfil en las redes sociales sea cual sea, pero la más grande en el mundo lo es la plataforma Facebook, que cuenta con billones de usuarios, que utilizan esta red social para comunicarse e informarse, algo que hace algunos años atrás era impensable, por lo caro y la poca accesibilidad que se podía tener al internet o a una computadora.

Las redes sociales de acuerdo a Boyd y Ellison (2007) citado por Campoverde y Toledo (2014:16) son “una prestación que concede a la gente generar un perfil semipúblico o público dentro de un sistema organizado y delimitado, con una lista de otras personas con las que se comparten una conexión. El contexto y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro”.

Flores, Morán y Rodríguez (2013) citado por Campoverde y Toledo (2014:17) dicen que las redes sociales son “una estructura concebida para el intercambio de mensajes de la sociedad a través del área tecnológica. No se trata nada más de las que llaman redes sociales juveniles como lo son Facebook, Instagram, Twitter y otras, sino que también son las otras donde se comparten las situaciones financieras, deportivas, información, comunicación, datos, etc.”.

Las redes sociales conceden el seguimiento de lo que realizan cualquiera de los usuarios y contactos conectados o agregados entre si que pueden tener relación entre ellos por distintos motivos. Estas herramientas son una estructura de la sociedad que se pueden identificar por diversos gustos y relaciones, como

intercambios de datos, de información, de amistad, entre muchos otros temas. Las redes sociales también son el canal de interacción de varia gente, ya que también cuentan con entretenimiento como lo son los juegos en línea, foros, etc. Estos sitios conceden a las personas darles seguimiento a sus relaciones interpersonales, así como crear otras nuevas amistades.

Varios autores destacan las características de las redes sociales. Como Campos (2013) citado por Campoverde y Toledo (2014:17) que refiere que una de las principales características es la definición de comunidad, ya que a través del origen de una comunicación en redes los usuarios logran una interacción y aportan conocimiento.

Las redes sociales se han convertido en herramientas de interacción social entre los jóvenes y adultos, que crean un perfil para relacionarse, comunicarse o simplemente interactuar con las demás personas que a veces no sé conocen. La descripción de información pública, muchos casos entre los adolescentes pueden crearles problemas sobre aspectos sociales, emotivos y afectivos.

Las redes sociales también tienen riesgos desde publicar toda la información personal, existen muchas personas que admiten a desconocidos como amigos y revelan contenido real acerca de su vida. También, aunque no deberían de tener un perfil en Facebook hasta los 13 años, la mayoría cuenta con uno independientemente de su edad. García Manzano (2007:62)

Según Campoverde y Toledo El fenómeno de las redes sociales o comunidades virtuales está creciendo todos los días de forma paralela al desarrollo de nuestro país y educación. Podemos identificar las redes de propósito general o de masas, como por ejemplo, Facebook, WhatsApp, Twitter o redes abiertas para compartir archivos sean en formato videoclip, presentación, fotografías, por ejemplo, YouTube, Instagram, Snapchat. En fin el internet es un lugar muy

amplio en donde podemos encontrar todo tipo de informaciones que nos ayudan al día a día, para informarnos, comunicarnos o entretenernos. Campoverde y Toledo (2014:22)

Las redes sociales logran una interacción entre los miembros de la comunidad digital. Lo que quiere decir que la gente que integra una comunidad, aunque sea pequeña deben aportar información, estados, comentarios, archivos, imágenes, videos que la gente vea y se interese por ellos dentro de la red. Si la participación o comunicación no funciona, la red se vuelve intolerable y terminara desapareciendo.

García Manzano (2007:53) señala que “La filosofía de las redes sociales se basa en el principio de comunidad abierta y no jerarquizada, que vincula a los usuarios mediante un tema o actividad común y una plataforma web (software social) que permite a los usuarios operar de manera sencilla e intuitiva en lo que se conoce como ‘ámbito de las 3Cs’: contenido, construcción y colaboración”.

### **2.5.1. Tipos de redes sociales**

Oliva (2012:4) define como criterio fundamental para dividir las redes sociales, su objetivo, las cuales pone en contexto: a) Redes sociales personales, como Facebook, Twitter o Instagram. b) Redes sociales de tipo Profesionales, como LinkedIn, YouTube o twitch. c) Redes sociales Temáticas dentro de las cuales están cuantatuviaje.net o blogs. d) Redes sociales de Escala local, como Tuenti, claro club o xiaonei.

Por su parte Flores, Moran y Rodríguez (2009) Citado por Pavón (2015:17) mantienen una división diferente, en donde se basan en el público objetivo y el sujeto prioritario, organizando entonces las redes sociales en base a: a) en su

público y objetivo: entre ellas se encuentran las redes sociales horizontales que se basan en una temática definida por ejemplo, las redes sociales dirigidas a casi todo tipo de público como Instagram, Facebook o Twitter y también están las redes sociales verticales que se basan en una temática y están dirigidas a un grupo específico con esos gustos en estas redes sociales se pueden encontrar temas como la música, o el ocio, y las aplicaciones que destacan en estas redes son LinkedIn, Xiang, Wipley, o Spotify. b) El sujeto fundamental de la relación: aquí sobresalen las redes dirigidas a fomentar las relaciones entre la sociedad y la gente, en estas redes donde los perfiles se unen a través de contenidos publicados.

Por otra parte, Ureña, Ferrari, Blanco y Valdecasa (2011) Citado por Pavón (2015:17) generan una clasificación más corta y rigurosa acerca de las redes sociales, estableciendo, Las redes Directas: siendo estas el tipo de redes en las que la gente interactúa entre sí, compartiendo sus intereses y gustos que tienen en común como un usuario conectado a ellos, observando el contenido que comparten con el resto de la comunidad, este tipo de redes a su vez se dividen en:

Según su finalidad, su modo de funcionamiento, su nivel de integración, su nivel de Ocio, su uso profesional, de contenidos, basada en perfiles, públicas, privadas, verticales, horizontales.

Las redes indirectas: estas redes cuyos usuarios no cuentan con un perfil que pueda ser visible hacia los demás, porque la información es controlada y mandada a una sola persona o un grupo de personas que manejan los temas o debates en referencia sobre un tema específico, algunos ejemplos de este tipo de redes son los Blogs y los Foros.



### **2.5.2. La red social Facebook**

En el ciberespacio, por medio de la herramienta del internet encontramos un espacio que es utilizado por la mayoría de seres humanos vivos en este planeta, y estamos hablando de una red social muy poderosa que sigue creciendo, la primera red social que el mundo hizo suya, se trata de Facebook, esta red social de comunicación masiva, ha venido a opacar grandes medios de comunicación y medios masivos de comunicación, como radio, prensa y televisión.

La red social Facebook es un sitio web o comunidad virtual sin costo alguno, se inició como una referencia en línea de los "facebook" de las universidades americanas. Los "facebook" son boletines, o mensajes que se entregan a cada uno de los estudiantes en las universidades de Estados Unidos al comienzo del año académico, estos boletines contienen fotografías y los nombres de todos los estudiantes, los "facebook" tienen como plan ayudar a que los estudiantes se vayan conociendo mutuamente, para generar un ambiente más armónico. Facebook consiguió llevar esta premisa hacia el Internet, de primero fue para los estudiantes estadounidenses, para luego abrió sus puertas a cualquier persona o sociedad mundial que cuenta con una cuenta de correo electrónico. Mejía (2012:18)

En los tiempos actuales, Facebook se identifica como el portal más representativo y utilizado en cada rincón del mundo. En la red social Facebook, se pueden subir imágenes, videos, memes o simplemente crear grupos para una mejor comunicación en conjunto, también se pueden utilizar sus varias aplicaciones, que pueden ser de ocio, entretenimiento o también de información, entre otros aspectos que hacen de esta plataforma, la más increíble y exitosa hoy por hoy a nivel mundial.

Cuando esta red social dio inicio era de uso exclusivo para los estudiantes universitarios norteamericanos, pero en el año 2006 específicamente en el mes de setiembre, amplió sus fronteras concediendo a cualquier persona permitir el acceso simplemente con tener un correo electrónico para acceder a dicho portal. Su crecimiento fue tan basto que en el 2009 ya contaba con 150 millones de usuarios. En marzo, 175 millones de usuarios, y en abril superó los 200 millones de usuarios registrados. Bartolomé (2008:14)

Puede ser porque es gratis, breve y eficaz, hoy en día son pocas las personas que no poseen un perfil en esta red social, con los avances tecnológicos lo que antes era impensable o imposible ahora es una realidad, la mayoría de teléfonos sino es que todos ahora cuentan con acceso al internet, lo que les deja crear un perfil en la red social Facebook.

Pero que es Facebook, de una manera más explícita, Facebook es una red social cibernética creada por Mark Zuckerberg, estudiante de Harvard, en febrero del 2004, en un inicio fue utilizada para la comunicación entre alumnos dentro de la Universidad y dos años después comenzó a expandirse al público en general siendo ahora la red social más visitada a nivel mundial permitiendo desarrollos externos e incrementar aplicaciones, estableciendo un modelo que ha sido adoptado por la mayoría de otras redes.

Esta gran red social de la que todo el mundo habla por su eficacia a la hora de intercambiar mensajes, información, contenido, datos, multimedia. Ha conseguido llegar a casi todos en el planeta siempre y cuando tengan internet. Facebook no solo se limita a la difusión de videos, fotografías, memes, etc., sino que también contiene aplicaciones de ocio o entretenimiento como lo son los juegos, noticias de diferentes medios de comunicación que tienen una página en esta red, noticias deportivas o cualquiera de las diferentes paginas para estar

al tanto de cualquier tema de interés individual. Sin duda esta red social está pautando un antes y un después en el mundo social.

El uso de Facebook al principio no era más que interactuar o comunicarse con las personas cercanas, o simplemente agregar gente de otros países para conocerla más, pero hoy en día Facebook, se utiliza para casi todo. Con las nuevas opciones y actualizaciones de Facebook, se ha convertido en un medio masivo de información e interacción, desde la creación de grupos o páginas de trabajo, informes o noticias deportivas de una federación en específico o nada más para mantener contacto con los seguidores de algún tema en concreto, no olvidemos que al ser gratis la suscripción, toda la gente tiene acceso, por eso es que también se utiliza como una herramienta de ventas o de publicidad.

Al ser gratuita se convierte en la plataforma perfecta para filtrar información, mostrar noticias, ofrecer productos, entre muchas funciones más, sin duda el internet y las redes sociales vinieron a cambiar el pasado, solo podemos agradecer a los creadores de poder abrir nuestras mentes hacia mucha información de la manera más rápida posible, sin tener que movernos de nuestras casas.

### **2.5.3. La red social Twitter**

Según Carlson (2011) citado por Morales (2017:36) Twitter nació en el año 2006 gracias a un grupo de jóvenes estadounidenses originarios de San Francisco. Todos estaban buscando una nueva plataforma en la que pudieran revolucionar el mundo. Aunque el concepto fue producto de varios, se le atribuye a Jack Dorsey como el impulsor de la idea, en la que se podrían usar mensaje de texto para decirle a un grupo de personas qué se estaba haciendo.

Después de haber avanzado con el proyecto, se probaron distintos nombres. El primer nombre que se le dio durante un tiempo fue “Status” (Stat.us), también utilizaron la idea de twitch (tic) haciendo referencia del tipo de vibraciones de los teléfonos, pero se al final quedaron con el nombre Twitter. Nombre del cual Dorsey comento que era perfecto, y el concepto de la app era una corta ráfaga de información intrascendente, el pio de un pájaro, que en inglés es twitt.

Twitter es otra red social diferente a lo que es Facebook ya que ofrece una manera innovadora de estar al tanto no solo con amigos y familiares, sino que con todo el mundo. En esta red social es muy común encontrar personas con muchos seguidores, ya que la expansión de contactos va en aumento, debido a la facilidad de encontrar y seguir personas con gustos similares o con ganas de tener más seguidores.

De acuerdo con Polo (2009) citado por Morales (2017:29) dice que la red social Twitter no es más que una aplicación en la web que concede a los usuarios de esta, escribir textos de hasta 140 caracteres, que pueden ser vistos por cualquier usuario que tenga acceso a la página y en algunas ocasiones que esté conectado con el usuario que publico el mensaje. Cada persona puede decidir leer las publicaciones en la página principal, pueden ser los textos de otra persona que ha escrito recientemente y sea un contacto al cual se sigue.

De esta forma un usuario puede decidir seguir a diferentes usuarios, al recibir los textos que escriben sin tener que acceder a la página de cada uno de ellos. Cada usuario puede tener una lista de personas a las que sigue y los seguidores que están pendientes de sus 140 caracteres publicados. Con reiteración se podrá observar usuarios que publican textos, instituciones o empresas haciendo publicidad o informando de nuevas promociones, artistas divulgando donde serán sus próximos conciertos o presentaciones.

La red social Twitter puede permitir que la cuenta sea pública o también privada, en esta última opción permite que solo los usuarios a quien se acepta puedan ver el contenido del usuario, puede ser la opción más atractiva para el usuario que necesita el sistema solo para comunicarse con un grupo privado de gente y sin tener el interés de recibir lectores desconocidos. Últimamente las cuentas que más han predominado son las privadas ya que se logra una comunicación más monitoreada y controlada de los usuarios que de verdad interesan, sobre todo de manera interna en empresas o familias que quieran compartir mensajes, fotos o vídeos que no sean de interés público. Cualquier individuo que cree una cuenta privada en Twitter tendrá que aceptar a las solicitudes de personas que quieran seguirlo y formar parte de sus seguidores.

En Twitter es común encontrar una basta y amplia cantidad de personas conocidas y de diferentes países, ya que es muy sencillo suscribirse para crear el perfil y empezar a escribir textos, cualquier tipo de texto que contenga 140 caracteres. conocer su uso en su totalidad puede tomar un poco más de tiempo que otras aplicaciones y redes sociales que son más prácticas.

En esta aplicación digital cualquier individuo sin importar su sexo, raza, condición social o profesión, puede registrarse y formar parte de ella, tampoco existe censura. Según un estudio realizado por José Contreras, el cual lleva por nombre “Estudio de Redes Sociales en Centroamérica y el Caribe Ilifebelt 2016” Morales (2017:30.) han enseñado que los jóvenes conforman la mayor parte de la sociedad suscrita a este sitio, entre las edades de 20 a 28 años. En Guatemala, el 92% de usuarios prefieren utilizar su móvil para conectarse a redes sociales antes que estar activos en su PC.

Este mismo estudio se menciona que Twitter ha bajado un poco de participación en los últimos años con la llegada y el crecimiento de otras aplicaciones o redes

sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp, sin embargo, aún se mantiene muy activo en el mundo digital, ya que no ha salido al mercado ninguna red social que se le parezca o que pueda sustituirlo.

Cueto, Morán y Rodríguez (2009) citado por Morales (2017:32) explican que una de las ventajas que tiene esta red, es lograr compartir diferentes enlaces sobre gustos en común o particulares, sin necesidad de utilizar otro medio como el e-mail u otra red social, así pues, como en la mayoría de redes sociales en la actualidad se puede compartir comentarios, pensamientos, ideologías, etc. Otra de las características que llaman la atención del público en general, es que se pueden enviar mensajes a figuras públicas.

Twitter abrió sus puertas y se hizo público en el 2007, pasando de 20,000 tweets al día a 60,000. La red social rápidamente comenzó a ganar seguidores y en abril de 2007 logró obtener el premio South by Southwest Award en la categoría de blog. Con el paso de los años Twitter se ha convertido en una muy buena idea de negocio, que muchas empresas han sabido aprovechar, pues es un excelente medio de promoción y difusión, según comenta Carlson (2011) citado por Morales (2017:37)

#### **2.5.4. La red social Instagram**

Torres (2017:11) indica que “Instagram tiene como propósito el intercambio e interacción de imágenes y videos de poca duración entre los usuarios conectados. Instagram se autodefine como una manera rápida y original de compartir tu historia a lo largo de tu vida con amigos a través de imágenes o videos”. Instagram se lanzó al mundo el 6 de octubre del 2010, con más de 12 millones de personas registradas en su primer año de lanzamiento. En el 2012, esta aplicación ya contaba con 30 millones de usuarios registrados, en la

actualidad esta red pertenece al grupo Facebook, que logro su adquisición el 9 de abril en 1 billón de dólares en esa época.

Rubira (2013) citado por Morales (2017:39) dice que Instagram es una aplicación gratuita para todo tipo de sistemas operativos que permite tomar y publicar fotografías, pudiendo modificarlas al gusto de cada usuario. Esta aplicación es más del consumo juvenil y se ha vuelto muy popular entre los jóvenes, ya que muchos adultos aún no le han encontrado el sentido a esta aplicación.

De igual forma los artistas famosos también son parte de esta red y muchos de ellos cuentan con una gran cantidad de seguidores y los usuarios se sienten parte de la vida de sus artistas favoritos, ya que todos los que poseen esta aplicación, publican vídeos cortos o fotografías de lo que acontece en su día a día, así como historias.

El perfil de los usuarios puede ser público o privado, es el dueño de la cuenta el que decide y otorga el acceso a otros contactos. García (2014) citado por Morales (2017:40) menciona que el nombre de esta red social surge cuando los fundadores, Kevin Systrom y Mike Krieger, eran pequeños, porque solían jugar con cámaras y siempre les gustó todo lo relacionado con la fotografía y en aquel entonces a las cámaras se les conocía como instantáneas.

En la actualidad, Instagram mantiene más 400 millones de usuarios, mostrando una gran afluencia desde su adquisición, con el 73% de sus usuarios personas en el rango de los 15 a 35 años, lo que quiere decir que los usuarios de Instagram son principalmente adultos jóvenes. Torres (2017:13)

### **2.5.5. La red social WhatsApp**

La plataforma de mensajería instantánea WhatsApp que también es llamada red social porque puede ser utilizada en diferentes sistemas operativos principalmente en teléfonos inteligentes, desarrollado y fundado en la empresa Silicon Valley, su nombre se deriva del juego de palabras en inglés What's Up (¿Qué pasa?). Indica en su tesis Ixcot (2017:37)

Según Googleizados el primer teléfono inteligente Android fue lanzado en el año 2008 y su nombre fue el de HTC Dream. En dicha época las aplicaciones para teléfonos celulares Android eran casi inexistentes ya que en su mayoría no contaba con un teléfono inteligente y solo se contaba con un ordenador, momento indicado para el origen de la aplicación WhatsApp. Los creadores de WhatsApp son los norteamericanos Brian Acton y Jan Korum ex trabajadores de Yahoo! quienes para crear una aplicación para los nuevos sistemas operativos de teléfonos inteligentes.

En 2009 lanzaron WhatsApp para el sistema operativo IOS en iPhone. Googleizados (2015) citado por Ixcot (2017:38) en esa época las aplicaciones para teléfonos inteligentes estaba en auge, los primeros resultados no eran lo que esperaban los fundadores que estuvieron a punto de rendirse y renunciar a la empresa, sin embargo Jan Korum de manera curiosa colocó a la red social una nueva opción en la cual los usuarios que tenían WhatsApp podían ver si una persona se encontraba en línea, las actualizaciones del estado en donde se permite colocar frases u oraciones para que lo miren las personas y el doble check azul para saber si un mensaje ha sido leído, estas nuevas funciones le dieron todo el éxito a la aplicación logrando 250,000 usuarios en una semana.

Esta red social es también de las más utilizadas a nivel mundial como Facebook, ya que permite enviar y recibir mensajes sin pagar teniendo un celular



conectado a internet, permitiendo además crear grupos y poder intercambiar imágenes, videos, mensajes de audios y documentos.

Esta aplicación fue programada y estrenada en enero de 2009 por Jan Koum, debido a su rotundo éxito, actualmente consta con más 650 millones de usuarios en todo el mundo, luego en el año 2014 Instagram fue adquirida por la empresa Facebook. Celaya Marta, Chacón Ane, Chacón Aiona, Urrutia Elisa (2015) citado por Ixcot (2017:38)

Existen bastantes aplicaciones de mensajería instantánea, pero el éxito de WhatsApp se basa en utilizar el número de teléfono personal, siendo esto mucho más práctico para la persona promedio conectarse con diferentes personas dentro y fuera del país, con solo tener un número de teléfono.

## **2.6. Facebook como medio de comunicación, información y divulgación**

Durante los últimos años se han originado diversas plataformas de redes sociales que han logrado un alto grado de popularidad, pero en la actualidad ninguna aplicación ha podido quitarle el título a Facebook. Con 2.700 millones de usuarios la aplicación creada por Mark Zuckerberg se mantiene en el primer lugar. Facebook permite compartir muchos archivos multimedia como lo son textos, fotos y videos, así como una de las herramientas más utilizadas que son las transmisiones en vivo. Además, de ser una de las plataformas más cotizadas para generar publicidad, por sus herramientas de geolocalización y segmentación.

Entre todas las redes sociales disponibles, Facebook es la más popular, de acuerdo con datos del Global Web Index 2016 y Digital in 2017, Facebook es

la red social con la mayor cantidad de usuarios activos a nivel global según Kemp (2017) citado por Zeler (2017:27)

Esta red social ha alcanzado más de 2.000 millones de usuarios activos mensualmente en todo el mundo, de acuerdo a los datos proporcionados por la propia compañía Facebook. Además, también es la red social de mayor crecimiento entre 2014 y 2015 en la región de América Latina según un estudio realizado por la consultora ComScore, Fosk (2015) citado por Zeler (2017:22)

Entre las oportunidades que ofrece Facebook a las organizaciones, se encuentra la posibilidad de crear páginas de fans (fanpages). Estos son perfiles públicos que permiten a las organizaciones, marcas, figuras públicas y artistas crear y mantener una presencia en la red social y conectar con la comunidad.

Las fanpages permiten a las organizaciones, federaciones, empresas, instituciones, etc. Tener una identidad pública propia en Facebook a través de la cual pueden compartir contenidos relacionados con la propia organización y la actividad a la que se dedica, desde anuncios, chistes, publicaciones, difusión de datos deportivos, etc.

El propio Facebook afirma que el hecho de seguir a una fanpage les brinda a los usuarios la posibilidad de acceder a las actualizaciones y las publicaciones de esa fanpage, como así también compartir con otros usuarios y/o realizar comentarios sobre esas publicaciones, aumentando la exposición y el alcance de la página de Facebook.

Las organizaciones encuentran en Facebook una herramienta de visibilidad, participación, interacción y escucha activa. Además de crear perfiles institucionales/corporativos, las organizaciones pueden aprovechar también las posibilidades que les ofrece Facebook para crear perfiles relacionados con las

unidades específicas de la organización como el área comercial, como por ejemplo de marcas, productos o servicios.

Gracias a su cantidad de características Facebook ofrece a las organizaciones nuevas posibilidades de establecer relaciones fluidas y equilibradas con los públicos a través del intercambio de información. Estudios previos confirman que se están utilizando las redes sociales para diferentes fines organizacionales como la promoción, publicidad, comunicación e información de acuerdo con S. Kim, Kim, y Hoon Sung (2014) citado por Zeler (2017:34)

Diferentes autores coinciden que la red social líder Facebook se está incorporando cada vez más a los medios de Comunicación y sobre todo las relaciones públicas de las empresas, instituciones y federaciones con sus diferentes áreas organizativas, para difundir contenidos, datos, informaciones a la vez que se interactúa.

Gracias a Facebook se puede informar y divulgar datos acerca de temas específicos de forma gratuita, eficaz y rápida. Ya que Facebook es una aplicación global, hasta la más mínima información puede parar en cualquier lugar del mundo, esta red social ha venido facilitar la vida de muchos, entre ellos hay varios o casi todos los medios de comunicación. Facebook vino a hacer transparente la divulgación de información política, entretenimiento, deportiva, etc.

Otros autores como Losada Díaz y Capriotti (2015) citados por Zeler (2017:35) agregan que la presencia en las redes sociales como parte de la estrategia de comunicación de las organizaciones es incuestionable en la actualidad, eso quiere decir que siendo Facebook un medio de comunicación masivo, se puede lograr realizar una comunicación inmediata con miles de seguidores al mismo

tiempo. Lo que hace que Facebook sea un medio de comunicación inmediato, dinámico y eficaz en cualquier momento y lugar.

Las organizaciones no comerciales reconocen de manera significativa la necesidad de estar presentes en Facebook a través de la creación de perfiles institucionales. Waters, Burnett, Lamm, y Lucas (2009) citados por Zeler (2017:35) muestran que la mayoría de las ONGs analizadas proporcionan descripción de la organización en Facebook, así como también enlace a sus sitios web y utilizan el logotipo institucional. El reconocimiento que están dando las organizaciones a Facebook para vincularse con los públicos de forma colaborativa está logrando que las empresas obtengan mayor autenticidad, confiabilidad y compromiso.

A través de Facebook se pueden difundir mensajes, compartir historias y conversar, sin embargo, como indican algunos autores Losada Díaz y Capriotti (2015) citados por Zeler (2017:38) el hecho de que las organizaciones creen páginas o perfiles en la plataforma de Facebook no genera mucha participación. Para que esto se lleve a cabo, se necesita un conocimiento amplio y estudiado de las redes sociales como una herramienta para establecer y sobre todo mantener interacciones con el público a través de la participación activa y continua en la red social.

Así pues, podemos ver que Facebook es un medio de comunicación masivo para la estrategia actual de comunicación de una organización. Las organizaciones deben evaluar la posibilidad de estar presentes, ya que las redes sociales permiten reforzar los vínculos y las relaciones de confianza entre las organizaciones y sus públicos, a través del intercambio de experiencias, emociones y sentimientos. Rodríguez Fernández (2012) citado por Zeler (2017:36)

Con base a ello, surge un primer objetivo específico de esta investigación: Describir cómo utiliza la Federación Nacional de Ajedrez la red social Facebook para la transmisión y difusión de resultados de torneos.

## **2.7. El Ajedrez**

El deporte del ajedrez inicio en Europa durante el siglo XV, surgió como la evolución del juego persa “shatranj”, que surgió gracias al más antiguo chaturanga, que era practicado en la India durante el siglo VI. En el siglo XVI empezó la tradición de crear y organizar torneos de ajedrez. Y así pues en 1886 se organizó la primera competencia oficial del deporte del ajedrez. Luego de ver que el ajedrez no era más que un juego, sino que también se necesitaba el uso de la mente y cuerpo para competir al más alto nivel, el Comité Olímpico Internacional declaro al ajedrez como un deporte, y también se creó la FIDE - Federación Internacional de Ajedrez-, federación que regula las competiciones internacionales. El ajedrez es un deporte sumamente individual, aunque se pueden realizar torneos por equipos, los jugadores normalmente juegan de manera individual en diferentes torneos, con diferentes métodos o tiempo dependiendo él torneo. Sánchez Roldan (2014:4)

El ajedrez es un juego entre dos personas, cada una dispone de 16 piezas móviles (8 peones, 2 Caballos, 2 Alfiles, 2 torres, una dama, y la pieza más importante el rey). Estas se colocan sobre un tablero dividido en 64 casillas, negras y blancas. Cada bando o jugador se diferencia por el color de sus piezas, el que mueve de primero es de color blanco y el que mueve de segundo tiene las piezas de color negro, aunque los colores pueden variar según los juegos que se posean.

Se requieren dos Jugadores de edades mayores de 5 años, el tiempo puede variar según la modalidad del torneo hay partidas de un minuto, 5 minutos o hasta de 60 minutos y Torneos desde 1 hora hasta 7 horas. la complejidad del ajedrez pasa por aprender las reglas y hacer buen uso de la estrategia, ya que desarrolla habilidades como la táctica, estrategia, lógica. Sánchez Roldan (2014:6)

Este deporte no solo es un juego que puede dar horas, días de entretenimiento y diversión cuando se juega de forma amateur o profesional, igualmente es una actividad para ayudar al cerebro y a la mente a desarrollarse, incluso a mejorar la salud de nuestro cerebro a largo plazo. El deporte del ajedrez exige una gran y mayor concentración a la hora de jugarse o pensar en alguna jugada, es por ello que nuestro cerebro se ve sometido a una gran actividad mental que causa un gran cansancio no solo mental sino físico, es como si pusiéramos a nuestro cerebro a hacer ejercicio, logrando mantenerlo en plena forma.

De acuerdo con Blanco (1998:21) “EL ajedrez no es solo un juego también es un deporte que utiliza y logra generar muchos aspectos como la lógica, calculo, elaboración, propuesta, resolución de problemas, toma de decisiones, generación de pensamiento crítico y creativo”.

El juego del ajedrez, sera siempre ese maravilloso deporte que desarrolla el razonamiento, la capacidad de reflexión y la habilidad de prever movimientos teniendo en cuenta las posibles reacciones del contrincante. En el campo de batalla en este caso el tablero se juntan niños, jovenes, adultos, ancianos alejándose de la realidad y enfocándose en la reflexión y creatividad.

Para Blanco (1998:25) “uno de los aspectos más interesantes del ajedrez es su gran variedad de emociones. El juego del ajedrez puede ser definido desde cinco visiones diferentes y complementarios: actividad lúdica, disciplina, lógica matemática, manifestación artística y como herramienta pedagógica”.

El ajedrez no es simplemente un pasatiempo o un juego de mesa como se le menciona en muchas ocasiones, también se le reconoce como el juego máximo, porque es más que una herramienta para el aprendizaje y desarrollo del. Los beneficios de jugar a este deporte son numerosos. Múltiples estudios nos muestran que se desarrolla, el aumento en el rendimiento de la lectura y las matemáticas, también consigue un impacto positivo en la motivación y logros, el mejoramiento en la destreza del razonamiento crítico, aumenta la creatividad, se logra obtener confianza en sí mismo y además mejora el pensamiento racional, crítico y la paciencia. Recuperado de [http://www.ajedrezfenag.com/images/fenag/informacion\\_publica/6/2018/MANUAL\\_DE\\_NORMAS\\_Y\\_PROCEDIMIENTOS\\_ADMINISTRATIVOS\\_2018\\_V2.pdf](http://www.ajedrezfenag.com/images/fenag/informacion_publica/6/2018/MANUAL_DE_NORMAS_Y_PROCEDIMIENTOS_ADMINISTRATIVOS_2018_V2.pdf).

En la tesis de Rojas (2017:67) comenta que “El deporte del ajedrez incentiva el pensamiento y es lo apropiado para un adecuado desarrollo en el niño, permitiendo al niño realizar mayor tiempo de concentración y mejorar rendimiento en los esfuerzos intelectuales.”

Este interesante juego explota las diferentes maneras del desarrollo integral de las personas a temprana edad. Su aplicación ha implementado nuevas herramientas para motivar a los seguidores que quieren aprender, así como clarificar los conceptos e integrar los diferentes procesos de capacidad.

## **2.8. La Federación Nacional de Ajedrez**

En el año de 1946, a iniciativa de Guatemala, se instituyó el “I Campeonato de Ajedrez por Equipos”, el que se jugó en la Ciudad de Guatemala, con participación de 4 países; El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Guatemala. Este evento, fue ganado por Nicaragua. Este quedó establecido como un

acontecimiento anual y en el mismo participaron más adelante Honduras y luego Panamá. Recuperado de <https://cdag.com.gt/deportes/federaciones/federacion-nacional-de-ajedrez-de-guatemala/>

Algunos años más tarde este Campeonato, se transformó en Centroamericano y del Caribe, participando varios equipos de las islas del Mar Caribe, entre ellos; Cuba, Santo Domingo, Islas Vírgenes Americanas, Puerto Rico, Trinidad y Tobago, Antillas Holandesas y se incluyeron también los dos países de América del Sur bañados por el Mar Caribe, Venezuela y Colombia.

En el año 1966 Guatemala abrió su primer centro ajedrecista convirtiéndose en la Federación Nacional de Ajedrez de Guatemala -FENAG- para luego afiliarse a la FIDE -Federación Internacional de Ajedrez-. Desde entonces Guatemala ha participado en variedad de eventos internacionales que la FIDE organiza.

El desarrollo Deportivo de la Federación de Ajedrez, ha ido evolucionando y como uno de los grandes logros, en el año de 1987 nuestro representante Maestro Nacional Carlos Armando J. Flores, obtuvo el título de Maestro Internacional en la Habana, Cuba. En el año de 1988, El Maestro FIDE Carlos Antonio Reyes Nájera, obtuvo la medalla de oro en el tercer tablero en la Olimpiada Mundial de Ajedrez llevada a cabo en Tesalónica Grecia. En 1990, El Maestro Internacional Armando J. Flores ganó el Torneo Zonal realizado en Medellín Colombia, clasificando como uno de los mejores 64 jugadores del mundo, los cuales jugaron en el Torneo Inter-zonal en la Ciudad de Manila, Filipinas. En el año 2018, el Maestro Juárez Flores, obtuvo su título No. 27 como Campeón Nacional, siendo el único atleta guatemalteco en obtener dicha cantidad de títulos. Recuperado de



<https://cdag.com.gt/deportes/federaciones/federacion-nacional-de-ajedrez-de-guatemala/>

En 1995, Guatemala recibió la visita del Campeón Mundial de Ajedrez, el ruso Anatoly Karpov, quien impartió una sesión de simultaneas en el Gran Teatro Nacional enfrentándose en un grupo selecto de Maestros Nacionales, así como ajedrecistas de diferentes categorías, demostrando una gran calidad de juego y quedando todos los presentes impresionados por su personalidad sencilla.

La Federación Nacional de Ajedrez tiene como propósito fomentar la práctica de este deporte a Nivel Nacional, para promover Ajedrecistas federados y competitivos a nivel nacional e internacional en las diferentes ramas y categorías, además tiene la misión de que el Ajedrez guatemalteco, sea de un mayor nivel y se sitúe dentro de lo atletas de alto rendimiento a nivel internacional.

La Federación Nacional de Ajedrez de Guatemala, durante años ha contado con entidades que le brindan su apoyo en las diferentes actividades programadas durante todo el año, esto con varios objetivos, entre ellos el manejo eficiente de los recursos materiales y económicos para promover en forma conjunta el deporte, sobre todo porque comparten, desde un mismo ángulo sus metas y la ética profesional que ambas instituciones tiene en común, estas son: la Confederación Deportiva Autónoma de Guatemala-CDAG- y el Comité Olímpico Guatemalteco-COG-.

Otro objetivo de que entidades estén afiliadas a la Federación y viceversa, es que se logra facilitar el desarrollo e incrementar el alcance de trabajo de las diferentes Asociaciones Departamentales de Ajedrez ubicadas en todo el país. El trabajo en conjunto definitivamente logra objetivos claros y concretos, a la hora de ejecutar proyectos que benefician a la familia ajedrecista, desde los más

pequeños talentos hasta los más experimentados ajedrecistas de todo el país. Recuperado de <https://cdag.com.gt/deportes/federaciones/federacion-nacional-de-ajedrez-de-guatemala/>



Fuente: <https://cdag.com.gt/deportes/federaciones/federacion-nacional-de-ajedrez-de-guatemala/>

### **2.8.1. El jugador de Ajedrez en la red social Facebook**

En Facebook encontramos muchos perfiles que hablan de diferentes temas, desde las páginas enfocadas a chistes, hasta las páginas serias y profesionales enfocadas a instituciones u organizaciones, las personas son las que deciden que ver, que seguir en esta plataforma de comunicación masiva.

Es por ello que muchas personas siguen al perfil de la Federación Nacional de Ajedrez, porque los jugadores o gente interesada en esta profesión, ya sea por diversión, por información o por curiosidad de ver las competencias a nivel nacional e internacional.

Según Gustavo Juárez Flores el jugador de ajedrez en Guatemala es una persona apasionada a este deporte, ya que el comenta que “En Guatemala el Ajedrez ha venido creciendo como deporte, lastimosamente no es tan apoyado como otros

deportes, pero sigue siendo un deporte con el cual se pueden vivir experiencias diferentes, hoy en día se juega más por pasión al dedicarle horas de juego”.

Wilson Lorenzana Maestro Internacional y una vez campeón nacional de este deporte nos asegura que “Facebook ha venido a mejorar la comunicación con las personas que no tienen la posibilidad de ir a preguntar sobre eventos o clases, ya que pueden ser de otro municipio y departamento, porque Guatemala cuenta con asociaciones de Ajedrez en todos los departamentos”.

El jugador de Ajedrez en la red social Facebook es un seguidor común que quiere informarse acerca de los resultados, tablas estadísticas, campeones juveniles, de sus jugadores favoritos o seguir las transmisiones en vivo de los eventos que se realizan en la Federación Nacional de Ajedrez, al no poder asistir a la Federación.

Juan José Quintana arbitro nacional de ajedrez asegura que, “Gracias a la comunicación que realiza la Federación nacional por medio de Facebook se ha acrecentado la afición, lo que hace que haya más competencia y llegue más gente a observar las partidas”, por otra parte nos comenta que el jugador de ajedrez en la red social Facebook es una persona normal, navegan para ver las actualizaciones de la página y para informarse acerca de algún evento cercano o ver memes dedicados a este tema.



Fuente: <https://ajedreznoticias.com/2020/02/10/monopolio-en-guatemala/>

### **2.8.2. El perfil de Facebook usado por la Federación de Ajedrez**

La Federación Nacional de Ajedrez de Guatemala, reconoce y agradece a las entidades que confían y creen en el Deporte Ciencia, lo que provoca contar como todas las demás entidades institucionales con un perfil en la red social Facebook, ya que gracias a la buena coordinación entre las instituciones, se ha logrado alcanzar cambios significativos en el deporte de ajedrez, desde comunicación interna y externa a través de esta red social, logrando una ruta estratégica trazada hacia el objetivo deseando que el deporte de Ajedrez brille en todo el país y el mundo. La FENAG al estar afiliada a la FIDE- Federación Internacional de Ajedrez- Guatemala es invitada a muchos eventos internacionales, desde Olimpiadas o abiertos de este deporte.

Algo que hace ser fundamental el contar con páginas y perfiles basados en este deporte, la federación trata de brindar información de manera estratégica hacia las personas interesadas en este deporte, desde niños hasta adultos, creando nuevos atletas a través de datos, imágenes, videos, para motivar a las personas que miran estas publicaciones en su página, ha acercarse a las instalaciones, para poder aprender y practicar el deporte ciencia.

También se publican los rendimientos de los atletas, desde tablas de posiciones en eventos nacionales, y los eventos Internacionales más importantes, entre las estrategias de comunicación, también se tienen el poder de interactuar con los atletas a través de chat en la red social Facebook, así como información con calendarios de eventos próximos.



Fuente: <https://www.facebook.com/fenag.guatemala>

### **2.8.3. Seguidores del perfil Institucional de la Federación Nacional de Ajedrez**

Muchas instituciones, federaciones, empresas, asociaciones buscan generar relaciones con la gente, sus seguidores, sus empleados, y por ello muchas veces buscan la forma más adecuada, como lo hace la Federación Nacional de Ajedrez, que busca el entenderse con las demás instituciones a las que está afiliada, como el Comité Olímpico guatemalteco y la CDAG, también por su puesto teniendo una buena relación con sus seguidores.

Para ello debe existir cordialidad entre todas las partes, Facebook entra en escena como el primer medio de Comunicación entre Instituciones y personas, que desean alguna información o interacción con la FENAG, esta red social no solo hace la vida de todos más simple, sino que se evitan muchos problemas en movilización e inversión, lo cual se trata de explotar con publicaciones diarias.

Las relaciones publicas según Antonio Castillo son “una disciplina que cuenta con una presencia esencial en el seno de las organizaciones porque coadyuva a la gestión estratégica de la comunicación de cualquier organización.” Castillo (2010:11) Lo que quiere decir Castillo con esa definición es que toda organización ya sea empresa, movimiento asociativo, sindicato, partido político, Organización No Gubernamental o asociaciones patronales deben conocer con quienes se relacionan, para establecer acciones con ellos, conocer sus demandas y satisfacer sus necesidades de una manera acorde con los objetivos de la organización. Pero también las entidades públicas deben relacionarse con sus públicos para establecer vínculos satisfactorios de una manera mutua.

Por ende, debe existir una comunicación e interacción con todos los patrocinadores, instituciones, personas que están relacionadas con la

Federación, ya que, sin relaciones públicas, no pueden existir eventos, patrocinios, mejoras en el presupuesto, organización de eventos en lugares ajenos a la federación, es decir no puede mantenerse por sí sola sino existe la interacción de todas las partes.

La comunicación es primordial y las estrategias para lograrlo tienen que ser buenas e innovadoras, ya que sin ello no se obtiene un avance y continúa siendo una Federación sin comunicación mutua.

Aunque en muchas ocasiones como nos dice Gustavo Juárez Flores, hay muchos padres de familia que son seguidores de la página por que sus hijos compiten en ramas juveniles, también hay seguidores de todo el mundo, ya que ven a Guatemala participar y foguearse a nivel zonal, hay muchos seguidores que fuera de las fronteras están al tanto de lo que pasa en el ajedrez nacional.

## **2.9. El community manager de la Federación Nacional de Ajedrez**

El Community manager es el escalón entre el la imagen y los usuarios, su principal función es iniciar y hacer sentir cómodas a las personas dentro de un grupo social de alguna comunidad ya sea digital o física. Debe ser la persona que interactúa y logra una relación directa con el cliente o el usuario defendiendo sus derechos, sus opciones y sus intereses. Va a ser un facilitador, un maestro de ceremonias sin ningún afán de protagonismo, el Community manager puede ser corporativo o personal como lo mencionan Cortés y Martínez Priego (2012:53).

Pilar Treviño, Barranquero, y Zusberro (2013:166) explican que el Community manager desde el principio, ha sido un elemento que humaniza la relación entre la marca y su público objetivo. Busca nuevos clientes potenciales en la red, a

los que por medio del diálogo, efectúa sus prestaciones en función de las necesidades individuales de cada cliente.

Después de las definiciones anteriores según Juan José Quintana arbitro Nacional de Ajedrez En la Federación Nacional de Ajedrez no existe un community manager en específico, sino que la tarea de subir información a la página de red social Facebook es delegada en muchas ocasiones a diferentes personas que tienen acceso al perfil de Facebook.

## **2.10. Facebook como herramienta de información y comunicación del ajedrez en Guatemala**

La evolución del internet favorece a la participación ciudadana en los nuevos movimientos sociales, ampliando el uso de las herramientas digitales interactivas para fomentar la comunicación, interacción entre la comunidad sobre diferentes temas, la plataforma Facebook también ha evolucionado hasta convertirse en lo que hoy en día podemos llamar un medio de difusión.

La expansión de las redes sociales favorece a la ciudadanía y el mundo, al tener acceso gratis e ilimitado con solo poseer una conexión a internet, las personas pueden acceder a miles de datos, informaciones, juegos, etc. Facebook es una de estas redes sociales y sus páginas o perfiles facilitan la difusión de contenidos. Las FanPage o perfiles se pueden convertir en difusores de conocimiento, contenido e información del tema.

Para Vicente (2014:64) la red social Facebook, es mucho más que solo una página web de internet, es mucho más que una red social, es un cambio mundial, que sigue revolucionando y avanzando la forma de ver y utilizar el mundo abierto que tiene el internet, pero antes que nada permite la interacción entre las



personas en estos días. siendo la red social con más auge para subir fotografías, videos, memes, entre otras cosas. El gran apogeo que ha tenido esta red social también refleja en la forma de como se relacionan las personas.

Vicente (2014:74) Continúa afirmando que “El impacto social que ha tenido el Facebook ha sido inmenso, porque ha podido reunir comunidades de todo mundo para compartir sobre temas que le interesen a dicha colectividad, enriqueciendo de esta manera los objetivos que se hayan fijado”.

El Internet en sus inicios limitaba a las personas solamente a la consulta y observación de datos, con pocas posibilidades de interacción. Pero en la actualidad el Internet se ha venido convirtiendo en una plataforma colectiva en donde se crea, comparte y debate, contenidos e información.

El ajedrez de Guatemala ha venido en crecimiento gracias a la difusión de resultados en esta plataforma, ya que, sin la existencia de esta red social, seguiríamos con los medios masivos radio, prensa y televisión donde hacerse un espacio no es tan sencillo aparte de los altos costos para promocionarse y llamar al público.

Pero gracias a esta herramienta no hace falta más que unas publicaciones y seguidores que les guste este deporte para con un par de clics compartir información en el muro, haciendo que las personas compartan la información de muro en muro hasta llegar a personas que les interese.

## Capítulo III

### 3. Marco Metodológico

#### 3.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se utilizó para el trabajo fue de tipo mixto, esto quiere decir que se empleó el método cualitativo y cuantitativo, porque una vez seleccionado el diseño de investigación y la muestra adecuada de acuerdo con nuestro problema de estudio e hipótesis, se prosiguió a la siguiente etapa que consistió en recolectar los datos pertinentes sobre las unidades de muestreo, en este caso los participantes (usuarios que siguen e interactúan con la federación nacional de ajedrez por vía Facebook).

Para recolectar los datos se elaboró un plan detallado de procedimientos que ayudaron a reunir datos con un propósito específico, el propósito de este tipo de investigación ayudo a recolectar varios datos para determinar si existe una buena comunicación e interacción entre los seguidores de la página de la Federación Nacional de Ajedrez y los encargados de compartir los datos e información acerca de los resultados deportivos de los atletas en varios eventos nacionales e internacionales.

Según el concepto de Sampieri (2014:4) “El enfoque cuantitativo emplea la cosecha de información para comprobar hipótesis con base a la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer pautas de comportamiento y probar teorías”. Lo que quiere decir que este tipo de investigación es perfecta para el trabajo ya que, habiendo tablas con datos numéricos sobre tablas de posiciones de eventos se hace apetecible para comprobar hipótesis o teorías.

Sampieri (2014:4) comenta que el enfoque cuantitativo, “representa una agrupación de procesos, es continuo y probatorio. Cada fase antecede a la siguiente y no podemos “saltar” o eludir los pasos. El orden es muy importante, aunque, se puede redefinir alguna etapa. Parte de una premisa que va cerrándose y una vez delimitada, se consiguen objetivos y preguntas de investigación, se analiza la literatura y se estructura un marco o una perspectiva teórica. De las interrogantes se generan las hipótesis y se establecen las variables. Se plantea un plan para probarlas es decir el diseño, se miden las variables en un determinado entorno; se analizan las mediciones generadas utilizando métodos estadísticos, y se saca una serie de conclusiones”.

Por lo cual Sampieri indica que el método mixto se realiza utilizando diversas fuentes de información y tipos de datos: a) pruebas de laboratorio (mediciones estandarizadas que producen datos cuantitativos), b) entrevista a profundidad en la cual se incluyen preguntas cerradas (como la edad, si se es o no fumador, si se han padecido ciertas enfermedades, tipo de ejercicio físico que se practica y tiempo que se le dedica diariamente a ello, etc.) y abiertas (sobre el estilo de vida, qué tan sedentario es, cuáles son los hábitos alimenticios, etc., antecedentes familiares, el tipo de trabajo y otras fuentes potenciales de estrés), y c) historial clínico (con datos visuales como una radiografía, determinadas gráficas, anotaciones interpretativas y mediciones anteriores). Es decir, se recolectan y analizan datos cuantitativos y cualitativos y la interpretación es producto de toda la información en su conjunto. Sampieri (2014:534)

## **3.2. Método**

El método que se utilizó para esta investigación fue el deductivo, porque utiliza la recolección de datos y es por eso que la investigación se realizó por medio de un monitoreo, para conocer los alcances de interacción en la red social Facebook de la Federación Nacional de Ajedrez, para demostrar cuan informados mantienen a sus seguidores y cuantas publicaciones realizan al día y a la semana para la difusión de los resultados deportivos de los atletas de esta federación.

Como lo indica Sergio Bastar “este método, a diferencia del inductivo, es el procedimiento racional que va de lo general a lo particular. Posee la característica de que las conclusiones de la deducción son verdaderas, si las premisas de las que se originan también lo son”. Bastar (2012: p.15). De este modo, se puede hacer una verificación de datos con el monitoreo antes planteado, para empezar con información general y terminar con datos particulares, dando una idea de la muestra.

## **3.3. Objetivos**

### **3.3.1. General**

- Determinar el uso que la Federación Nacional de Ajedrez le da red social Facebook.

### **3.3.2. Específicos**

- Determinar las actitudes de los seguidores de la Federación Nacional de Ajedrez durante el desarrollo de una transmisión en vivo a través de Facebook.

- Identificar si los seguidores de la Federación Nacional de Ajedrez se adaptan a la información transmitida a través de la red social Facebook.
- Describir cómo utiliza la Federación Nacional de Ajedrez la red social Facebook para la transmisión y difusión de resultados de torneos.

### **3.4. Técnicas**

- Recopilación bibliográfica.
- Cuestionario.
- Entrevistas.
- La observación.
- Sondeo de opinión.

### **3.5. Instrumentos**

Los instrumentos que se emplearon en la investigación fueron fichas bibliográficas, cuestionarios estructurados para algunos seguidores de la Federación Nacional de Ajedrez en la red social Facebook, cuestionarios estructurados para los encargados de transmitir la información y difusión de datos por medio de la red Social Facebook y algunas entrevistas.

### **3.6. Universo**

El objeto de estudio de la recopilación de datos e investigación fue para los seguidores del perfil de Facebook (706) hombres y mujeres que practican el

deporte del Ajedrez en la Federación Nacional de dicho deporte y están interesados en conocer más acerca de resultados y rendimiento de los atletas en diferentes eventos nacionales e internacionales, informándose por medio de la red social Facebook.

### 3.7. Muestra

La muestra se determinó según el total de seguidores del perfil de la red social Facebook de la Federación Nacional de ajedrez -FENAG-, la cual cuenta con 706 seguidores en el perfil de la misma, para después aplicar la fórmula de población finita, en la que quedaron un total de 249 encuestas para poder ver la interacción e información proporcionada por la Federación nacional de Ajedrez, la cual se monitoreo para obtener datos acerca de la muestra de seguidores y un aproximado de cuantos mantienen una interacción con las publicaciones de la página, con lo cual posteriormente, con los instrumentos, en este caso las encuestas y entrevistas se realizó un sondeo más amplio acerca de la información que nos interesa.

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{e^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

Fuente: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5045/504551173004/html/index.html>

La fórmula se interpreta de la siguiente manera:

$N$  = Total de la población

$Z$  = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

$p$  = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

$q$  = 1 -  $p$  (en este caso 1-0.05 = 0.95) •  $d$  = precisión (en su investigación use un 5%)

### **3.8. Procedimiento Metodológico**

Se recopiló información de libros, tesis y sitios web para las definiciones de los términos y conceptos, además se contactó a varios responsables de la Federación Nacional de Ajedrez como también a algunos jugadores de este deporte para solicitarles apoyo a esta investigación y recopilación de información sobre el uso de la red social Facebook por parte de la Federación Nacional de ajedrez.

Se realizaron 3 entrevistas dos con jugadores nacionales de ajedrez, la primera con el Maestro Internacional y ex campeón Nacional Wilson Lorenzana y la segunda fue con el Maestro Fide Gustavo Juarez. La recerca fue con el árbitro Nacional de ajedrez Juan José Quintana para tener varios conceptos y percepciones del uso de Facebook de esta Federación.

Para el estudio del tema y con la ayuda del instrumento de la encuesta, se pasaron una serie de preguntas a la muestra previamente seleccionada, para poder llegar a más datos con facilidad, entendiendo que la muestra de personas seleccionadas accedieron a responder las interrogantes que se les plantearon con el propósito de revelar información que confirmen y ayuden interpretar la hipótesis sobre el uso de la red social Facebook para la divulgación de

resultados deportivos e interacción con sus seguidores de la Federación Nacional de Ajedrez.

La serie de preguntas se realizó de manera digital a través de la herramienta Google Forms, siendo difundido por los encargados de la Federación Nacional para los atletas, entrenadores y seguidores de la página. Al finalizar se tabularon los resultados de las respuestas de las personas, logrando identificar las conclusiones y recomendaciones sobre como es el uso de la red social de Facebook como herramienta de información y divulgación de la Federación Nacional de Ajedrez.



## **Capítulo IV**

### **4. Análisis y descripción de resultados**

#### **4.1. Análisis descriptivo del uso de Facebook como herramienta de información y divulgación de la Federación Nacional de ajedrez**

La información obtenida gracias a las encuestas sobre el uso de Facebook como herramienta de información y divulgación de la Federación Nacional de ajedrez reflejan datos porcentuales aproximados sobre la interacción que tienen los seguidores de la Federación Nacional de ajedrez en su perfil de Facebook, también refleja un promedio calificación sobre como es la experiencia con el perfil de la Federación Nacional de Ajedrez cuyo total de seguidores son de 706, de los cuales se encuestaron 249 de acuerdo con la fórmula de poblaciones finitas, los datos recabados responden a fines académicos para la presente investigación.

#### **4.2. Análisis y presentación de resultados en gráficas**

En este capítulo se resumen y presentan de manera gráfica los datos recopilados sobre uso de la red social Facebook como herramienta de información y divulgación de la Federación Nacional de ajedrez, por medio de los resultados de la encuesta conformada por 10 preguntas fue realizada de manera digital a través de un formulario de Google.

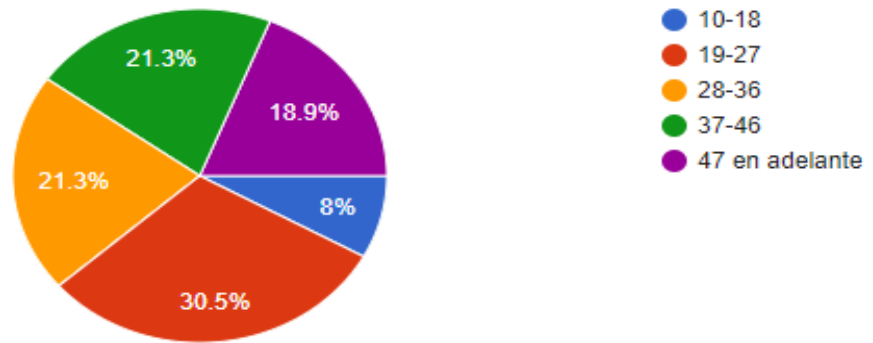
## Pregunta 1

### ¿Cuál es su edad?

Rango de edad	Cantidad	%
10 - 18	20	8
19 - 27	76	30.5
28 - 36	53	21.3
37 - 46	53	21.3
47 en adelante	47	18.9
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>100</b>

Cuál es su edad?

249 respuestas



La gráfica muestra que un 30.5% de los encuestados se encuentran en el rango de edad entre 19 a 27, lo cual evidencia la popularidad de este deporte en las ramas juveniles, siguiendo con un 21.3% se encuentran los jugadores entre 28-36 años empatados en cantidad y porcentaje con los jugadores entre 37-46 años, demostrando que el ajedrez también es un deporte para veteranos, ya que después le siguen los jugadores de 47 años en adelante con un 18.9% no muy lejos de las edad anteriores, lo que nos indica que el ajedrez es también jugado por muchas personas que sobrepasan los 47 años, por ultimo con un 8%

encontramos a los usuarios más jóvenes que rondan en el rango de 10-18 años, que se están empezando a meterse en este deporte.

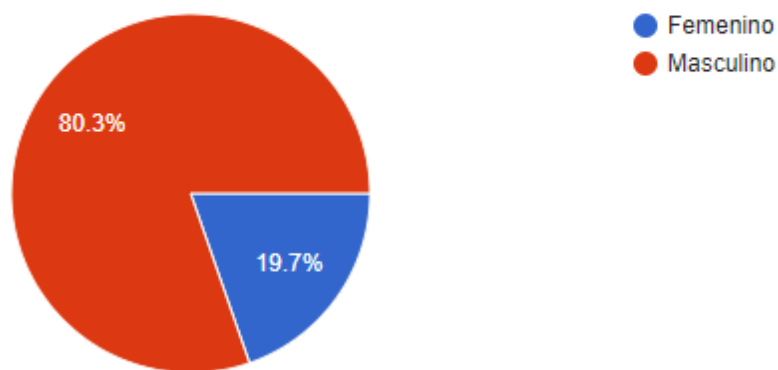
## Pregunta 2

### ¿Cuál es su género?

Género	Cantidad	%
Masculino	200	80.3
Femenino	49	19.7
Total	249	100

Cuál es su género?

249 respuestas



Respecto al genero no hay duda que predomina el lado masculino, ya que según la gráfica con el 80.3% (200 hombres) los que más respondieron fueron los hombres, también cabe decir que el ajedrez guatemalteco es mas jugado por la rama masculina. El genero femenino tuvo un 19.7% (49 mujeres) que se queda muy corto con los 200 hombres que respondieron la encuesta.

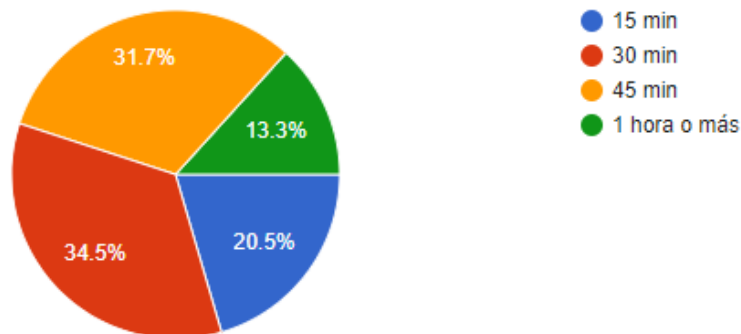
### Pregunta 3

#### ¿Cuánto tiempo interactúa con la página de Facebook de la FENAG durante el mes?

Tiempo	Cantidad	%
15 minutos	51	20.5
30 minutos	86	34.5
45 minutos	79	31.7
1 hora o más	33	13.3
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>100</b>

Cuánto tiempo interactúa con la página de la Federación Nacional de ajedrez durante el mes?

249 respuestas



Aproximadamente el 35% de los ajedrecistas encuestados interactúan 30 minutos promedio durante un mes, con el perfil de la Federación Nacional de Ajedrez, lo que muestra que la interacción es baja. Con un 31.7% aparecen los ajedrecistas que interactúan 45 minutos con el perfil de la Federación, un 20.5% los que interactúan solamente 15 minutos y con el porcentaje más bajo 13.3% los jugadores que interactúan bastante entre 1 hora o más.

#### Pregunta 4

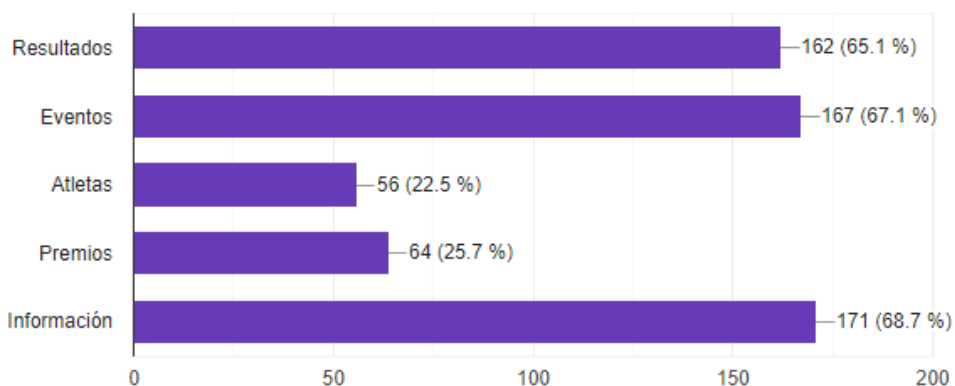
### ¿Qué información busca en la página de la FENAG?

(Marque las casillas que sean necesarias)

Respuesta	Cantidad	%
Resultados	162	65.1
Eventos	167	67.1
Atletas	56	22.5
Premios	64	25.7
Información	171	68.7

¿Qué información busca en la página de la Federación Nacional de Ajedrez?

249 respuestas



Se determinó que lo que más buscan los seguidores de la Federación Nacional de ajedrez en su perfil de Facebook con un casi 69% es información en general, esto quiere decir que los usuarios quieren encontrar información sobre la Federación Nacional desde clases, fotos, videos. Etc. No muy lejos de esta estadística con un 67.1% los seguidores de la página buscan datos sobre los eventos que se realizaran o realizaron, también muy cerca con un 65.1% están los usuarios que buscan resultados de los torneos, eventos y atletas. En menor porcentaje se encuentra con un 25.7% los usuarios que navegan para

ver el perfil de la Federación Nacional de Ajedrez por los premios y por último un 22.5% se informan por medio del perfil de la Federación respecto a lo que acontece con los atletas. Así se determinó que la preferencia de los usuarios es buscar información en general.

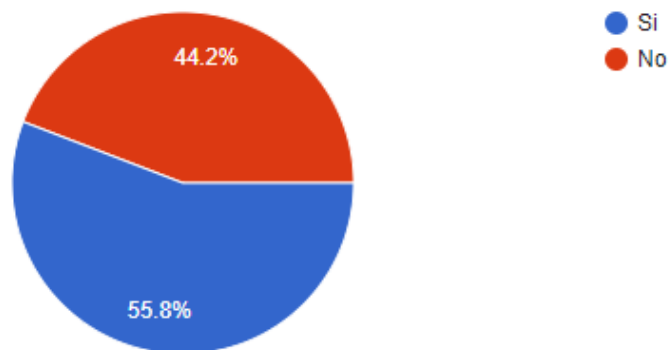
### Pregunta 5

#### ¿Conoce el recorrido de los atletas federados de la FENAG?

Respuesta	Cantidad	%
Si	139	55.8
No	110	44.2
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>100</b>

Conoce el recorrido de los atletas federados de la Federación Nacional de Ajedrez?

249 respuestas



La gráfica muestra que un mayor porcentaje de usuarios representado con el 55.8% (139 personas) de los encuestados conoce el recorrido de los atletas, es decir sus resultados, sus participaciones internacionales como representantes de Guatemala y de la Federación Nacional de ajedrez, pero no muy lejos se

encuentra la otra cantidad de usuarios encuestados que no conocen el recorrido de los atletas federados con un 44.2(110 personas), lo cual indica que la mayoría no se informa y no están al pendiente de los atletas federados ya sea por desinterés o falta de información en el perfil.

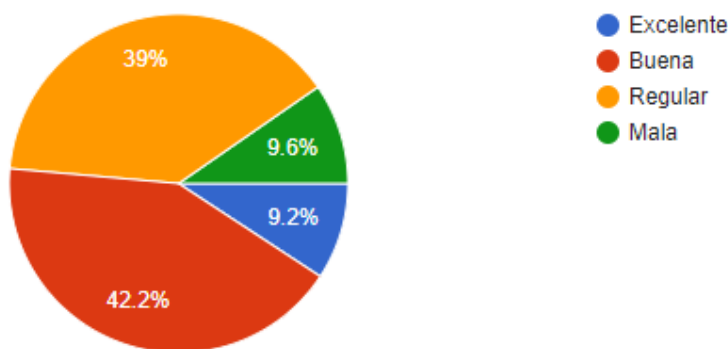
### Pregunta 6

#### ¿Como califica la información de la FENAG en Facebook?

Respuesta	Cantidad	%
Excelente	23	9.2
Buena	105	42.2
Regular	97	39
Mala	24	9.6
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>100</b>

Cómo califica la información de la Federación Nacional de Ajedrez en Facebook?

249 respuestas



En cuanto a la calificación de la información que provee la Federación Nacional de ajedrez en Facebook a sus seguidores, se encuentra con un 42.2% que la

información que dan es buena, continuando con un 39% que la información dada es regular, seguido de un margen significativo se encuentra con un 9.6% las personas que indican que la información que proporciona el perfil de Facebook de la FENAG es mala y por último no muy lejos un 9.2% de usuarios contestaron que la información es excelente. Esto refleja que la Federación Nacional de Ajedrez en su perfil de Facebook maneja y divulga buena información hacia los usuarios que los siguen.

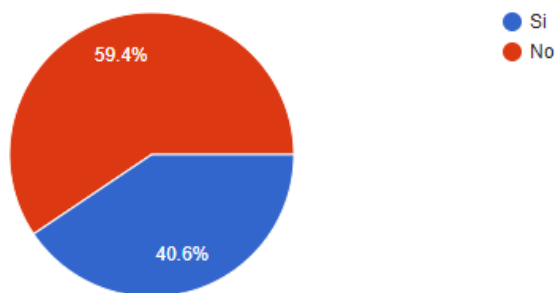
### Pregunta 7

#### ¿Conoce a los directivos de la FENAG?

Respuesta	Cantidad	%
Si	101	40.6
No	148	59.4
<b>Total</b>	249	100

Conoce a los directivos de la Federación Nacional de Ajedrez?

249 respuestas



La gráfica representa que el 59.4% (148 personas) de los usuarios no conocen a los directivos de la Federación Nacional de Ajedrez, mientras el 40.6% (101 personas) indica lo contrario.



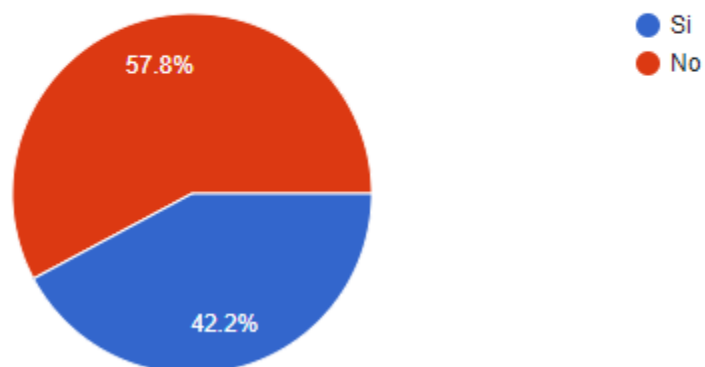
## Pregunta 8

### ¿Ve transmisiones en vivo de la FENAG?

Respuesta	Cantidad	%
Si	105	42.2
No	144	57.8
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>100</b>

Ve Transmisiones en vivo de la Federación Nacional de Ajedrez?

249 respuestas



De 249 usuarios encuestados el 57.8% (144 personas) afirman ver transmisiones en vivo de eventos, torneos u otras actividades, mientras el 42.2% (105 personas) indican que no miran o han visto transmisiones en vivo del perfil de la Federación Nacional de Ajedrez.

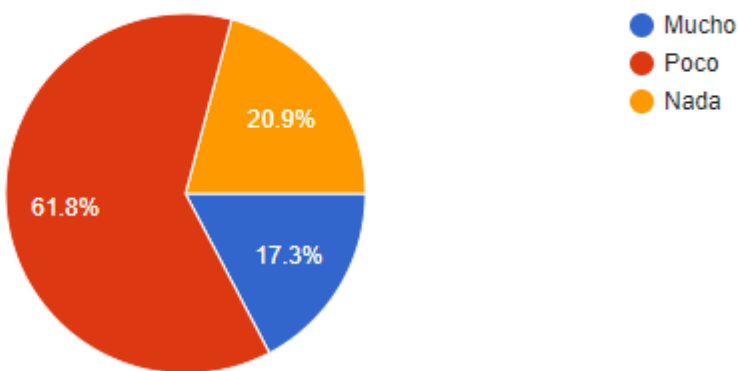
### Pregunta 9

#### ¿Interactúa seguido con la FENAG?

Respuesta	Cantidad	%
Mucho	43	17.3
Poco	154	61.8
Nada	52	20.9
Total	249	100

Interactúa seguido con la Federación Nacional de Ajedrez?

249 respuestas



En relación a la interacción de los usuarios con el perfil de la Federación Nacional, en promedio y con el porcentaje más alto los seguidores que respondieron la encuesta indican que con un 61.8% interactúan un poco con el perfil, bajando a un 20.9% los usuarios que no interactúan para nada con el perfil de Facebook y por último con un 17.3% las personas que interactúan mucho con el perfil y los administradores. Lo que determina que los usuarios

si interactúan con el perfil de la Federación Nacional de Ajedrez, pero en poca cantidad.

#### Pregunta 10

**¿Qué le gustaría que cambiara en la página de Facebook de la FENAG?**

<input type="radio"/> <b>Más información sobre los atletas</b>
<input type="radio"/> <b>Mejorar su imagen</b>
<input type="radio"/> <b>Mas interacción con los usuarios</b>
<input type="radio"/> <b>Más transmisiones en vivo</b>
<input type="radio"/> <b>Crear un perfil de atletas</b>
<input type="radio"/> <b>Más videos y fotos</b>
<input type="radio"/> <b>Más contenido multimedia</b>
<input type="radio"/> <b>Mejores Fotos</b>
<input type="radio"/> <b>Más eventos</b>
<input type="radio"/> <b>Crear clases en línea</b>
<input type="radio"/> <b>Un perfil dedicado para conocer a cada uno de los directivos</b>
<input type="radio"/> <b>Transparencia con el manejo de los recursos de la FENAG</b>

○ <b>Que apoyarán más a los jóvenes talentos con recursos y clases de ajedrez.</b>
○ <b>Brindar información de eventos próximos</b>
○ <b>Más apoyo al atleta y más transiciones de torneos</b>
○ <b>Colocar los calendarios de los eventos a tiempo</b>
○ <b>Mejorar la imagen y el logo del perfil</b>
○ <b>Titulares en movimiento o mosaicos al inicio</b>
○ <b>Información de los campeones y campeonas nacionales, artículos sobre el juego de ajedrez para mejorar</b>
○ <b>Comentar las partidas en las transmisiones en vivo</b>
○ <b>Cursos para el arbitraje del ajedrez</b>
○ <b>Colocar imágenes de ejercicios o libros para practicar</b>
○ <b>Colocar partidas comentadas</b>
○ <b>Mayor número de transmisiones en vivo</b>
○ <b>Interactuar de mejor forma con los usuarios</b>
○ <b>Tener perfiles de los atletas para saber quiénes son los que representan a Guatemala</b>
○ <b>Más información de eventos, nacionales y centroamericanos</b>

○ <b>Más información internacional</b>
○ <b>Que publiquen el calendario de actividades cada mes correspondiente, sin estar cambiando las fechas de los torneos constantemente</b>
○ <b>Que presenten resultados de los logros obtenidos de los federados y más información acerca de las competiciones</b>
○ <b>Más fotografías y videos de sus eventos</b>
○ <b>Actualizar eventos y resultados</b>
○ <b>Un mejor administrador, mas constante</b>
○ <b>Que publiquen más información de los eventos premium</b>
○ <b>Clases con contenido multimedia y libros gratis</b>
○ <b>Que existieran cursos en línea</b>
○ <b>Las imágenes y títulos</b>
○ <b>Más y mejor información sobre todos los eventos</b>
○ <b>Que no hubieran borrado los últimos 4 años, mejor hubieran creado un perfil nuevo, pero no borrar los hechos históricos que había ahí. Que publicaran más noticias de ajedrez, resultados (no solo cuando les va bien a los ajedrecistas), aperturas, medio juego, finales o recomendar algún video o libro, utilizar otras redes como YouTube, Instagram, Twitch, etc., hacer una publicación bimestral del Elo clásico (nacional y fide), blitz y rápido (fide), artículos de entrenamiento, artículos de arbitraje, etc.</b>

<ul style="list-style-type: none"><li>○ <b>Que se socialice de otra forma.</b></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>○ <b>El Logo</b></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>○ <b>Actualizarla con más información de los atletas y actividades</b></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>○ <b>Tener mayor información de eventos, torneos y bases para saber cómo ser parte de la Federación</b></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>○ <b>Contenido más atractivo para los jóvenes, motivándolos e incentivándolos para que jueguen este maravilloso deporte.</b></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>○ <b>El seguimiento a los deportistas y cada una de las ramas, para que el usuario o el lector entienda y se interese más.</b></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>○ <b>Actualización de noticias</b></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>○ <b>Más rapidez a la hora de sus respuestas por MSN.</b></li></ul>

## Conclusiones

La comunicación e interacción de Facebook ha permitido grandes logros en la sociedad actual, entre las cuales se puede mencionar la facilidad con la que se logra obtener información sobre cualquier tema que este dentro de esta red social, tener comunicación, interactuar en tiempo real, compartir contenido, ver contenido multimedia de gustos en particular, entre otras. Su sistema alberga millones de perfiles y páginas, lo que ha permitido ampliar el cirulo social de cada uno de los usuarios. Facebook se ha convertido en parte importante de la sociedad y cada vez se vuelve más indispensable, la importancia que se le ha dado a Facebook ha provocado un cambio en la manera en que se relacionan las personas. Facebook ha influido en la forma de comunicarse e informarse, pero sobre todo en la interacción ya que ha modificado la forma de reunir a grupos sociales, desde paginas institucionales, grupos políticos o perfiles deportivos que reúnen masas para divulgar y difundir información hacia estos seguidores haciendo más fácil el trabajo. Rigiéndose por los resultados de la encuesta, análisis de las gráficas, entrevistas y conceptos se concluyó lo siguiente:

- 1) El principal uso que le da la Federación Nacional de ajedrez a la red social Facebook es como herramienta de información y divulgación, Porque llega a una cierta cantidad de personas a la que se puede llamar masa. El perfil de la FENAG tiene la tarea de informar y divulgar acerca de resultados, eventos y torneos.
- 2) El principal uso que los seguidores del perfil de Facebook de la Federación Nacional de ajedrez le dan a esta herramienta es para

informarse, conocer mas sobre el calendario de eventos y buscar resultados sobre torneos realizados.

- 3) Los usuarios de Facebook que siguen el perfil de la FENAG interactúan en promedio de 30 a 45 minutos al mes.
- 4) Aproximadamente un poco más de la mitad de los seguidores de la Federación Nacional de ajedrez en Facebook, conocen el recorrido a los atletas federados, pero un poco menos de la mitad no la conoce.
- 5) Sobre la Información que provee el perfil de la Federación Nacional de Ajedrez los usuarios consideran que es buena, pero también otra gran mayoría la considera regular.
- 6) Más de la mitad de los usuarios no miran las transmisiones en vivo que en ocasiones realiza el perfil de la Federación Nacional de Ajedrez.
- 7) El perfil de Facebook de la Federación Nacional de Ajedrez es una herramienta para comunicar, divulgar, informar e interactuar, con sus seguidores y así transmitir resultados, eventos, calendarios, información de los atletas, de una forma rápida y gratuita.
- 8) Los usuarios seguidores de la página de la Federación Nacional de Ajedrez expusieron que les gustaría recibir cursos y tutoriales de capacitación de como aprender a jugar ajedrez en diferentes niveles a través de la red social Facebook.



## **Recomendaciones**

El uso de la red social Facebook está en constante avance, por tal razón se recomienda lo siguiente:

- 1) Aprovechar las ventajas que la red social Facebook otorga para utilizarla como herramienta de información, interacción y divulgación.
- 2) Fortalecer la información, comunicación e interacción para los seguidores del perfil de la Federación Nacional de Ajedrez, para que con ello se logren mas adeptos y seguidores nuevos a la Federación Nacional de ajedrez.
- 3) Generar más tiempo de interacción con los usuarios, realizando más publicación interactivas y dinámicas para todo tipo de público amante del ajedrez.
- 4) Brindar más apoyo a los atletas en general, realizar coberturas de sus competencias y formar un perfil para cada atleta federado, consiguiendo así que los usuarios conozcan más de cada uno de sus logros y eventos en los que participan.
- 5) Realizar más transmisiones en vivo de las competencias y eventos que se realicen por parte de la Federación Nacional de Ajedrez, logrando así llegar a más personas para motivarlas a ver y practicar este deporte.

- 6) Subir al perfil constantemente los calendarios de eventos y torneos para mantener a los usuarios actualizados.
- 7) Colocar en el perfil de Facebook de la Federación Nacional de Ajedrez, Cursos y Tutoriales para aprender sobre el deporte ciencia.
- 8) Para todo lo anterior se recomienda a la Federación Nacional de Ajedrez la contratación de un experto en comunicación o Community Manager para manejar las redes sociales y la comunicación en general de la FENAG, logrando actualizar el perfil constantemente con información de eventos nacionales e internacionales, también fortalecer el contenido multimedia desde fotos, videos, libros, artículos, clases, logrando crear un perfil más interactivo y dinámico, generando más comunicación con los usuarios.
- 9) Se propone introducir el deporte y juego del ajedrez en el pensum de estudios en el país de Guatemala, ya que en otros países desarrollados se toma en cuenta como un área de educación básica, como parte de la Educación Física que ayuda también al cerebro.

El uso de Facebook ha generado un impacto en la sociedad, modificando las formas de comunicación, por tal razón se recomienda que este tipo de comunicación se use para enriquecer el conocimiento intelectual.

## Referencias Bibliográficas

- 1) Aguado, J. M. (2004). Introducción a las teorías de la información y comunicación. Murcia.
- 2) Aldaz, Mendoza Evelyn Jazmín. (2016). El Community Manager desde una Perspectiva Estratégica en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil de la carrera Ingeniería Comercial. Guayaquil, Ecuador.
- 3) Ávila, E. (2017). El correo electrónico. [Manuscrito no publicado]. México: UAEM.
- 4) Ballina, Talento Guillermo. (2008). La evolución del internet como medio de comunicación masivo. Guatemala.
- 5) Bastar, S. G. (2012). Metodología de la investigación. Mexico.
- 6) Belloch Ortí, Consuelo.1998. LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (T.I.C.) valencia España.
- 7) Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007): Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 11.
- 8) Blanco. U. (1998). ¿Por qué el Ajedrez en las escuelas? Instituto municipal de publicaciones. Caracas, Venezuela.
- 9) Cabero, J. (1998) Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas. En Lorenzo, M. y otros (coords): Enfoques en la organización y dirección de instituciones educativas formales y no formales (pp. 197-206). Granada: Grupo Editorial Universitario

- 10) Castillo, Antonio. (2010). Introducción a las relaciones públicas. España.
- 11) Celaya Marta, Chacón Ane, Chacón Ainoa, Urrutia Elisa. (2015). El impacto de WhatsApp en la vida cotidiana de las personas- ¿Hace la sociedad más humana? Excellence.
- 12) Cortés, M., & Martínez Priego, C. (2012). El Nuevo Marketing y la Figura del Community Manager. España.
- 13) Cueto, J. Morán, J. y Rodríguez, J. (2009). Las redes sociales. Perú.
- 14) Daly, J.A. (2000). "Studying the impacts of the Internet without assuming technological determinism". *Aslib Proceedings*. 52 (8), 285 – 300.
- 15) De Kerckhove, D. (1995). La piel de la cultura. Barcelona: Gedisa.
- 16) DIAZ CASTRO LORENA EILIANA, Teorías de la comunicación, Viveros de Asís 96, Col. Viveros de la Loma, Tlalnepantla, C.P. 54080, Estado de México. Pag 22
- 17) Fernández, Omar D. y Delfino, Gisela I. (2004). EL CONCEPTO DE MASAS EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA. XI Jornadas de Investigación. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- 18) Flores, J. Morán, J. y Rodríguez, J. (27 de mayo de 2013). Universidad San Martín de Porres.
- 19) Flores, J. Morán, J. y Rodríguez, J. (2009). Las Redes Sociales.
- 20) García, L. E. (2012). Metodología de investigación. Colima, México: Universidad Multitécnica Profesional.

- 21) García, Ivanna Gabriela Carías. (2015). Uso de Facebook como red social de los partidos políticos en la campaña electoral 2015. Guatemala.
- 22) Ixcot, Cojón Julio César. (2017). El uso de WhatsApp en la comunicación entre adolescentes. Guatemala
- 23) Kim, S., Kim, S.-Y., & Hoon Sung, K. (2014). Fortune 100 companies' Facebook strategies: corporate ability versus social responsibility. *Journal of Communication Management*.
- 24) Lasswell, H. (1948). The structure and function of communication in society.
- 25) Lima, K. M. (2001). Determinismo tecnológico. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Campo Grande - Mato Grosso do Sul. Septiembre (ponencia).
- 26) Losada-Díaz, J. C., & Capriotti, P. (2015). La comunicación de los museos de arte en Facebook: comparación entre las principales instituciones internacionales y españolas.
- 27) M. Pilar Treviño, Alejandro Barranquero y Nerea Zusberro. (2013). Community managers: presente y futuro de un perfil profesional emergente en la dimensión 2.0. Su influencia en la rentabilidad reputacional online. España.
- 28) Manzano, G. (2007). Presentaciones on-line y redes sociales. España.
- 29) Mcquail, D. (2011). Introducción a la teoría comunicación de masas. Barcelona: Paidós
- 30) McLuhan, M. y Powers, B. (1992). *The Global Village: Transformations in World Life and Media in the 21st Century*. Nueva York: Oxford University Press.

- 31) Molina Campoverde Gabriela Lorena y Toledo Naranjo Ruth Karina. (2014). “Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes, estudio a realizarse en cuatro colegios de la ciudad de Cuenca con los alumnos de primer año de bachillerato. Cuenca – Ecuador
- 32) Morales Castillo Susan Melissa. (2017). Análisis de la red social Twitter como herramienta de información y comunicación en los jóvenes universitarios guatemaltecos. Guatemala.
- 33) Negroponte, N. (1995). Ser digital. México: Editorial Océano.
- 34) Oliva, C. (2012). Redes sociales y Jóvenes: Una intimidad cuestionada en internet.
- 35) Oti, Elizabeth Mejía Cruz. (2012). USO DE LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO COMERCIAL. Guatemala.
- 36) Pavón Maldonado Martín Alberto. (2015). El uso de las redes sociales y sus efectos en el rendimiento académico de los alumnos del instituto San José, El Progreso, Yoro-Honduras. Guatemala de la Asunción.
- 37) Pazmiño, Benavides Priscila Alexandra. Junio 2010. El impacto de las redes sociales y el internet en la formación de los jóvenes de la Universidad Politécnica Salesiana: Caso carrera de Comunicación Social Sede Quito. Ecuador, Quito.
- 38) Pérez Salazar, Gabriel EL DETERMINISMO TECNOLÓGICO: UNA POLÍTICA DE ESTADO M.C. 2006 Unam México
- 39) Polo, J. (2012). Twitter... Para quien no usa Twitter (1era edición). España: ESC Editorial.

- 40) Puerta Gil, Carlos Augusto; Sánchez Upegui, Alexánder El correo electrónico: herramienta que favorece la interacción en ambientes educativos virtuales Revista Virtual Universidad Católica del Norte, núm. 30, mayo-septiembre, 2010, pp. 1-27 Fundación Universitaria Católica del Norte Medellín, Colombia
- 41) Rodríguez Fernández, Ó. (2012). Facebook. Aplicaciones profesionales y de empresa. (A. Multimedia, Ed.). Madrid: Anaya Multimedia.
- 42) Rojas Gómez Norma Constanza. 2017. El ajedrez, como estrategia pedagógica para fortalecer los procesos cognitivos básicos de los niños y las niñas de 5 a 6 años del Jardín Infantil “Manitos a la obra” y contribuir con su desarrollo integral. Bogotá, Colombia.
- 43) Sàez Casas, Albert La comunicación de masas. Barcelona
- 44) Sánchez Duarte, Esmeralda LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) DESDE UNA PERSPECTIVA SOCIAL. Heredia, costarica.2007.
- 45) Sánchez Roldan, María Elena Coordinadora de Extensión del Área Académica de Ingeniería enero 21,2014 UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO INSTITUTO DE CIENCIAS BÁSICAS E INGENIERÍA
- 46) Serrano, Manuel Martín. Presentación de la teoría social de la comunicación
- 47) Torres, Carmona Marcelo Andrés. (2017). Instagram y su uso como una herramienta de marketing digital en Chile. Santiago de Chile.
- 48) Vela Delfa, Cristina EL CORREO ELECTRÓNICO: EL NACIMIENTO DE UN NUEVO GÉNERO Madrid, 2006

- 49) Vicente Pavón, E. (2014). Facebook, twitter, blogs como plataformas de participación ciudadana a partir del periodismo 3.0 en los estudiantes de Filología y Comunicación de III, IV y V año de la carrera en el segundo semestre de 2013. Managua, Nicaragua.
- 50) Warschauer, M. (2003). “Informatización y desarrollo humano”. Scientific American Latinoamérica. 2(15), 18-23. Barcelona.
- 51) Zeler Pighin Ileana Lis. (2017). Facebook como instrumento de comunicación en las empresas de América latina. Tarragona España.

### **E-Grafías**

- 1) Bartolomé, A. (2008). E-Learning 2.0 - Posibilidades de la Web 2.0 en la Educación Superior. Curso E-Learning 2.0. Recuperado el 29 de octubre de 2019, a partir de: <http://www.lmi.ub.es/cursos/web20/2008upv/>
- 2) Campos, F. (2013). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. Obtenido de Revista Latina de comunicación social: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/\\_2008/23\\_34\\_Santiago/Francisco\\_Campos.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html)
- 3) Federación Nacional de Ajedrez. (2018). Recuperado el 30 de octubre de 2019, a partir de: [http://www.ajedrezfenag.com/images/fenag/informacion\\_publica/6/2018/MANUAL\\_DE\\_NORMAS\\_Y\\_PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS\\_2018\\_V2.pdf](http://www.ajedrezfenag.com/images/fenag/informacion_publica/6/2018/MANUAL_DE_NORMAS_Y_PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS_2018_V2.pdf)
- 4) Federación Nacional de Ajedrez, historia e información. (2019). Recuperado el 2 de septiembre de 2019, a partir de: <https://cdag.com.gt/deportes/federaciones/federacion-nacional-de-ajedrez-de-guatemala/>



- 5) Fosk, A. (2015, 22 de mayo). Futuro Digital LATAM 2015. ComScore. Recuperado el 30 de octubre de 2019 a partir de: <http://www.comscore.com/lat/FuturoDigital2015>
- 6) Googlelizados. (30 de julio de 2015). Adroidsis. Historia de WhatsApp: origen, evolución y logros: Historia de WhatsApp: origen, evolución y logros.
- 7) Kemp, S. (2017, 24 de enero). Digital in 2017: Global Overview. We Are Social. Recuperado el 10 de noviembre de 2019, a partir de: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>
- 8) Rubira, F. (2013) ¿Qué es Instagram y para qué sirve? Recuperado el 29 de octubre de 2019, a partir de: [http://www.elconfidencialdigital.com/opinion/tribuna\\_libre/Instagramsirve\\_0\\_2076992284.html](http://www.elconfidencialdigital.com/opinion/tribuna_libre/Instagramsirve_0_2076992284.html)
- 9) Statista. (2017). Average number of weekly posts on social media in the U.S. 2015. [Ilustración gráfica] Recuperado el 29 de octubre de 2019, a partir de: <https://www.statista.com/statistics/620974/average-number-brand-postssocial-media/>
- 10) Ureña, A., Ferrari, A., Blanco, D. y Valdecasa, E. (2011). Las Redes Sociales en internet. Recuperado el 29 de octubre de 2019, a partir de: [http://www.osimga.org/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201\\_ontsi\\_redes\\_sociais.pdf](http://www.osimga.org/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201_ontsi_redes_sociais.pdf)

## **Anexos**

- **Encuesta:** Uso de la red social Facebook como herramienta de información y divulgación de la Federación Nacional de Ajedrez

1- ¿Cuál es su edad?

**10-18**

**19-27**

**28-36**

**37-46**

**47 en adelante**

2- ¿Cuál es su género?

**Femenino - Masculino**

3- ¿Cuánto tiempo interactúa con la página de Facebook de la FENAG durante el mes?

**15 min - 30 min – 45 min - 1 hora o más**

4- ¿Qué información busca en la página de la FENAG?  
(Marque las casillas que sean necesarias)

**Resultados – eventos – atletas – premios – información**

5- ¿Conoce el recorrido de los atletas federados de la FENAG?

**Si – No**

6- ¿Cómo califica la información de la FENAG en Facebook?

**Excelente – buena – regular - mala**

7- ¿Conoce a los directivos de la FENAG?

**Si – no**

8- ¿Ve transmisiones en vivo de la FENAG?

**Si – no**

9- ¿Interactúa seguido con la FENAG?

**Mucha – poco - nada**

10- ¿Qué le gustaría que cambiara en la página de Facebook de la FENAG?

- **Entrevista:** a Wilson Lorenzana, Maestro Internacional de ajedrez y ex campeón nacional

1. ¿Considera que la Federación Nacional de Ajedrez le da un buen uso a Facebook?

**Creo que la FENAG esta utilizando muy bien Facebook, aunque falta mucho por mejorar como en todo aspecto, actualmente las redes sociales**

**han venido para quedarse como una especie de medios de comunicación, eso se debe de aprovechar para llegar a más gente.**

2. ¿En qué ha beneficiado el uso de Facebook a la Federación Nacional de ajedrez?

**Facebook ha venido a mejorar la comunicación con las personas que no tienen la posibilidad de ir a preguntar o informarse sobre eventos y clases, ya que pueden ser de otro municipio o departamento, porque Guatemala cuenta con asociaciones en todos los departamentos.**

3. ¿La Federación Nacional de ajedrez apoya al atleta por medio de Facebook?

**El ajedrez es un deporte muy olvidado en todo sentido, creo que la Federación tiene una oportunidad de mostrar que es el ajedrez por medio de Facebook, esta herramienta abre la oportunidad a darnos a conocer, y motivar a los jóvenes con videos y palabras de los atletas, es necesario que se apoye al atleta ya sea por medio digital o por algún otro medio, pero ahorita se cuenta con un perfil de Facebook gratis que puede llegar a cualquier parte del mundo, esperararía que eso pasara e hiciera la FENAG para apoyar al atleta, porque aun no se ha visto el apoyo.**

4. ¿En qué podría mejorar el perfil de Facebook de la Federación Nacional de ajedrez?

**Puede mejorar en muchos aspectos, la primera es mantener a los usuarios al tanto, para eso deberían de implementar clases online o en video por los maestros federados, también subir constantemente contenido multimedia ya sea nacional o internacional para motivar a los usuarios, más**

**transmisiones en vivo para dar a conocer el deporte y los atletas, perfiles para los atletas seleccionados y subir las noticias al instante, para mantener la interacción.**

- **Entrevista:** a Gustavo Juárez Flores, Maestro Fide de ajedrez
  1. ¿Considera que la Federación Nacional de Ajedrez le da un buen uso a Facebook?

**Me parece que la Federación esta haciendo lo posible para mantener a los usuarios informados por medio de esta herramienta, si bien es cierto que le falta más interacción con los usuarios, como también mas eficacia a la hora de subir la información, ya que no lo hacen rápido.**

2. ¿La Federación Nacional de ajedrez apoya al atleta por medio de Facebook?

**En Guatemala el ajedrez ha venido creciendo como deporte, lastimosamente no es tan apoyado como otros deportes, pero sigue siendo un deporte con el cual se pueden vivir experiencias diferentes, hoy en día se juega más por pasión al dedicarle horas de juego, no es solo un hobby también es un deporte muy jugado en todo el mundo, a mi parecer Facebook ha abierto una puerta para apoyar al atleta desde colocar su biografía, eventos, torneos que se juegan, también transmisiones en vivo para darse a conocer, son pequeños detalles que hacen que el ajedrez en Guatemala crezca, entonces me parece que se puede apoyar al atleta por**

**medio de Facebook pero la Federación no lo hace constantemente y por eso se pierde el interés.**

3. ¿En qué ha beneficiado el uso de Facebook a la Federación Nacional de ajedrez?

**Hay muchos padres de familia que son seguidores de la página por que sus hijos compiten en ramas juveniles, también hay seguidores de todo el mundo, ya que ven a Guatemala participar y foguarse a nivel zonal, hay muchos seguidores que fuera de las fronteras están al tanto de lo que pasa en el Ajedrez Nacional.**

4. ¿En que podría mejorar el perfil de Facebook de la Federación Nacional de ajedrez?

**A mi parecer al perfil de Facebook de la Federación le hace falta más información actualizada, un poco mas de contenido multimedia, más transmisiones en vivo ya que no siempre las hacen, tendrían que colocar a una persona para que se encargue de todo el tema de las redes.**

- **Entrevista:** a Juan José Quintana, Arbitro Nacional de Ajedrez y trabajador de la Federación Nacional de ajedrez

1. ¿En qué ha beneficiado el uso de Facebook a la Federación Nacional de Ajedrez?

**Gracias a la comunicación que realiza la Federación nacional de ajedrez por medio de Facebook se ha acrecentado la afición, lo que hace que haya más competencia y llegue más gente a observar las partidas.**

2. **¿Cómo es el jugador de ajedrez en la red social Facebook?**

**El jugador de ajedrez en Facebook es como cualquier otra persona, como cualquier otro seguidor de alguna otra página normal, navegan por el perfil para ver las actualizaciones y reaccionan a las publicaciones como memes o informarse acerca de algún evento cercano.**

3. **¿La Federación Nacional de ajedrez cuenta con un community manager o un encargado específico en el área de las redes sociales?**

**No existe un community manager, ni nadie en específico que maneje el Facebook de la Federación, sino que la tarea de subir información a la página de red social Facebook es delegada en muchas ocasiones a diferentes personas que tienen acceso al perfil de Facebook.**

4. **¿Cómo es la interacción con el jugador en la red social Facebook?**

**Se trata de responder las preguntas con rapidez y con la información exacta que nos piden, porque siempre nos piden información de eventos, calendarios o resultados, no siempre se puede responder rápido porque no existe una persona encargada para el Facebook.**

5. ¿Qué tiene pensado la Federación Nacional de Ajedrez para mejorar el perfil de Facebook y los puntos específicos como la interacción, información eficaz, transmisiones en vivo, etc.?

**La Federación busca brindarles a los atletas y seguidores del perfil la mejor información, si bien es cierto que en muchas ocasiones no hay quien pueda subir el contenido multimedia, como las fotos o videos de los eventos y se terminan subiendo algunas horas más tarde, se trata la forma de mantener actualizado el perfil de la mejor manera, uno de los puntos para mejorar toda la información, interacción y lo anterior mencionado por ti, sería conseguir una persona específica que se encargue del manejo de esta herramienta para conseguir mas seguidores y mantener satisfechos a los usuarios.**