



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciado en
Comunicación Social.

**“Análisis de la influencia de las redes sociales en los jóvenes de 18 a 24 años para la
realización de un Plan de Comunicación, en los alumnos de la carrera de
Comunicación Social, FACSO, Universidad de Guayaquil 2016”**

Jonathan Oswaldo Holguín Suárez

TUTOR
LCDO. JORGE RUBIANES MORALES

Guayaquil - Ecuador

Abril 2016

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: “ Análisis de la influencia de las redes sociales en los jóvenes de 18 a 24 años para la realización de un Plan de Comunicación, en los alumnos de la carrera de Comunicación Social, FACSO, Universidad de Guayaquil 2016”		
AUTOR/ES: Jonathan Oswaldo Holguín Suárez	TUTOR: Lcdo. Jorge Rubianes Morales	
	REVISORES:	
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil	FACULTAD: Comunicación Social	
CARRERA: Comunicación Social		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	No. DE PÁGS: 130	
TÍTULO OBTENIDO: Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social		
ÁREAS TEMÁTICAS: Comunicación Publicitaria		
PALABRAS CLAVES: Adicción, Arpanet, circuito integrado, Nsfnet, polisémico, pretéritos, tecnofilia, tecnofobia, tipificar, Usenet.		
RESUMEN: El presente documento de titulación busca analizar la influencia de las redes sociales con los jóvenes de 18 a 24 años de la carrera de Comunicación Social, “FACSO” de la Universidad de Guayaquil, sobre la gran atracción, sedentarismo, adicción, dependencia y entretenimiento que hacen estos medios comunicacionales y que se usa diariamente en la actualidad, desperdiciando el tiempo en cosas que a veces no tiene sentido. Las redes sociales envuelven a los estudiantes de “FACSO”, a tener varios cambios en su vida social, obteniendo varias actitudes dentro de su entorno estudiantil y familiar, por esta manera se propone la ejecución de un Plan Comunicacional, para el mejor uso de las redes sociales. Se usaron encuestas dirigidas a los estudiantes de la carrera de Comunicación Social, “FACSO”, para conocer de manera concreta, específica esta problemática social que atrapa fácilmente a los estudiantes. Seleccionaremos los posibles medios para poder actuar y desarrollar el Plan de Comunicación. Mediante audiovisuales reproductores, publicidad y una carta de motivación dirigida a los docentes, se expuso las estrategias para cumplir con el objetivo, que es llegar a informar, concienciar a los estudiantes de “FACSO”, para que realicen un buen uso a las redes sociales. Facebook, whatsapp, Twitter, Instagram y otras redes, no es medio para solo chatear, para entretenerse o para tener una adicción, sino para informarse de hechos actuales del mundo, comunicarse para destinar metas y expresarse responsablemente, públicamente como un futuro licenciado en comunicación social.		
No. DE REGISTRO (en base de datos):	No. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES Jonathan Oswaldo Holguín Suárez	Teléfono: 0980125988	E-mail: jonatholguin@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre:	
	Teléfono:	Ext.
	E-mail:	

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de la facultad de Comunicación Social, por el presente:

CERTÍFICO

Que he analizado el trabajo de titulación presentado por el señor Jonathan Oswaldo Holguín Suárez, como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el grado licenciado en Comunicación Social.

LCDO. JORGE RUBIANES MORALES

Tutor

Guayaquil - Ecuador

Abril 2016

CERTIFICACIÓN DEL LECTOR - REVISOR

En mi calidad de lector revisor de la facultad de Comunicación Social, por el presente:

CERTÍFICO

Que he analizado el trabajo de titulación presentado por el señor Jonathan Oswaldo Holguín Suárez, como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el grado licenciado en Comunicación Social.

Lcdo. Lenín Torres A, MSc

Docente Lector - Revisor

Guayaquil - Ecuador

Abril 2016

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

Los miembros designados para la sustentación aprueban el trabajo de titulación sobre el tema: **Análisis de la influencia de las redes sociales en los jóvenes de 18 a 24 años para la realización de un Plan de Comunicación, en los alumnos de la carrera de Comunicación Social, FACSO, Universidad de Guayaquil 2016**

Egresado:

Jonathan Oswaldo Holguín Suárez

CC: 0927282020

De la facultad de Comunicación Social

Guayaquil, abril 2016

Para constancia firman

ACTA DE RESPONSABILIDAD

El egresado de la facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, el señor Jonathan Oswaldo Holguín Suárez, deja constancia escrita de ser el autor responsable del trabajo de titulación presentado, por cual firma:

Jonathan Oswaldo Holguín Suárez

CC: 0927282020

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación me corresponde exclusivamente a mí y al patrimonio intelectual de la misma Universidad de Guayaquil.

Jonathan Oswaldo Holguín Suárez

CC: 0927282020

AGRADECIMIENTO

En el presente trabajo de tesis, primeramente me gustaría agradecerle a Dios por bendecirme, por llegar hasta donde he llegado, porque hizo realidad este sueño anhelado que es graduarme como licenciado en Comunicación Social.

En especial a mis estimados padres, Oswaldo Holguín León y Eugenia Suárez Quimis, quien por ellos soy quien soy y he llegado hasta donde estoy, porque ellos siempre me ha dado esas palabras de aliento que necesitada cada vez que intentaba rendirme, a quien quiero darle ese orgullo de verme graduado y a desarrollarme profesionalmente.

A mi tutor de tesis, Lcdo. Jorge Enrique Rubianes Morales, por toda su comprensión, ayuda y sobre todo la paciencia que tuvo durante el proceso de la realización del trabajo de titulación.

Son muchas las personas como docentes, compañeros amigos que han formado parte de mi vida profesional a las que les encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida.

Cabe recalcar que los agradecimientos son a muchas personas y familia quienes han sido mi gran apoyo en este largo proceso, por eso mil gracias.

Jonathan Oswaldo Holguín Suárez

Índice

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	I
APROBACIÓN DEL TUTOR	II
CERTIFICACIÓN DEL LECTOR - REVISOR.....	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR.....	IV
ACTA DE RESPONSABILIDAD	V
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	VI
AGRADECIMIENTO	VII
RESUMEN	XV
ABSTRACT.....	XVI
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
1. TEMA.....	3
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.2.1. CONTEXTUALIZACIÓN.....	3
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.4. UBICACIÓN DEL PROBLEMA EN SU CONTEXTO	4
1.5. SITUACIÓN EN CONFLICTO.....	5
1.6. ALCANCE	6
1.7. RELEVANCIA SOCIAL.....	6
1.8. OBJETIVOS.....	7
1.8.1. OBJETIVO GENERAL.....	7
1.8.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
1.9. JUSTIFICACIÓN.....	8
1.9.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	8
1.9.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	8
1.9.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	9
1.10. HIPÓTESIS.....	10
1.10.1. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	10
CAPÍTULO II.....	11
1. INTRODUCCIÓN	11
2.1. FUNDAMENTACIÓN HISTÓRICA.....	11
2.1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS	11

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	18
INVESTIGACIÓN	18
INFLUENCIA	20
HISTORIA DE LA INFORMÁTICA HASTA LA EVOLUCIÓN DE LAS REDES SOCIALES	20
ANTECEDENTES DE LAS REDES SOCIALES	24
TWITTER	24
INSTAGRAM.....	26
WHATSAPP.....	27
FACEBOOK.....	28
LAS REDES SOCIALES Y LA JUVENTUD.....	30
COMUNICACIÓN	31
PLAN.....	32
PLAN DE LA COMUNICACIÓN	33
2.3 FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLOGÍA.....	34
2.3.1 FUNDAMENTACIÓN EDUCATIVA	35
2.3.2 FUNDAMENTACIÓN PSICOLÓGICA	37
2.3.3 FUNDAMENTACIÓN TECNOLÓGICA.....	38
2.3.4 FUNDAMENTACIÓN SOCIOLÓGICA.....	40
2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL	41
2.5 DEFINICIONES DE TÉRMINOS	47
CAPÍTULO III	49
3.1. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	49
NIVEL TEÓRICO:.....	49
MÉTODO ANALÍTICO-SINTÉTICO	49
MÉTODO INDUCTIVO-DEDUCTIVO	49
HISTÓRICO-LÓGICO	49
NIVEL EMPÍRICO:.....	50
ENCUESTAS.....	50
EXPLORATORIO.....	50
3.2. POBLACIÓN	50
3.3. MUESTRA	51
CAPÍTULO IV	53
ENCUESTAS.....	57
ANÁLISIS E INTERPRETACIONES	75

CAPÍTULO V.....	78
5.1 INTRODUCCIÓN.....	78
5.2 OBJETIVOS.....	79
5.2.1 OBJETIVO GENERAL	79
5.2.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS.....	79
5.3 JUSTIFICACIÓN.....	79
5.4 PÚBLICO OBJETIVO	80
5.4.1 SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA	80
5.4.2 SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA.....	80
5.4.3 SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA.....	81
5.4.3.1 PERSONALIDAD	81
5.4.3.2 ESTILO DE VIDA-ACTIVIDADES	81
5.4.3.3 HÁBITOS Y COMPORTAMIENTO DE VIDA	81
5.4.3.4 INTERESES	82
5.5 PROMESA O BENEFICIO:.....	82
5.6 ARGUMENTO DE LA PROMESA:.....	83
5.7 CONCEPTO DE PROPUESTA.....	83
5.8 ACCIONES	84
5.9 CONTENIDOS	84
5.10 MENSAJE	84
ASPECTO A DIFUNDIR	84
MENSAJES.....	84
ACTIVIDAD	84
PERSONAJES IMPORTANTES EN EL PROCESO DEL USO DE LAS REDES SOCIALES.....	84
“RESPONSABLEMENTE CONÉCTATE Y COMUNÍCATE CON LAS REDES SOCIALES”.....	84
SPOT AUDIOVISUAL.....	84
ESTRATEGIAS DE ENTORNO EDUCATIVO.....	84
UNA BUENA PROMOCIÓN SOBRE EL USO CORRECTO DE LAS REDES SOCIALES, SE PODRÁ EVITAR QUE ELLOS LAS UTILICEN PARA OTRAS ACTIVIDADES NO ACADÉMICAS.....	84
SPOT AUDIOVISUAL.....	84
5.11 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	84
5.11.1 ESTRATEGIA PARA VIDEO.....	85

ESTRATEGIA DE AUDIOVISUAL	86
5.12 PLAN DE CAMPAÑA	86
5.12.1 ESTRUCTURACIÓN DE LA CAMPAÑA AUDIOVISUAL E INTERNET.....	87
ESTRUCTURA DEL AUDIOVISUAL	87
SINOPSIS DEL VIDEO.....	87
5.13 ESTUDIO DEL GUIÓN	87
5.14 GUIÓN TÉCNICO	87
ESTRUCTURACIÓN DE LA HOJA VOLANTE.....	97
PRESUPUESTO	99
CAPÍTULO VI	100
6.1. CONCLUSIONES	100
6.2. RECOMENDACIONES.....	102
BIBLIOGRAFÍA	103
ANEXOS	109

Índice de cuadros

Cuadro #1.....	25
Cuadro # 2.....	26
Cuadro# 3.....	27

Índice de tablas

Tabla #1	10
Tabla #2	52
Tabla # 3	53
Tabla # 4	55
Tabla # 5	57
Tabla # 6	59
Tabla # 7	61
Tabla # 8	63
Tabla # 9	65
Tabla # 10	67
Tabla # 11	69
Tabla # 12	71
Tabla # 13	73
Tabla # 14	75
Tabla # 15	80
Tabla #16	84

Índice de gráficos

Gráfico # 1	53
Gráfico # 2	55
Gráfico # 3	57
Gráfico # 4	59
Gráfico # 5	61
Gráfico # 6	63
Gráfico # 7	65
Gráfico # 8	67
Gráfico # 9	69
Gráfico # 10	71
Gráfico # 11.a.....	73
Gráfico #11.b.	74
Gráfico # 12	75



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Análisis de las redes sociales y su influencia en los jóvenes de 18 a 24 años para la realización de un Plan de Comunicación, en los alumnos de la carrera de Comunicación Social, FACS, Universidad de Guayaquil 2016

RESUMEN

El presente documento de titulación busca analizar la influencia de las redes sociales con los jóvenes de 18 a 24 años de la carrera de Comunicación Social, “FACS” de la Universidad de Guayaquil, sobre la gran atracción, sedentarismo, adicción, dependencia y entretenimiento que hacen estos medios comunicacionales y que se usa diariamente en la actualidad, desperdiciando el tiempo en cosas que a veces no tiene sentido. Las redes sociales envuelven a los estudiantes de “FACS”, a tener varios cambios en su vida social, obteniendo varias actitudes dentro de su entorno estudiantil y familiar, por esta manera se propone la ejecución de un Plan Comunicacional, para el mejor uso de las redes sociales. Se usaron encuestas dirigidas a los estudiantes de la carrera de Comunicación Social, “FACS”, para conocer de manera concreta, específica esta problemática social que atrapa fácilmente a los estudiantes. Seleccionaremos los posibles medios para poder actuar y desarrollar el Plan de Comunicación. Mediante audiovisuales reproductores, publicidad y una carta de motivación dirigida a los docentes, se expuso las estrategias para cumplir con el objetivo, que es llegar a informar, concienciar a los estudiantes de “FACS”, para que realicen un buen uso a las redes sociales. Facebook, whatsapp, Twitter, Instagram y otras redes, no es medio para solo chatear, para entretenerse o para tener una adicción, sino para informarse de hechos actuales del mundo, comunicarse para destinar metas y expresarse responsablemente, públicamente como un futuro licenciado en comunicación social.

PALABRAS CLAVES: Adicción, Arpanet, Circuito Integrado, Nsfnet, Polisémico, Pretéritos, Tecnofilia, Tecnofobia, Tipificar, Usenet



ABSTRACT

This document titration seeks to analyze the influence of social networks with 18- to 24-year career of Social Communication, "FACSO" at the University of Guayaquil, on the big attraction, sedentary lifestyle, addiction, dependence and entertainment They make these communications media and is used daily at present, wasting time on things that sometimes makes no sense. Social networks involve students "FACSO" have several changes in their social life, obtaining various attitudes within its student and family environment, thereby executing a Communication Plan proposes, for the best use of the social networks. surveys of students in the career of Social Communication, "FACSO" to know in a concrete, specific this social problem that easily catches the students were used. Select possible means to act and develop the Communication Plan. By media players, advertising and a motivation letter addressed to teachers, strategies to achieve the objective, which is to inform, educate students "FACSO" was exposed, to perform good use social networks . Facebook, Whatsapp, Twitter, Instagram and other networks, is no way to just chat, for fun or to have an addiction, but to find out about current events in the world, communicate to target goals and express responsibly publicly as a future graduate in communication social.

KEYWORDS: Addiction, Arpanet, Integrated Circuit, NSFNET, Polysemic, Pasts, Technophilia, Technophobe, Typify, Usenet.

INTRODUCCIÓN

Los avances tecnológicos hoy en día han permitido que el ser humano se comunique en tiempo real, sin importar espacio ni tiempo, y en el presente documento hace referencia a la problemática que caracteriza en los alumnos de Comunicación social, es decir, la poca importancia al buen uso de las redes sociales.

Los jóvenes de Comunicación Social son los profesionales que estarán en el camino del periodismo de nuestro país, y las redes sociales es un medio de comunicación y no de atracción, es por esta razón que el trabajo de titulación tiene como propósito de generar un alcance dentro del campo de comunicación social y el área de la ética a dar un cambio al alumnado, sobre la utilización de las redes sociales.

Este trabajo tiene como objetivo desarrollar una investigación a nuestros estudiantes de la carrera de Comunicación Social y tiene una meta de definir la metodología adecuada para este proyecto y plantear una propuesta.

Dentro del capítulo dos, se acentúa la fundamentación histórica, los antecedentes, la fundamentación teórica sobre las redes sociales, como influyen con los jóvenes, la educación, comunicación, plan de comunicación, etc., factores que influyen en la sociedad estudiantil.

La fundamentación epistemológica corresponde al aspecto psicológico, sociológico y educativo, teorías que describen el comportamiento y las actitudes de cada ser humano. La fundamentación legal, permite especificar los deberes, derechos y obligaciones que nos corresponde a cada ciudadano según la Constitución.

El capítulo tres, se centra la metodología, es decir, las herramientas que se utilizaron encuestas a la muestra de 243 personas de la población estudiantil de la carrera de Comunicación Social.

El siguiente capítulo, después que se realizó las encuestas designada a los alumnos de “FACSO”, tenemos que se interpretó y analizo los resultados de cada encuesta obtenido por alumnos del primero segundo, tercero, cuarto, quinto y sexto semestre hasta cuarto año de la carrera de Comunicación social.

Con esta encuesta se logró conocer las opiniones sobre el uso de las redes sociales y comentarios a la propuesta de la elaboración de un plan de comunicación para eliminar este problema social, lo que se describe en el capítulo cuatro de este documento.

La propuesta es un plan de comunicación para concienciar a los jóvenes de carrera de Comunicación Social que incluyen estrategias y tácticas específicas a fin de obtener el buen uso de las redes sociales.

Por esto se desarrollará una estrategia de comunicación que involucrará una campaña en diferentes medios audiovisual, videos comerciales y publicidad.

En conclusión se pudo conversar que esta problemática aún persiste y se quiere eliminar definitivamente con la implementación de este plan de comunicación, tratando de comunicar e informar sobre el uso de las redes sociales. Para esto recomendamos que se dé el gran apoyo y colaboración de las autoridades de la facultad de Comunicación Social.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1. Tema

“ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LOS JÓVENES DE 18 A 24 AÑOS PARA LA REALIZACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN, EN LOS ALUMNOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL, FACSO, UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL 2016”

1.2. Planteamiento del problema

El problema se genera cuando aparecieron las redes sociales, que en el transcurso que las maniobraron realizaban una atracción, una costumbre de abrir y entrar a cada minuto a estos medios comunicacionales. Los estudiantes de Comunicación Social, “FACSO”, tienen esta mala costumbre y no son guiados para tener un buen uso a las redes sociales, obteniendo como resultado olvidar los valores humanos en las aulas de “FACSO”. Muchos estudiantes en la actualidad utilizan las redes sociales no para comunicarse mutuamente con una información que tenga importancia, las utiliza para chatear y entretenerse en horas de clases formando una inquietud hacia sus compañeros y creando una adicción diaria del estudiantes.

1.2.1. Contextualización

Nuestra vida social ha cambiado por el fenómeno llamado redes sociales, que sin duda, son de gran ayuda para estar comunicado desde grandes distancias. Los jóvenes, hoy en día, son los que recurren a esta vida virtual, son presa fácil de

ellas, son atrapados durante las 24 horas de cada día y en cualquier lugar que se encuentre.

El problema se genera en que gran parte de los jóvenes de la carrera de Comunicación Social "FACSO", al estar conectados a las redes sociales y que en clases utilizan sus celulares, Tablets para chatear, publicar sus estados e informarse de sus contactos. Jóvenes que no han sido instruidos, ni han conversado del tema, no realizan su labor estudiantil, están más pendiente a este fenómeno social, teniendo una vida cibernética por no saber aprovechar el tiempo.

La vida de los jóvenes ha cambiado mucho por culpa de las redes sociales, tecnologías que tienen sus ventajas y desventajas. En este proyecto se buscará los motivos, del porque los jóvenes de la carrera de Comunicación Social "FACSO" recurren al fenómeno virtual.

1.3. Formulación del problema

¿Cómo influyen las redes sociales, en el desempeño de los estudios, en los alumnos de la carrera de Comunicación Social, "FACSO", y la afectación en su desarrollo académico?

1.4. Ubicación del problema en su contexto

Guayaquil capital de la provincia del Guayas, se caracteriza por ser una de las ciudades más extensa y pobladas del Ecuador, con una población de 3.113.725 habitantes.

Guayaquil cuenta con la universidad más grande del país, la Universidad de Guayaquil, tiene 18 Facultades, una de ellas es la facultad de Comunicación Social (FACSO), donde realizaremos nuestro análisis de las redes sociales con los estudiantes de 18 a 24 años de edad, de la carrera de Comunicación Social.

La Universidad de Guayaquil está ubicada en la parte norte de Guayaquil en la ciudadela Universitaria "Salvador Allende", Malecón del Salado entre Av. Delta y Av. Kennedy, pero la facultad de Comunicación Social se encuentra en parroquia Tarqui, en la parte norte de la ciudad, en la ciudadela Quisquís, Calle Eugenio Espejo entre Héctor Toscano y Abel Romeo Castillo.

1.5. Situación en conflicto

Las redes sociales cuando aparecieron fueron acogida por muchas personas, transcurriendo el tiempo las utilizan sin una instrucción para maniobrarlas, teniendo un comportamiento adictivas a ellas y creando un problema social.

Los jóvenes de la carrera de Comunicación Social "FACSO", presumiblemente son adictos a las redes sociales, estando en jornada estudiantil crean sus espacios cibernéticos, desperdiciando su tiempo y olvidando la ética que debemos cumplir, perdiendo los valores humanos como, el respeto, la responsabilidad, el crecimiento, la disciplina etc. que debemos tener frente al prójimo.

Las redes sociales llegaron para quedarse en nuestra vida, pero debemos controlarlas, no ser controlados por ellas, y es que al no tener instructor para utilizarlas nos dejamos llevar de la moda virtual, distrayéndonos en nuestros hogares, en nuestro desempeño académico y hasta en nuestra vida social, formando un ciclo virtual.

En la facultad se puede observar que los jóvenes utilizan frecuentemente las redes sociales para comunicarse o subir fotos de sus acontecimientos, la gravedad es que las utilizan dentro de clases distrayendo a los demás estudiantes y no instruyéndose como un profesional.

Usar las redes sociales es de gran ayuda para comunicarse e informarse pero usándolas en clases causa un mal comportamiento de parte del estudiante, no vale de nada ir a la Facultad, recibir clases y no tomar atención, una mala organización del estudiante hace perder su tiempo, perder sus valores, uno de ellos y el más importante es el respeto con sus compañeros y docentes.

La “FACSO” cuenta con alumnos de Comunicación Social, Publicidad, Diseño Gráfico, Hotelería y Turismo donde cumplen su labor estudiantil, recibiendo materias de diferentes ramas sin ninguna instrucción de parte del docente para el buen uso y manejo de las redes sociales.

Este proyecto está diseñado específicamente no para dar clases para el buen uso y manejo de las redes sociales sino para verificar el comportamiento frecuente de las redes sociales en nuestros jóvenes de la carrera de Comunicación Social "FACSO". ¿Cómo están influyendo las redes sociales? ¿Dónde estamos llegando con las redes sociales? y ¿Qué se está perdiendo con el uso frecuente de las redes sociales?

1.6. Alcance

1.6.1. Campo: ética, valores.

1.6.2. Área: comunicación social.

1.6.3. Aspecto: participación estudiantil.

1.6.4. Tema: Análisis de la influencia las redes sociales en los jóvenes de 18 a 24 años para la realización de un plan de comunicación, en alumnos de la carrera de Comunicación Social, FACSO, Universidad de Guayaquil 2016

1.7. Relevancia social

Esta problemática social no quiere decir que no debemos utilizar a las redes sociales, tenemos que darnos cuenta la afectación social que estamos o nos dirigimos, nos compete seguir comunicados pero a la misma vez ser educados.

Desde que aparecieron las redes sociales el mundo cambio, diariamente personas crean su perfil en una red social, jóvenes crean su vida virtual enlazando a sus amigos y contactos, creando un lapso virtual, que cuando se utiliza diariamente se hace acogedor y se hace costumbre, perdiendo su vida social y perdiendo los valores humanos, este proyecto surge porque el actual fenómeno social toma conjuntamente a los estudiantes a un comportamiento inusual en clases.

Al referirse a que todos tienen acceso a las redes sociales, se convierte casualmente en un abuzo, los estudiantes de la "FACSO utilizan mucho dichas redes, fuera y dentro de clases apartándose del respeto mutuo y convirtiéndose en adictos virtuales. Por eso se planifica disminuir el acceso frecuente a las redes sociales estando en clases de la facultad de Comunicación Social "FACSO".

De esta manera se beneficiará a los estudiantes la carrera de Comunicación Social "FACSO", que tendrán una campaña de comunicación creando concienciación sobre el uso y manejo de las redes sociales y así reencontrarse con los valores perdidos y mejorar el desempeño académico.

1.8. Objetivos

1.8.1. Objetivo general

- Analizar la influencia de las redes sociales en los jóvenes de 18-24 años de la carrera de Comunicación Social, "FACSO".

1.8.2. Objetivos específicos

1. Investigar cómo las redes sociales influyen en el proceso educativo de los jóvenes de 18-24 años de la carrera de Comunicación Social "FACSO".

2. Diagnosticar el impacto social del uso de las redes sociales en los jóvenes de 18-24 años de la carrera de Comunicación Social "FACSO".
3. Elaborar una propuesta de comunicación, para el mejor uso de las redes sociales, a través de una campaña de comunicación.

1.9. Justificación

1.9.1. Justificación teórica

La utilización impropia de las redes sociales causa una problemática con los estudiantes de la carrera de Comunicación Social "FACSO", lo que origina una distracción dentro del aula de no tomar asunto en su jornada estudiantil, e incrementando su poca importancia al estudiar y tener falencias en las materias.

Esta problemática social nace por la costumbre que tiene el estudiante de sacar el celular y estar conectado las 24 horas de cada día, sin tener respeto al docente, por eso es importante disminuir la utilización de las redes sociales en el aula para tener mejor rendimiento académico y darse cuenta que se está perdiendo de tener una vida social.

Los jóvenes creen que crecer en una vida cibernética los hace estar en la moda y olvidarse de que existen personas en su alrededor que pueden interactuar y conversar de hechos históricos y actuales. Este proyecto va dirigido a los jóvenes para que tengan un mayor rendimiento académico, gozar de una vida social y así recobrar los valores humanos que se han perdido en clases.

1.9.2. Justificación metodológica

En esta investigación y propuesta se busca disminuir, en los estudiantes el acceso a las redes sociales, donde los jóvenes de la carrera de Comunicación Social "FACSO", son atrapados fácilmente y llegan al punto de una adicción virtual. No toman conciencia que pueden sufrir de obesidad, al estar siempre con

su celular, Tablet o laptop sin tener una vida social o de realizar un deporte de su agrado.

Gran parte de jóvenes siguen utilizando cada día las redes sociales y es que con nuestra campaña comunicacional emprenderemos acciones al tema, para disminuir el impacto de las redes sociales con los jóvenes, fomentando el plan comunicacional para ejercer los valores humanos y tomar atención a clases.

1.9.3. Justificación práctica

La aportación de nuestra guía para poder maniobrar las redes sociales es una idea para que los jóvenes y personas que tengan el conocimiento de uso adecuado de ellas, para recuperar el respeto mutuo, los valores perdidos, la interacción social y desaparecer la adicción virtual.

El mal uso de las redes sociales es un problema que el ser humano genera cuando tiene una cuenta social que sirve para comunicarse desde grandes distancias y se la utiliza a cada instante, esto sucede porque no hay una guía que los oriente al utilizarlas y que haga recapacitar al estudiante de tener más control con las redes sociales.

El proyecto se enfoca en una estrategia adecuada al buen uso del internet y poder aprovechar a las redes sociales en clases y dentro de la vida del estudiante para empezar a cambiar el desempeño académico de los jóvenes y que cumplan con sus objetivos de terminar sus carreras universitarias. La estrategia adecuada que se propone mediante este proyecto es la integración de un plan comunicacional refiriéndose a las graves consecuencias que genera esta problemática.

1.10. Hipótesis

Si se realiza un plan comunicacional contra la adicción por las redes sociales, los jóvenes de la carrera de Comunicación Social "FACSO", aprovecharán el tiempo en cosas más beneficiosas como recuperar su vida social, sus estudios y sus valores.

1.10.1. Operacionalización de las variables

La operacionalización de variables permite la viabilidad de la misma y medir hasta donde llega el total de la investigación.

Tabla #1

VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR
Establecer la influencia de las redes sociales en los jóvenes de 18-24 años de la Carrera de comunicación social "FACSO".	Independiente	Investigación	100%
Elaborar una propuesta para el mejor uso de las redes sociales, a través de una campaña de comunicación.	Dependiente	Diseño de un plan Informativo	100%

Fuente: Jonathan Holguín Suárez

Elaborado: Jonathan Holguín Suárez

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

1. Introducción

Según Sabino en su documento de proceso de investigación conceptualiza el marco teórico de la siguiente manera:

“El marco teórico, también llamado marco referencial (y a veces, aunque con un sentido más restringido, denominado asimismo marco conceptual) tiene precisamente este propósito: dar a la investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos y proposiciones que permitan abordar el problema. Es decir, se trata de integrar al problema dentro de un ámbito donde éste cobre sentido, incorporando los conocimientos previos referentes al mismo y ordenándolos de modo tal que resulten útiles en nuestra tarea”.
(SABINO, 1996)

2.1. Fundamentación histórica

La fundamentación histórica tiene la finalidad de estudiar el pasado de cada hecho histórico, es la exposición, explicación oral o escrita fundamentando los sucesos que crecieron en tiempos pretéritos. Se hace entender historia a la descripción cronológica de los sucesos reales del pasado. Un ejemplo es el suceso histórico del descubrimiento de América que relativamente sucedió en el pasado.

2.1.1 Antecedentes históricos

Comunicación es todo acto de comunicarse con una o más personas y tenemos varias formas de comunicación, unas de las primeras fue la comunicación intrapersonal; que significa una comunicación interna, con uno mismo dando sus juicios e ideas. Luego tenemos la comunicación interpersonal que significa lo contrario que la intrapersonal, aquí hay una comunicación con una o más personas. Después tenemos comunicación masiva; que es toda aquella

comunicación que llega a las masas, que realiza un individuo o un grupo de personas mediante un transmisor (un medio).

Es así que comunicación es una necesidad y el hombre transcurriendo los años busco y encontró medios para comunicarse desde grandes distancia como fueron las palomas mensajeras, las señales de humo, que sirvió de mucha ayuda en esos tiempos.

En 1440 Gutenberg un hombre sabio que no quería leer en xilografía, empezó hacer experimento sobre el arte de imprimir y es así que nace la imprenta, invento que revoluciono a la humanidad. La primera impresión de Gutenberg fue la biblia, pasando los años crean las revistas y periódicos, medios que ayudan a comunicarse, a tener historia a la humanidad. Hubo muchos comentarios de las nuevas forma de comunicarse en ese tiempo y en el transcurso, obtienen un dispositivo de telecomunicación, el telégrafo que:

“Fue uno de los inventos que más revolucionó las comunicaciones, ya que permitía la comunicación a larga distancia de forma instantánea, algo impensable en aquellos años”. (NARÍA, 2012)

En 1754 cuando se descubrió la electricidad las personas comenzaron a entender como la podían aprovechar, que con trabajos cotidianos, innovar materiales que el hombre necesitaba para su necesidad. En 1860 Antonio Meucci inventa el teletrofono medio que da y recibe mensajes acústicos pero Graham Bell fue quien da forma a este medio y lo llama teléfono, medio de comunicación quien recibe y que puede enviar mensaje de voz a tiempo real. Después de este invento siguió Graham Bell en sus estudios científico y en:

1875, fue el primero en conseguir que los sonidos pudieran escucharse a través de un cable. El descubrimiento y la medición de las ondas electromagnéticas propiciaron la creación del primer receptor de radio. Sin embargo, fue Marconi el que permitió con sus conocimientos que las señales sonoras pudieran propagarse hasta unos 20 kilómetros. Sin duda, todo un logro para la época. (REBOLLO, 2011)

Con las tecnologías de comunicaciones y los inventos como: el telégrafo, el teléfono, la radio, aparece, Blaise Pascal, quien inventa la calculadora y que fue nombrado el padre de la computadora, porque cuando dejó de existir deja un legado científico donde transcurriendo los años descubren al ordenador que forma parte de una historia de innovación para el hombre:

Al comienzo eran demasiado grandes, lentos y difíciles de manejar. Uno de los primeros fue el Eniac, construido en 1946 en Estados Unidos. El Eniac era enorme; sólo cabía en un cuarto del tamaño de un apartamento grande, pesaba 30 toneladas y consumía la energía necesaria para mantener encendidos 1.500 bombillos. En 1951, se creó el Univac 1, el primer computador que tuvo unas ventas exitosas (se vendieron 40). (NULLVALUE, 1997)

Todo comenzó por realizar técnicas que permitiera las realizaciones de cálculos en forma rápidas y precisas, después por las demandas de las guerras fue una necesidad, tener una computadora que tenga memoria, rapidez, confiabilidad, versatilidad y que tengan:

“Internet, como la conocemos hoy en día, es una infraestructura de información muy difundida, el prototipo inicial de lo que se llama a menudo la Infraestructura de Información Nacional (o Global, o Galáctica). Y su influencia no solo alcanza los campos técnicos de las comunicaciones informáticas, sino también a toda la sociedad, ya que nos movemos hacia un uso mayor de las herramientas en línea para el comercio electrónico, la obtención de información y las operaciones comunitarias”. (LEINER, 2011)

El avance tecnológico no se queda estabilizado, crean una forma de comunicarse desde grandes distancias como el telégrafo, el teléfono, la radio y adapta a una computadora al internet. Más adelante comenta, Aroche, sobre el mismo tema: “*Internet surgió de un proyecto desarrollado en Estados Unidos para apoyar a sus fuerzas militares. Luego de su creación fue utilizado por el gobierno, universidades y otros centros académicos*” (AROCHE, 2006).

Ante la posibilidad de crear un proyecto nuevo, Estados Unidos siguió con sus ideas para mantener el liderazgo americano que tenía en la ciencia y la

tecnología, dentro del campo militar que a veces presentaba. Y así nació el internet que fue una gran ayuda para comunicarse más rápido, y:

“En los años 60 el Ministerio de Defensa de Estados Unidos estableció una red interestatal, de modo que toda la defensa del país dependiera de la misma red y compartiera los recursos de ésta. Así nació Arpanet (Advanced Project Agency Net, llamada también Darpanet, por Defensa)” (CUADRA, 1996)

Gracias a los resultados de Arpanet que pueden relacionarse con dos o más personas, surge la comunicación virtual con procedimientos sociales, informándose, comunicándose de los acontecimientos más relevantes de esa época.

“La primera descripción documentada acerca de las interacciones sociales que podrían ser propiciadas a través del networking (trabajo en red) está contenida en una serie de memorándums escritos por J.C.R. Licklider, del Massachusetts Institute of Technology, en Agosto de 1962, en los cuales Licklider discute sobre su concepto de Galactic Network (Red Galáctica)” (AROCHE, 2006).

Siguieron los años pero los científicos y las personas que estaban interesados al uso de la revolución digital no se quedaron estáticos, querían más y es así que ellos avanzaron con la nueva red nombrada:

“Usenet que surgió a finales de 1970 y permitió a sus usuarios compartir artículos o mensajes en grupos de noticias. A diferencia de los tableros de anuncios y foros, usenets, no utiliza servidores centralizados. Dieron origen a los primeros lectores de noticias, precursores de la RSS de hoy alimenta. Como resultado, varios otros "servicios en línea" han surgido, como Prodigy, CompuServe y Genie. Se popularizaron los espacios para el debate, para conocer gente, chatear y costos baratearán presentados” (VELO, 2010)

El avance tecnológico que hace el hombre está por encima de nuestra expectativa y transcurriendo los años, el mundo avanza como sucedió con la red Arpanet que creó una nueva modalidad para enviar archivos, información, comunicaciones y sobre todo, fue mucho más rápido y fácil, sucedió:

“En marzo de 1985, Ray Tomlinson (BBN) crea el correo electrónico en Arpanet. Surge por necesidad de comunicarse y como método de coordinación. El primer programa lee y envía. En julio, nueva versión que permitía: listar, elegir el que se quería ver, redirigir, reenviar mensajes y por supuesto enviar. El correo electrónico fue, sin duda la aplicación reina de internet hasta el web. Para muchos, es una aplicación básica en su trabajo hoy en día (incluso por encima del web)” (RIVERO, 2002)

El mundo no se queda atrás, grandes países ya tienen esta nueva modalidad revolucionaria y es acogida con fuerza, mucha atracción por el poder de las empresas, universidades, naciones, cambiando sus vidas por completo por él avance científico y es así que: *“En 1983 nace la Internet, con un gran número de usuarios y un crecimiento vertiginoso. Al unirse otros países y otras organizaciones se modifica para tener su espacio para cada uno de los usuarios”* (CUADRA, 1996)

Como todo proceso con el tiempo avanza y el internet estaba desafiando al ser humano por sus cambios. Tanto así que las personas estaban interesadas al usarlas, y que se vio el rápido incremento de usuarios que cada día crecía y que todavía está creciendo.

“Así, en 1985, Internet estaba firmemente establecida como una tecnología que ayudaba a una amplia comunidad de investigadores y desarrolladores, y empezaba a ser empleada por otros grupos en sus comunicaciones diarias entre ordenadores. El correo electrónico se empleaba ampliamente entre varias comunidades, a menudo entre distintos sistemas. La interconexión entre los diversos sistemas de correo demostraba la utilidad de las comunicaciones electrónicas entre personas” (AROCHE, 2006)

Arpanet es conocido como la revolución virtual y los primeros países que tuvieron acceso fueron Argentina, Austria, Bélgica, Brasil, Chile, España, Grecia, Irlanda, Corea y Suiza que eran los países conectados al internet. *“Después de un largo tiempo en los 1990 Arpanet deja de existir como tal, ahora es llamado Internet y el programa de desarrollo la NSFNET”* (RIVERO, 2002)

El ordenador ya no es un simple ordenador de hacer cálculo u ordenas apuntes, con el tiempo se convirtió en un objeto útil, porque el internet hizo un cambio social y también un cambio cibernético para los investigadores, profesionales que querían saber más del mundo.

“Internet que es una gran red internacional de ordenadores. (Es, mejor dicho, una red de redes, como veremos más adelante). Permite, como todas las redes, compartir recursos. Es decir: mediante el ordenador, establecer una comunicación inmediata con cualquier parte del mundo para obtener información sobre un tema que nos interesa, ver los fondos de la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos, o conseguir un programa o un juego determinado para nuestro ordenador” (CUADRA, 1996)

Después del internet se vinieron la nueva opción para poder comunicarse en un ordenador, para estar actualizado y poder realizar con facilidad algunas tareas. Isabel Ponce nos comenta en historia de redes sociales.

“Trazar la historia de las redes sociales no es una tarea fácil, su origen es difuso y su evolución acelerada. No existe consenso sobre cuál fue la primera red social, y podemos encontrar diferentes puntos de vista al respecto” (PONCE, 2012)

Posteriormente de Arpanet e internet comenzaron a enviar correo y a inventar algo entretenido para tener a la mano comunicación, interacción social con la sociedad y masas.

“Se puede señalar que los sitios web que marcar un inicio en la historia de las redes sociales con características sociales que empezaron a surgir a mediados de la década de los 90. Classmates.com y theglobe.com son los primeros sitios sociales que más se acercan a la definición de redes sociales” (SEDANO, 2012: 14)

Inventan a las redes sociales y el mundo no está preparado para recibirlas, las personas no se asesoran, ni se instruyen y las comienzan a utilizar, porque quieren salir de la curiosidad, quieren experimentarlas para saber el nuevo invento de la era.

“Classmates que nació en 1995 como un sitio para ayudar a la gente a encontrarse con los ex compañeros de clases y del trabajo marcando ya la diferencia para hacer historia en la vida cibernético”. (SEDANO, 2012: 14)

Desde la llegada del internet que se convirtió en una gran ayuda para comunicarse desde las grandes distancias, vinieron las redes sociales que recurriendo a otros factores de comunicaciones actuales, más ideas para que millones de personas recurran al mundo virtual y puedan maniobrarlas, es así que.

”SixDegrees.com, lanzado en enero de 1997 por MacroView Comunicaciones con sede en Nueva York, puede ser considerado el primer sitio con todas las características principales de las redes sociales modernas. De hecho, el sitio ofrece a los usuarios la capacidad de crear su propio perfil público en línea, para gestionar una lista de contactos e interactuar con otros usuarios a través de mensajes privados”. (GIONTI, 2010)

Unas se quedan y unas se van, las mejores están pasando por un gran momento porque sus consumidores cada día aumentan por su gran atracción cibernética y los jóvenes están al día de lo que pasa en las redes sociales, jóvenes que son los principales consumidores que le dan vida a estos medios comunicacionales.

“Del año 1997 al año 2001, aparecieron AsianAvenue, Blackplanet y Mi Gente, los cuales permitían a los usuarios crear relaciones personales y profesionales, creando perfiles que consentían identificar amigos en sus redes sin pedir la aprobación de esas conexiones. Desde entonces diversas redes se han creado unas permanecen y otras han desaparecido, según la zona geográfica el líder puede ir cambiando, pero a la fecha los principales competidores a nivel mundial son: Hi5, MySpace, Facebook y Twitter”. (ASPIAZU, 2009)

Hoy Facebook es el modelo de una red social exitosa, Mark Zuckerberg, su fundador, tiene una visión de crecimiento horizontal, red que no se queda estática y al pasar de los años sigue evolucionando.

“Las nuevas redes que surgen en los años 2000 marcan una diferencia con sus antecesoras. *Ryze* (2001) y *LinkedIn* (2003) adquieren un tomo más sobrio y se inclinan por promocionar las conexiones profesionales y empresariales. Sin embargo, serán Friendster, MySpace y Facebook las que realmente logren el gran éxito y popularicen los servicios de redes sociales”. (SEDANO, 2012: 14)

Cuando apareció el internet nadie se imaginaba que iba a hacer lo que ha hecho, estar en todos los rincones del mundo, conectado a una red social en cualquier ocasión y que la mayoría de las personas en el mundo la utilice diariamente.

“Desde la llegada de Facebook, los usuarios de MySpace comenzaron a migrar y la compañía no tuvo forma de detenerlos. Simplemente no pudieron estar encima de la tecnología necesaria para mantener a sus usuarios. Los únicos que permanecieron en MySpace de forma activa fueron los músicos, que encontraban en la plataforma una manera genial de auto promocionarse. En 2008, Facebook definitivamente superó a MySpace en visitas, y el resto fue historia”. (BARBARAPVN, 2012)

2.2 Fundamentación teórica

El señor José Padrón indica que la fundamentación teórica es:

“El término ‘teoría’ es altamente polisémico: con él suelen designarse muchas cosas, a veces notoriamente diferentes entre sí. Considérese el conjunto de las siguientes citas, todas referidas a la palabra ‘teoría’ y donde intervienen escritores, artistas, filósofos, etc.”. (PADRÓN, 1994)

Investigación

Una investigación es un proceso sistemático, organizado y objetivo. El propósito es responder a una pregunta o hipótesis y así tener conocimiento de una información desconocida.

Desde el punto de vista de su etimología, investigar proviene del latín *in* (en) y *vestigare* (hallar, inquirir, indagar, seguir vestigios) lo que

conduce al concepto más elemental de <descubrir o averiguar alguna cosa, seguir la huella de algo, explorar>. De esta manera se podría considerar a un investigador, como aquella persona que se dedica a alguna actividad de búsqueda, independiente a su metodología, propósito e importancia. (GRAJALES, 2000)

La investigación es una actividad de investigar, hallar un tema para dar con la verdad y no creer en mitos, dentro de la investigación encontramos al análisis quien es la que realiza una síntesis del tema.

Análisis

Para concebir el análisis se deberá entender un problema, un hecho con lo verídico según la propuesta de Noguero:

“Análisis que se opone lógicamente a la síntesis, ya que ésta consiste en la composición ordenada de los elementos diferentes de un todo, o sea, se basa en una operación contraria a la analítica”. (NOGUERO, 2002).

El análisis y la investigación casi tienen una actividad similar, el análisis identificar los componentes de un todo, separa y examina para lograr acceder a sus principios más elementales en cambio la investigación mediante observación, la experimentación, obtiene nuevas informaciones y conocimientos que necesitan para ampliar los diversos campos de la ciencia y la tecnología.

El analista debe ser un administrador de recursos de información, que no lo sabe todo, pero maneja herramientas para encontrar materia prima destinada a la producción de información útil. Al mismo tiempo, tendrá un mayor control sobre proyectos de investigación y desarrollo, en temas cada vez más específicos. (DOMÍNGUEZ, 2007)

Construir y centralizar un análisis social nos ayuda a realizar una buena investigación en cualquier investigación así los indica y cuestiona desde algún tiempo atrás.

“Desde hace décadas las tradiciones dominantes en las Ciencias Sociales han construido los modos de explicación científica, bien a partir de modelos causales, que generalmente se han aplicado a estructuras *macro* –sociales o económicas–, bien a partir de modelos intencionales que han servido para construir explicaciones de naturaleza *micro*, que se centran en la conducta individual”. (MENÉNDEZ, 2003)

Influencia

En el proyecto que se desarrolla tiene el particular interés de la investigación la influencia en el tema y seguimos acotando que todo lo que influye tiene un poder hacia y dentro del factor para construir una meta, un resultado, Yukl nos comparte:

"La influencia es la esencia del liderazgo. Para el líder es necesario vender sus ideas, ganar la aceptación de planes y políticas y motivar a otros para apoyar e implementar sus decisiones. La manera en que el poder es ejercido incluye el comportamiento de influencia". (YUKL, 1998)

Influir socialmente nos permite conocernos y que nos conozcan cómo somos, los factores que permite influir es nuestras palabras y comportamiento, nuestro trato para socializarnos y así emprender para nuestro resultado. Por otra parte influencia social es la que una persona intenta influir en los comportamientos y actitudes de otros.

Depende de nosotros determinar el alcance y la calidad de esta red de personas con las que tenemos algo que ver y que quizá tienen la capacidad para influir en nuestra vida, ya que puede haber repercusiones, según sea los casos, tanto positivos como negativos. Que pueden llevarnos a un camino eterno para vida o perdición. (AGUILAR, 2013)

Historia de la informática hasta la evolución de las redes sociales

En el transcurso de los años el ser humano ha descubierto grandes inventos para la humanidad, una de ella es la calculadora que por la necesidad de realizar

tareas comunes, de manera ordenada, rápida y eficientemente, se descubrió inventos que se han acoplado y se ha perfeccionado para que cada persona lo tengan a su alcance y desde ese tiempo aparece informática.

“La informática es una ciencia que estudia métodos, procesos y técnicas, con los objetivos de almacenar, procesar y transmitir los datos y la información bajo formato digital. Se desarrolló rápidamente a partir de la segunda mitad del siglo pasado, con la aparición de tecnologías tales como el circuito integrado, internet y la tan difundida telefonía móvil (celular)”. (MENÉNDEZ R. , 2105)

Los grandes inventos fueron creados para quedarse y es que la informática es muy importante, porque desde que aparecieron los científicos de la informática, presentaban al mundo sus creaciones, que cada vez eran más avanzados, como hoy en día todavía se da.

“El ser humano desde épocas remotas ha necesitado medios para efectuar cálculos y procesar la información. Su complejidad se ha ido acrecentando con el tiempo, conforme surgían nuevas necesidades, y ha estado subordinada al progreso de la tecnología. Primero surgieron los instrumentos aritméticos, como el ábaco, desde los cuales se ha llegado a las calculadoras y ordenadores actuales” (BARZANALLANA, 2013)

Desde entonces la informática ayudo demasiado para que el hombre realice tareas científicas y evolucione a las tecnologías. *“Máquina electrónica, analógica o digital, dotada de una memoria de gran capacidad y de métodos de tratamiento de la información, capaz de resolver problemas matemáticos y lógicos mediante la utilización automática de programas informáticos”*. (ESPAÑOLA, 2014)

Con la creación de la máquina electrónica, aparece la computadora que por necesidad de realizar cálculos y desarrollar trabajos de matemáticas fueron la urgencia por hacer la computadora:

“La primera máquina calculadora programable, lo que ahora llamamos computadora, fue construida por un científico e inventor inglés llamado Charles Babbage en el siglo XIX. Babbage se inspiró en las

máquinas para hacer telares del francés Jacquard, que podían configurarse mediante tarjetas perforadas para tejer diferentes patrones. Construyó dos máquinas, la máquina diferencial y la máquina analítica. Ambas estaban construidas con base en elementos mecánicos que permitían hacer operaciones aritméticas. La máquina diferencial facilitaba el cálculo de tablas numéricas, utilizadas, por ejemplo, para la navegación y la astronomía, mediante el método de diferencias. Pero fue la máquina analítica el invento de Babbage que antecedió a las computadoras modernas” (SUCAR, 2008)

La computadora es un invento joven de no más de un siglo. Sin embargo es el resultado de múltiples creaciones e ideas de diversas personas a lo largo de varios años, desarrollando una comunicación más avanzada y apareciendo el:

“Internet que es una gran red internacional de ordenadores. (Es, mejor dicho, una red de redes, como veremos más adelante). Permite, como todas las redes, compartir recursos. Es decir, mediante el ordenador, establecer una comunicación inmediata con cualquier parte del mundo para obtener información sobre un tema que nos interesa, ver los fondos de la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos, o conseguir un programa o un juego determinado para nuestro ordenador. En definitiva: establecer vínculos comunicativos con millones de personas de todo el mundo, bien sea para fines académicos o de investigación, o personales”. (CUADRA, 1996)

Conociendo el internet el hombre permitió abrir la mente de jóvenes para comenzar a trabajar e inventar las conocidas redes sociales que cambiaría a las persona. Realizan este nuevo modo de comunicarse que causaría un cambio en el mundo, que transcurriendo los años se acogen fácilmente en la vida del ser humano y que cambiaría de un mundo social a en un mundo virtual y es que:

“Las redes sociales que en Internet son comunidades virtuales donde sus usuarios interactúan con personas de todo el mundo con quienes encuentran gustos o intereses en común. Funcionan como una plataforma de comunicaciones que permite conectar gente que se conoce o que desea conocerse, y que les permite centralizar recursos, como fotos y vídeos, en un lugar fácil de acceder y administrado por los usuarios mismos”. (CASTRO, 2014)

Cada avance es un paso para lograr la meta que se ha propuesto una persona o empresa y es así que el internet influyo dentro de la sociedad, gran parte

de las personas están conectados hoy en día en las redes sociales, por una rutina, no por una necesidad, es por una atracción fuerte para socializarse mucho más rápido.

“Estas redes sociales se han convertido en gran fuente de diversión y poder. Una de las ventajas de esta comunicación virtual, es que te puedes comunicar rápido e instantáneamente con cualquier persona sea donde este en cualquier punto del planeta. También te permite hacer negocios, trabajar e inclusive buscar trabajo. Una desventaja que la persona se puede convertir en adicto ya que pasa todo el día conectado en las redes, alejándose de la vida social”. (HIDALGO, 2014)

El interés de los jóvenes que utilizan las redes sociales ha aumentado transcurriendo el tiempo, dando mucha importancia a lo que llamamos internet, una persona hoy en día tiene internet en su Tablet, celular o laptop, corriendo el riesgo a una adicción y a enfermedades:

“Entre las enfermedades biológicas causadas por la adicción a las redes sociales podemos encontrar a la obesidad que es una acumulación excesiva de grasa corporal, esto sucede cuando la reserva natural de energía que se almacena en forma de grasa corporal se incrementa hasta un punto donde está asociada con numerosas complicaciones como Diabetes, Hipertensión, Enfermedades cardiovasculares, problemas articulares, Rodillas y las mujeres aparte de todas los problemas debido a la obesidad se le suman las alteraciones en la menstruación”. (DÍAZ, 2012)

Todo esto sería la causa de un descuido personal por su mala alimentación, falta de ejercicios por estar conectado las 24 horas del día en las redes sociales, dándole más tiempo a su vida virtual que a su vida social.

Una noticia reciente en televisión mencionaba que ha habido un aumento de ideas suicidas en jóvenes y adolescentes. Entrevistaban a una trabajadora de un centro de atención telefónica y apoyo psicológico para jóvenes y adolescentes. Con cierta emoción, destacaba el sentimiento de soledad tan profundo que sentían los adolescentes que llamaban: los jóvenes que llamaban decían que no podían hablar con nadie, no tenían a quien contarle sus problemas y eso les hundía en una depresión profunda. (RIBERA, 2015)

Este fenómeno virtual puede causar enfermedades como también caer en un abismo de soledad, lo correcto es saber maniobra las redes sociales usarlas no ser quien ellas nos usen.

Antecedentes de las Redes sociales

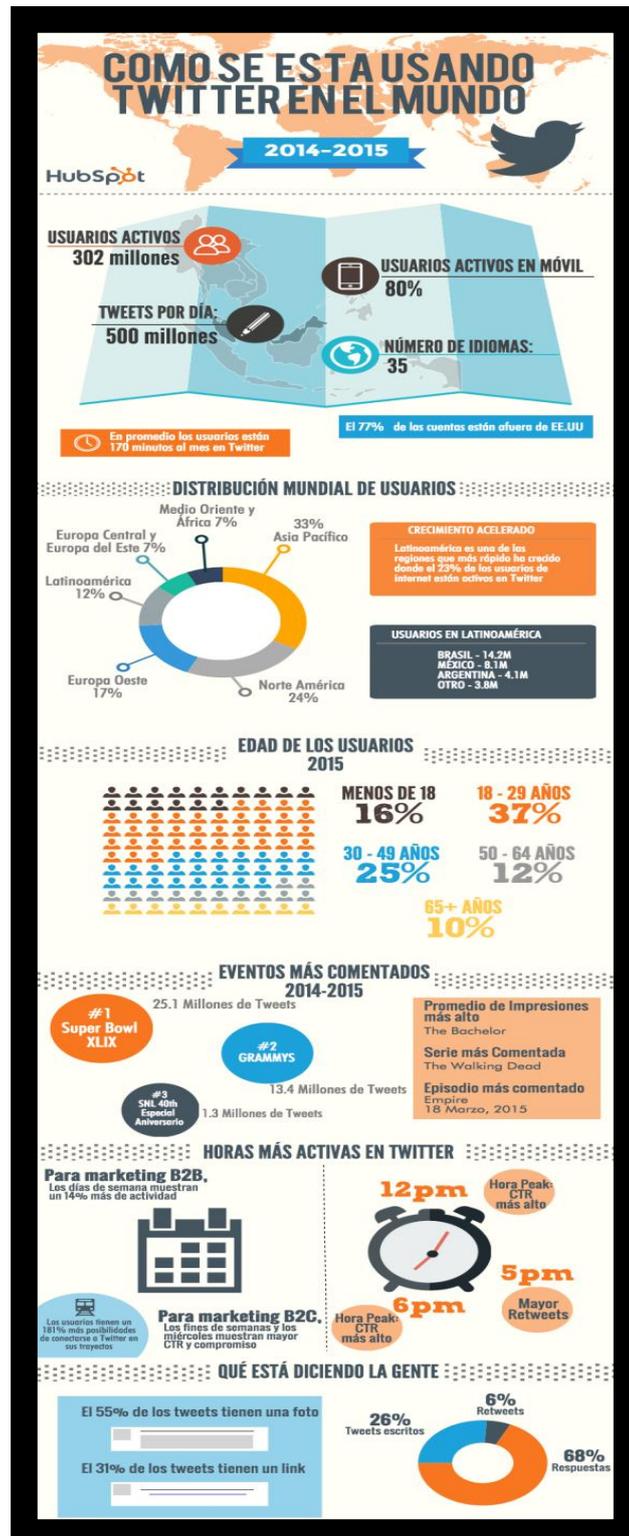
Gran número de redes sociales han marcado historia pero solo las mejores se han quedado en nuestro medio, cada año aumentan y entre las más importante tenemos; Twitter, YouTube, Instagram, Badoo, whatsapp, Facebook, Flickr, Google, Hi5, LinkedIn, MySpace, NowPublic, Pheed, Taringa, Tumblr. De estas redes sociales se describe las mayormente utilizadas.

Twitter

Como primera red social tenemos Twitter que nace en marzo del 2006, que nace por estudiantes de la Universidad de Cornell en Nueva York, Evan Williams, Biz Stone, Jack Dorsey y Noah Glass, y en la actualidad Jack Dorsey es cofundador es el presidente de la empresa y tiene un equipo de 18 personas.

“Twitter es una de las redes sociales más famosas que existe en la actualidad, este es el lugar donde muchas personas alrededor del mundo comparte información a través de mensajería instantánea. Twitter es un término en inglés que en nuestro idioma significa “trinar” o “gorjear”; es una aplicación gratuita de la web, de la red de microblogging que posee las ventajas de los blogs, mensajería instantánea y las redes sociales. Esta interesante forma de comunicación, nos permite ponernos en contacto en tiempo real con personas de interés por medio de mensajes de texto también denominados tweets, que no superen los 140 caracteres”. (SANTAELLA, 2014)

Cuadro #1



Fuente: <http://oinkmygod.com/>
Elaborado: Como se usa Twitter

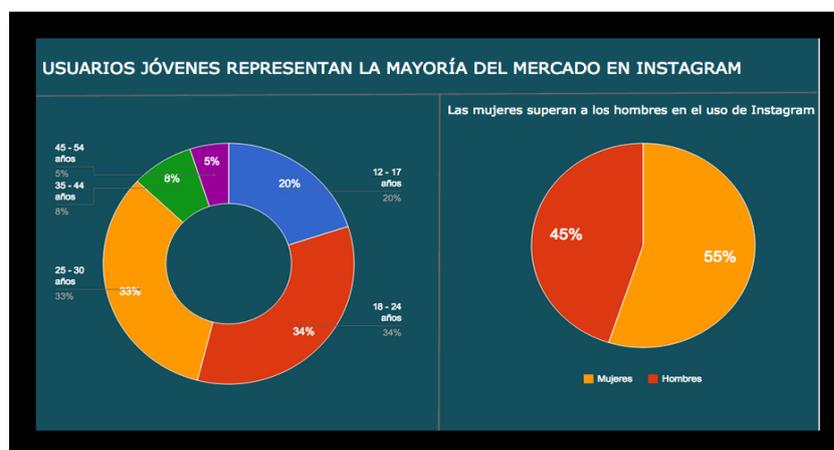
Esta red social tiene alrededor de 320 millones de usuarios activos en todo el mundo. Personas las utilizan para informarse y otras para expresarse. Los usuarios realizan unos 500 millones de Tweets al día. Tiene un 37% los usuarios de 18 a 29 años, un 25% los usuarios de 30 a los 49 años son los mayores porcentaje de edades que utilizan Twitter. Puedes subir un Twest y a la vez puedes subir una foto.

Instagram

Instagram es una red social recientemente creada por Kevin System y Mike Krieger, en octubre de 2010, con nuevas aplicaciones, puedes compartir fotos a las que se les puede aplicar efectos fotográficos como marcos, colores, bordes y diferentes tonos, en diferencia a otras redes sociales, como Facebook, Twitter y Flickr.

“Es una aplicación gratuita y fue creado con el idioma ingles pero hoy en día tiene algunos idiomas, en el 2012 llevo a los 100 millones de usuarios activos a la que se creó una nueva versión, la 4.0, a la que se le agregó la opción nueva de grabar videos desde el móvil con una duración máxima de 15 segundos. Y están planeando incrementar el uso de Instagram en el 2015. De hecho, quienes usan las redes sociales por 40 horas o más a la semana, planean intensificar el uso de Instagram en un 49% en 2015”. (VERMEREN, 2015)

Cuadro # 2



Fuente: <https://www.brandwatch.com>
 Elaborado: Las cinco principales de Instagram en 2015

Vemos una gráfica y un estudio donde la mayoría en usar Instagram son los jóvenes y las mujeres superan a los hombres en el uso de la red social con 55% mujeres y un 45% hombres.

Whatsapp

Fue creada en el 2009 por el ex empleado de Yahoo (sitio web que puedes hacer preguntas) el ucraniano Jan Koum y uno de sus trabajadores, Brian Acton. La red social estaba enfocada en que las personas que tengan la facilidad de enviar mensajes a tiempo real y comunicarse gratis sin tener saldo. Aplicación para que también las personas aprovechen a enviar fotos, videos y mensajes ilimitados, crear grupos de chat, enviar mensajes de voz y hasta poder llamar a otro usuario. En febrero de 2014 el creador de Facebook anunció que compraba esta aplicación por 21.000 millones de dólares. La preocupación de Mark Zuckerberg era que Whatsapp no tardaría en alcanzar los 3.000 millones de usuarios por eso fue el motivo alguno.

Cuadro# 3



Fuente: <http://andro4all.com>

Elaborado: whatsapp la marca mejor valorada

“Whatsapp es la aplicación líder en nuestro país en comunicación vía chat a través del móvil. Está entre las apps más descargadas, y aunque se desconozca cuántos usuarios tiene en España (la empresa no facilita datos por países), se barajan cifras entre los 10 y los 25 millones de usuarios. Pero eso no quiere decir que sea la única, ni la mejor” (SANTOS, 2015)

Facebook

Facebook es una de las redes sociales más conocida en el mundo y la más usada en el mundo, su creador es Mark Zuckerberg que fue fundada en el 2004 pero tardó 3 años para extenderse en el mundo, en el 2007 se desarrolló y comienza a tener versiones en español, portugués, francés, alemán y otros idiomas. Esta red comenzó principalmente para que los estudiantes busquen y agreguen estudiante de una institución. Facebook se hace atractivo para un niño, joven o adulto porque tiene una lista de amigos para chatear, grupos y páginas para dejar comentarios o un me gusta, puedes subir fotos, videos puedes usar aplicaciones, juegos, toques y además Facebook ahora tiene Messenger que ayuda a chatear con mensajes escritos, mensajes de voz, permite incluso videollamadas a tiempo real, la red social tiene 1650 millones (activos) hoy en día.

“La esencia de Facebook es muy sencilla: es una red que conecta personas con personas. Cuando abres una cuenta en Facebook, entras en una red social que conecta a amigos, familiares y socios de negocios. Aunque Facebook ha estado y sigue estando orientado, sobre todo, a las personas, con el tiempo, las marcas, también han ido adquiriendo un peso importante a través de las páginas de Facebook. Sin embargo, el espíritu de la red sigue siendo un espíritu muy orientado a las vidas personales, algo que precisamente las marcas deben tener muy en cuenta si quieren “enganchar” a los usuarios. En ese sentido, las funcionalidades más importantes son las que te permiten encontrar amigos con el buscador de amigos de Facebook para conectarte con ellos e interactuar: contarles cosas de ti (tu estado de ánimo, cosas que te han pasado, etc.), compartir recursos (páginas web, fotos, etc.) o incluso realizar encuestas”. (RUBÍN, 2014)

Facebook está creando cada día una forma de vida diferente, como el tiempo ha pasado hemos visto que han crecido ciudades, edificios,

rascacielos y Facebook no se queda atrás, crece y nadie lo puede igualar porque sus creadores están que actualiza la red social, para que el usuario tenga algo nuevo y se entretenga.

Hay una cifra de un estudio de la red, que más ha atrapado a los jóvenes en la actualidad.

“A finales del 2013 e inicios del 2014 adolescentes en Estados Unidos dejan Facebook. Algunos estudios sugieren que el uso entre adolescentes declinó hasta en un 25%.

- ✓ Aproximadamente 1 de cada 13 personas en el planeta son usuarios de Facebook.
- ✓ Aproximadamente 1 de cada 25 personas en el planeta están usando Facebook simultáneamente en un momento dado.
- ✓ Aproximadamente el 48% (prácticamente 1 de cada 2) de las personas entre las edades de 18 y 34 años, abren Facebook inmediatamente después de levantarse. Aproximadamente el 28% abren Facebook en sus dispositivos móviles antes de salir de la cama.
- ✓ Sólo en el 2011, creció en 1132% el número de personas que dijeron “les gustan” (like de Facebook) las drogas.
- ✓ Aproximadamente el 70% de los usuarios de Facebook viven fuera de Estados Unidos.
- ✓ 57% de las personas gustan más de hablar con otras personas en línea que en persona.
- ✓ 48% de personas jóvenes en Estados Unidos dijeron haberse enterado de noticias importantes a través de Facebook.
- ✓ En el fin de semana de año nuevo (2011-2012) se subieron a Facebook 750 millones de fotografías”. (CASTRO, 2014)

Facebook es la red que acoge a todas las personas, sean menores, mayores, sin distinguir la raza, ni colores, como otras redes sociales las pueden utilizar cualquier persona y los jóvenes son los usuarios que se acogen muy bien en la red social, por tener conversaciones con cualquier personas, hacer vida social con la ayuda del internet. Acogedora, sin tener en cuenta que algunas personas que utilizan Facebook no son las que te escriben, unas te engañan para poder satisfacerse, engañándote y hasta caer en su mentira por eso es mejor adquirir información personal que virtual.

Las redes sociales y la juventud

Las redes sociales son muy populares en cualquier lugar del mundo, cuando fueron creadas tenían el objetivo de ser un medio de comunicación competente, para aproximar a las personas desde grandes distancias como también pueden alejar a las personas cercanas por un mal ámbito que se obtiene y se llama distracción. Facebook Twitter, whatsapp, son las redes sociales más utilizadas en el presente por las personas y los jóvenes de 18 a 24 años, también viven conectado siempre a este fenómeno virtual en su trabajo, casa, universidad etc..

Las Naciones Unidas define a la juventud como la población comprendida entre los 14 y 25 años, “un momento muy especial de transición entre la infancia y la edad adulta, en el que se procesa la construcción de identidades y la incorporación a la vida social más amplia” (CÁRDENAS, 2012)

Teniendo siempre la costumbre de chatear, solicitando amistades, conociendo nuevas amistades, publicar estados, publicar fotos instantáneas, estar pendiente de sus contactos y de sus publicaciones, estar hasta en los juegos que ofrecen estas redes sociales, sin darse cuenta de que pierde mucho tiempo con su teléfono y de que esta alegándose de su mundo social.

Las nuevas tecnologías, Internet y las redes sociales se han convertido en algo indispensable en la sociedad, y especialmente en los jóvenes entre 16 y 26 años. Tanto es así que ellos mismos admiten "sentirse aislados, incomunicados e incompletos y que no sabrían cómo rellenar rutinas, integrarse o socializarse" si no las tuvieran, según las conclusiones del estudio 'Jóvenes y comunicación. La impronta de lo virtual', realizado por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, un centro privado creado por la Fundación Ayuda a la Drogodependencia (FAD) Madrid. (PORTALATÍN, 2014)

Gran parte de jóvenes que utilizan frecuentemente las redes sociales, consideran que aprovechan del buen uso de ellas, pero es necesario conocerla y usarla con responsabilidad. Todos queremos acceder a ellas y así conocer nuevos

amigos, pero debemos educarnos para llegar a tener un buen uso a las redes sociales.

El término “amigo” en las redes sociales, tiene un significado diferente al tradicional que recibe en la vida real. En las redes so-ciales, “amigo” es todo aquel que ha sido invitado a visitar el sitio personal en la red. Y funciona de la siguiente manera: un usuario envía mensajes a diferentes personas invitándolas a ver a su sitio. Los que aceptan, se convierten en “amigos” y repiten el proceso, invitando a amigos suyos a esa red. Así, va creciendo el número de “amigos”, de miembros en la comunidad y de enlaces en la red. (MORDUCHOWICZ, 2010)

Los jóvenes hoy en día son dueños de su vida y pocos escuchan consejos o piden un consejo porque quieren preguntar a la parte virtual, se presentan en un vicio casual por muchos de ellos.

En todo caso, el problema sufrido más citado es el de la adicción o el uso excesivo de estas redes (un 7,3% del conjunto de jóvenes usuarios), seguido por el acceso a determinados contenidos inapropiados (6,1%). Entre estos jóvenes, el desconocimiento de la situación por parte de los padres parece ser la razón de que la mayoría de adolescentes afirmen que sus padres no han tomado ninguna medida cuando han sufrido alguna de estas amenazas. (ADMIN, 2009)

Comunicación

La comunicación es un proceso mediante el cual dos o más personas intercambian ideas, juicios, criterios, pensamientos, sentimientos. Mediante un lenguaje claro y conciso.

La comunicación es la transmisión de información. Un lenguaje es una forma de comunicación que usa un conjunto de signos. Puede ser verbal y no verbal. El lenguaje verbal usa palabras, y puede ser oral o escrito. (PASTOR, 2010)

El lenguaje es el arte del cual el hombre o los animales comunican sus ideas, ya sea oral o escrito manejando palabras o signos que se puedan entender dentro de un texto o un mensaje.

El texto sirve para comunicar mensajes. La lectura y la escritura van unidas en el texto: se lee lo escrito y se escribe para ser leído. El tema es el asunto del que trata el mensaje que se comunica. El texto puede estar escrito en prosa o en verso. El tipo de texto escrito depende del tema o asunto del que trata, de la finalidad o intención del emisor y del contenido. (PASTOR, 2010)

Para que exista una buena comunicación debe ser en forma de diálogo, donde la persona, emisor exprese lo que quiere decir y para que logre dar un mensaje adecuado al receptor seleccionado para que pueda ser entendible y por supuesto clara la comunicación entre ambos.

Una buena comunicación es aquella en la que se practica la escucha activa, es asertiva y proactiva. No hay que olvidar que lo más importante en un proceso de comunicación no es lo que se quiere decir, sino lo que la otra persona entiende. (UTRILLA, 2013)

Plan

En su forma más simple el concepto de plan se define como la intención y proyecto de hacer algo, o como proyecto que, a partir del conocimiento de las magnitudes de una economía, pretende establecer determinados objetivos. Asimismo se ha definido como un documento en que se constan las cosas que se pretenden hacer y forma en que se piensa llevarlas a cabo. Y también se señala como la Organización y coordinación de las actividades económicas. (ORDAZ, 1995)

Un plan es una actividad humana, donde se organizan para realizar decisiones explícitas y coherentes para asignar recursos a propósitos determinados y siempre llegar a una meta asignada.

Hablar de planificación es un hecho sumamente complejo por su amplitud ya que tiene como objeto tanto la producción material (industria, agricultura, construcción, transporte, telecomunicaciones, comercio, acopio, suministros, materiales y técnicos) como la esfera improductiva (instrucción, sanidad, cultura, deporte, ciencia, servicios municipales, etc., lo mismo que los procesos económicos y relaciones sociales). (PEDRAZA, 2009)

La planificación tiene una serie de técnicas para elaborar los objetivos específicos que se han propuesto dentro del plan y sirve para proyectar, transformar los recursos materiales y fuerza de trabajo. Existen 3 tipos de planificación que son:

A medio plazo: se trata de la planificación a más de un año. Máximo a tres años vista.

-A corto plazo: se trata de la planificación a un año y se plasma o se conoce como la elaboración y control del presupuesto.

-Operativa: se trata de la planificación a un plazo inferior o igual al mes o trimestre, y se realiza mediante la gestión del día a día de la empresa o mes a mes. (MUÑIZ, 2009)

Entonces un plan no es tener una idea y realizarlo, si no planificarlo durante un transcurso para obtener los objetivos, después un control de lo que se va a realizar y sobre todo el control del presupuesto, por último punto del plan es tener un tiempo designado para llegar a la meta.

Hacer un plan de trabajo resulta fundamental para estructurar las actividades, ya que nos permite establecer la forma en cómo debe realizarse el proyecto. Darle seguimiento con una herramienta de colaboración resulta fundamental para llevar a cabo su ejecución de manera ordenada y sistemática. (LOPÉZ, 2013)

La propuesta que emprendemos en el proyecto es un plan de comunicación, que realizaremos paso a paso para terminarlo de la mejor manera y llegar al resultado, que es mejorar el manejo de las redes sociales con los estudiantes de la carrera de Comunicación Social, facultad de Comunicación “FACSO”.

Plan de la comunicación

La planificación de la comunicación es un proceso sistemático que no puede dejarse al azar ni a la intuición o imaginación de un directivo, no experto en la materia, por muy alto que esté en el escalafón de la estructura organizativa. Debe ser labor de los profesionales de la Comunicación, ya que es su elemento de gestión, el que les va a facilitar la consecución de unos objetivos, de sus objetivos, previamente evaluados y en el contexto de un determinado marco temporal. (SAIZ, 2008)

El plan de comunicación contiene estrategias de comunicación, donde se hayan contemplado las relaciones internas y externas de la entidad. En definitiva, se trata desarrollar y comunicar los mensajes correctos, a las personas adecuadas y en el momento ideal para poder llegar a ellos y tener éxito en el plan de comunicación emprendido.

El plan de comunicación permite que la comunicación desarrollada por la entidad responda a criterios profesionales, a una metodología y un planteamiento estratégico y no sea simplemente una serie de acciones inconexas. Supone saber de antemano lo que se pretende y cómo se piensa conseguirlo. Los propósitos fundamentales de un programa de esta índole son:

- Fundamentar y favorecer la toma de decisiones con respecto a la comunicación.
- Eliminar posibles disonancias entre imagen deseada, proyectada y percibida.
- Optimizar la gestión estratégica de la imagen y la comunicación.
- Potenciar y/o inducir a una valoración positiva de la entidad y de sus proyectos por parte de sus públicos prioritarios.
- Fijar el orden de prioridades comunicativas.
- Favorecer la presencia mediática de los proyectos de la organización. (MOLERO, 2005)

Hay que tener una fundamentación para comenzar el plan de comunicación, en algunos plan se considera que mientras tenga una idea y formar todas las partes del rompecabezas que va a utilizar, lograra a tener éxito a los mensajes que quiere expresar hacia los demás.

2.3 Fundamentación epistemología

La fundamentación epistemológica en el ámbito científico de una investigación nos indica que:

“La epistemología recibe muchos nombres: Filosofía de la ciencia, metodología, meta ciencia, lógica de la ciencia, entre otros. Sin embargo, desde el punto de vista filosófico, la epistemología es el estudio de una forma específica de conocimiento, el saber científico”. (BAUTE, 2011)

Todo hecho tiene su resultado y es que las redes sociales es un avance que nadie esperaba, que al transcurso de los años fueran arrasadoras mundialmente, cabe decir que cada momento conectado nos lleva a comunicarnos desde cualquier parte del mundo y además poder conversar mutuamente en una pantalla, visualizando a la otra persona.

“Las implicaciones de este fenómeno en la comunicación, en la sociedad y en la cultura no son en lo absoluto, insustanciales, ya que las redes sociales virtuales han demostrado su efectividad como medios de organización ciudadana, más allá de los límites geográficos”. (QUIJANO, 2008)

Científicamente las redes sociales llegaron para quedarse, años atrás hablaban de ellas que era el ojo del mundo, transcurriendo el tiempo, pasaron por las manos del hombre y se transformaron en un objeto de comunicación a un objeto de distracción.

“En general, constituyen verdaderas plataformas que propician el crear y mantener contactos, publicar y compartir recursos de diferentes tipos, crear comunidades o grupos de interés, agregar contenidos multimedia y mostrar nuestra identidad en la medida en que se desee”. (ARROYO, 2008)

2.3.1 Fundamentación educativa

Construir y avanzar en una investigación se basa en adquirir nueva información, cada ciencia nos ayuda a saber más y obtener más información.

“La investigación educativa se define como la explicación sistemática y racional de los problemas de la realidad educativa, a través de la búsqueda de nuevos conocimientos, del análisis de las funciones, los métodos y los procesos educativos”. (MASSIMINO, 2010)

Las redes sociales, desde su creación hasta la actualidad han evolucionado en gran medida, de manera que hoy es habitual que personas de todas las edades lo utilicen frecuentemente y tanto así que a veces los padres se descuidan de sus

hijos por su trabajo o por sus ocupaciones y entonces: *“Educadores y familias deben conocer el nuevo entorno de las redes sociales, tanto para aprovechar sus ventajas explotándolo pedagógicamente, como para evitar sus desventajas”*. (GARCÍA, 2009)

Gracias a las redes sociales tenemos grupos de jóvenes que las utilizan para comunicarse y hasta educarse pero otros jóvenes las utilizan para distraerse, para pasar su tiempo en una adicción con las redes sociales. En cambio los planteles educativos le han sacado provecho a las nuevas tecnologías como:

“Los universitarios que han crecido bajo la influencia del audiovisual y de la Red. Las nuevas herramientas tecnológicas (redes sociales, blogs, plataformas de vídeo, etcétera) les han dado el poder de compartir, crear, informar y comunicarse, convirtiéndose en un elemento esencial en sus vidas”. (GÓMEZ, 2012)

Es que se escucha muy interesante pero todo tiene sus defectos y es que utilizar las redes sociales las 24 horas del día, las personas cae en una adicción cibernética. Las redes sociales son parte vital de nuestras vidas en el presente y los centros educativos deben aprender cómo aprovecharlas, ya que cuando se integran los resultados han sido positivos porque el docente crea un lugar virtual educativo y lo negativo que se presenta hoy, es que los estudiantes las maniobran solos sin tener prevención del docente.

“Y gracias a un estudio de OnlineEducation.net se analizaron los efectos de las redes sociales, sobre todo de Facebook, en la vida de los estudiantes universitarios. Positivo: Las notas suben medio punto en las clases que utilizan Twitter, debido a que 75% de los estudiantes desean colaborar. Negativo: 20% de los estudiantes que usan Facebook han bajado sus notas mientras que el 79% no cree que eso sea cierto”. (SANDRIUX, 2011)

Al prender una computadora la primera ventana virtual que abrimos es Facebook, red social que es la más prestigiosa y la red social de más usuarios en el mundo. Un estudiante al hacer sus tareas o al estudiar, se conecta en Facebook no podría realizar sus tareas porque la red atrapa al estudiante mediante sus

contactos, sus conversaciones virtual y dará un resultado negativo en el desempeño académico, para que no ocurran estas cosas es mejor controlar las redes a que ser controlado por ellas, una cosa a la vez tiene que realizar porque tiempo para todo habrá.

2.3.2 Fundamentación psicológica

Si hablamos de Psicología Nuria nos indica que *“Psicología es el estudio científico de los procesos mentales y del comportamiento de los seres humanos y sus interacciones con el ambiente físico y social”*. (PEYRI, 2015)

Y es que es una ciencia que forma la personalidad de un humano junto a los procesos psíquicos realiza esta función. Desde su conducta nos lleva a abonar nuestro camino para desarrollar el comportamiento que tendrá en un futuro, el joven, y ayudar a desarrollar su conocimiento.

“La psicología busca describir sensaciones, emociones, pensamientos, percepciones y otros estados motivadores de la conducta humana. Los comportamientos de los animales son estudiados por la etología”. (ROHRACHER, 2014)

Si estas conociendo personas por internet no vas a poder relacionarte como si lo hicieras personalmente, mucha diferencia hay en lo personal y virtual. Muchos Psicólogos nos dan consejos para formarnos y es bueno escuchar bien para entender. Las redes sociales tiene una fuerte atracción, los jóvenes son las personas más frecuente que utilizan esta herramienta, no para comunicarse si no para la distraerse, muchos casos tienen un deseo de seguir conectado todo el día, hasta desvelarse y entrar en una adicción.

“Los estudios han demostrado que las relaciones sociales son uno de los mejores índices de predicción de la felicidad humana en todo el mundo. Hay una correlación muy clara y fuerte entre las relaciones sociales y la felicidad”. (PUNSET, 2006)

Las personas mientras más redes sociales existan más cuentas crean, son seres llevados por la tecnología que se convierte en un círculo virtual porque se va desplazando socialmente, convirtiéndose en el presente un fuerte movimiento de naciones. Entonces;

“Afirma que el uso de redes como Twitter y Facebook es una nueva condición cultural, pero su empleo compulsivo puede desencadenar problemas psicológicos. Refirió que la Asociación Americana de Psiquiatría define la compulsión como conductas repetitivas de actos mentales, impulsadas como respuesta a una obsesión con el fin de prevenir o reducir sensaciones de angustia o temor. Algunos investigadores han sugerido que las conductas de uso compulsivo de las redes sociales delatan una especie de infelicidad con la vida propia. Con la vida cercana porque entienden que lo mejor de la vida se ha desplazado a un espacio virtual mucho más grande, con más emociones, con risas y sonrisas, de ser aceptado y reconocido” (QUIJANO E. , 2014)

2.3.3 Fundamentación tecnológica

María Eugenia nos comenta que *“La tecnología se define usualmente como el conjunto de herramientas hechas por el hombre, como los medios eficientes para un fin, o como el conjunto de artefactos materiales”*. (ESTÉ, 2011)

La tecnología ha transformado al mundo, observamos grandes edificios, torres que países como EE.UU. China, Japón, se han convertido en las potencias tecnológicas. Es un beneficio para el mundo entero porque estamos avanzando pero con la aparición de las redes sociales las personas han creado un mundo personal, conociendo una red social descubren a las otras redes sociales, se beneficia al disfrutar de la comunicación que tienen, pero también caen en una adicción, perdiendo sus principios y viviendo en su mundo virtual.

“Claro que la actual adicción a las nuevas tecnologías y el boom de las redes sociales no es algo para nada novedoso. Desde tiempos inmemoriales, las revoluciones tecnológicas e industriales han servido como impulso para la conexión entre todos los seres humanos. Partiendo de la rueda, que favoreció el

desplazamiento entre poblados; hasta el invento de Internet, la gran red mundial para el vínculo entre personas”. (BERNAL, 2015)

Tiempo inmemoriales apareció la adicción por las redes sociales por la forma rápida de comunicarse y hoy sus opción de comunicarse son más adictiva, tienen llamada, mensajes de voz, chat que forma una atracción rápida de comunicarse dentro de su plan telefónica o de la opción que no tiene ni un valor económica que es wifi.

“Los jóvenes de hoy día tienen la tecnología a su disposición y la usan mayormente para la comunicación entre ellos y para propósitos de obtener información esencial para sus estudios y empleos. Para ellos, esta es una de las maneras más fáciles de compartir información y socializar con otros, formando para de las costumbres de esta generación. Estudiantes tienen acceso instantáneo a un gran número de personas por medio de plataformas o sitios en la web como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube”. (LANDMAN, 2015)

La evolución de las redes sociales ha llegado a una vía eficaz para agilizar los procesos de integración y cooperación que permitan la gestión de la información y del conocimiento de los jóvenes pero no debemos abusar del uso de las redes sociales porque estaremos atrapados en la tecnología.

“Las organizaciones de información que se integren activamente a las redes académicas, tanto nacional como internacionalmente, los servicios de información que se planifiquen, diseñen e implementen, orientados a la investigación, dispondrán de amplias posibilidades de elevar la eficiencia y eficacia en su trabajo para convertir la información en conocimiento nuevo y de gran utilidad”. (Díaz, 2007)

Empeñando un trabajo tecnológico donde las redes sociales formen parte de una institución educativa de cada curso, será de gran ayuda para que los alumnos y docente que puedan formar una comunicación virtual, donde saquen provecho de las nuevas tecnología que tenemos en mano y utilizarlas para que incremente su nivel académico y así no caer en un vicio personal.

2.3.4 Fundamentación sociológica

La sociología se tratar de la sociedad, su cambio social, sus efectos, transcurso y su reacción. *“La sociología es la ciencia que se propone la comprensión interpretativa de la acción social, para llegar a una explicación casual de su curso y efectos”*. (WEBER, 2011)

Sociológicamente el fenómeno de las redes sociales ya no es tecnológico, están cambiando de forma muy rápida, las relaciones entre la producción y el consumo de los contenidos en la red, la gestión de la información privada individual puesta a disposición del dominio público y el surgir de una nueva retórica de “democratización”, de tal manera que sin internet las personas no pueden vivir, sus compromisos no falta una red social que este activa, crean su propio espacio y se olvidan socializarse por estar en su mundo virtual.

“En el proceso de socialización del ser humano, siempre ha aparecido una red social que conjuga todas las relaciones que posee. En el caso las redes sociales que se generan en el hecho es que estas redes ya están aquí y están para quedarse. El asunto es que podemos trabajar entre todos para hacer que su uso sea una cuestión ética, cuya primera intención sea la de ayudar a los usuarios, quienes en pago deben tener la obligación de gestionar con su implicación comprometida el afianzamiento de una cultura de la desapacibilidad ante las iniciativas punibles”. (DELGADO, 2010)

Entonces, las redes sociales se quedaran con las personas de tal caso que todavía son acogedoras por su increíble mundo virtual, cada día aumentan los usuarios, hasta crean doble cuenta social para comunicarse y pasar su tiempo en las redes sociales, cae en una adicción personal que ni las personas se dan cuentan. Para seguir usándolas hay que corregir las gestiones que estamos realizando con las redes sociales, poder trabajar para sacarle provecho y no que nos lleven a su mundo, recordar de nuestros valores y nuestra ética para avanzar con las redes sociales. Veamos unas de la principal opción que se utiliza dentro de una red social.

Una de las características más comunes de las redes sociales es la opción de decir “me gusta”. En Facebook fue uno de los elementos más populares desde el principio, en Instagram también es el principal forma de interacción, y en Twitter recientemente han cambiado los FAVs por Corazones, que están más en sintonía con la idea de que algo “me gusta”. (RIBERA, Sociología y Redes sociales, 2015)

Facebook es una de las redes sociales más atractivas y usadas por ser humano, gran parte la utiliza porque pueden ver a sus contactos en línea y que publican, esas razones hacen que las personas visite a sus noticias recientes y a los perfiles de sus contactos teniendo en cuenta que se informa de la vida de sus amigos. Teniendo una opción “Me gusta” da un clic y hace que el contacto también se sienta atraído por esa opción y comienza a realizar los mismo pasos que realizo su amigo en Facebook, se convierte en un círculo que da la vuelta al mundo entero y que las personas pasan diariamente. Puede ser un punto donde casualmente el ser humano se hace adicto.

2.4 Fundamentación legal

La Fundamentación Legal, en un trabajo de titulación, permite extraer las garantías expuestas en la Constitución, leyes, reglamentos, etc., en donde se establecen los derechos y obligaciones de los ecuatorianos. Conforme a la Constitución del Ecuador, aprobada en el año 2008 y que se encuentre en vigencia, en el capítulo segundo, Derechos del Buen Vivir, artículo 16, Sección tercera respecto a la comunicación e información, manifiesta:

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación. (ECUADOR, 2007)

Nuestra constitución nos indica que todas las personas tienen derecho a las tecnologías de la información y comunicación sin designar edades, incluyendo a los jóvenes que no les prohíben en ningún momento utilizarlas, están beneficiados al tenerlas cercas, para que aprovechen del avance científico, no para hacerse unas

personas adictas que en cualquier compromiso las utiliza sin prestar atención a la persona que está hablando y exponiendo sus ideas. Siguiendo con la Constitución del Ecuador, aprobada en el año 2008 tenemos en el mismo capítulo segundo, Derechos del Buen Vivir en los artículos 26, 27 de la Sección quinta, en relación a la Educación, nos dice:

Art. 26.- La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo (ECUADOR, 2007)

La educación desde la antigüedad es importante para las personas y nos indica la constitución que es una interacción comunitaria que expresamos con cultura y siempre teniendo un orden social.

Art. 27.- La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar (ECUADOR, 2007).

La educación tiene una meta que es formarnos como personas y que se obtenga una profesión, con la participación y formación, se regresa ese derecho a sus sucesores que cada persona necesita en su vida, que servirá y se beneficiara para el desarrollo a nivel nacional de cada país. Los artículos que aquí se detallan establecen claramente los derechos que todo ecuatoriano tiene con respecto a recibir una educación bajo los receptos de un ambiente sustentable, participativo, obligatorio, intercultural, etc., que formen al ser humano para enfrentar a la vida.

Ley Orgánica de Comunicación

Dado a que la Ley Orgánica de Comunicación está dotada de una jerarquía superior dentro del ordenamiento jurídico nacional y por eso requirió para su aprobación de mayoría calificada dentro de la Asamblea, lo cual no supuso ningún inconveniente con la actual constitución de la Asamblea luego de 4 años de que el mandato ciudadano dispuso su elaboración y vigente desde el 25 de junio del 2013. Con los siguientes artículos Objeto y ámbito:

Art.- 1.- Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente. (ECUADOR, Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, 2013)

Aquí identificamos varios aspectos en la cuales la ley se propone desarrollar y proteger derechos constitucionales además en el ámbito administrativo. Siguiendo con la ley tenemos que ver la definición del:

Art.- 3.- Contenido comunicacional.- Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social. (ECUADOR, Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, 2013)

Consiguiendo con el siguiente artículo de la Ley nos propone que las personas se beneficiaran atreves del internet tener los medios de comunicación para que este informado y poderse comunicar:

Art.- 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet. (ECUADOR, Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, 2013)

Cabe decir que el contenido de los medios de comunicación, generado o replicado a través de Internet, se considera contenido para efectos de esta Ley igualmente. Explícitamente nos informa el siguiente artículo que Internet al referirse a “contenidos personales” refiriéndose a “información u opiniones” que de modo “personal” se emita en la red:

Art.- 4.- Contenidos personales en internet.- Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet. (ECUADOR, Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, 2013)

Por tanto en esta Ley queda explicado que toda acción que afecte la libre expresión personal de opiniones a través de Internet no habrá normas legales que rigen en lo civil y penal para casos de infracciones. Y en la parte de los medios de comunicación cambia las cosas porque si se difama, miente, injuria, una información que se realice al público habrá normas legales penales o civiles.

Art.- 20.- Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación.- Los medios de comunicación solo podrán reproducir mensajes de las redes sociales cuando el emisor de tales mensajes esté debidamente identificado; si los medios de comunicación no cumplen con esta obligación, tendrán la misma responsabilidad establecida para los contenidos publicados en su página web que no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona. (ECUADOR, Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, 2013)

Refiriéndose en Internet con los medios, la ley trata uno de los principales problemas que es el anonimato, pero se protegerá los derechos civiles, con la responsabilidad de cada medio de comunicación siempre y cuando tengan información verídica. Si se llegase a equivocar, publicando falsas información estaría abusando de la ley y sería sancionada penalmente.

Art. 25.- Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales. (ECUADOR, Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, 2013)

Entonces las personas con esta ley tienen garantizado el acceso a las redes sociales, a través del internet, teniendo en cuenta que deben sustentar sus valores delante de las redes sociales para poder utilizarla adecuadamente.

Ley Orgánica de Telecomunicaciones

La reciente Ley Orgánica de Telecomunicación aprobada el 18 de febrero de 2015 por la Asamblea Nacional del Ecuador nos comparte datos que se ha planteado, en el capítulo I, Consideraciones Preliminares del Artículo 1, Objeto.

Art.1.- Esta Ley tiene por objeto desarrollar, el régimen general de telecomunicaciones y del espectro radioeléctrico como sectores estratégicos del Estado que comprende las potestades de administración, regulación, control y gestión en todo el territorio nacional, bajo los principios y derechos constitucionalmente establecidos. (ECUADOR, Ley Orgánica de Telecomunicaciones, 2015)

La Ley nos dice que va estar atento de los procesos radioeléctricos, que son diversos servicios de comunicaciones que se envían por cables y fibras ópticas y aparece la radiodifusión sonora y televisión (Servicios de Radiodifusión (AM, FM, TV), Internet, Telefonía Fija y Celular. Los ciudadanos ecuatorianos deben utilizar estos medios de la manera más respetuosa con ellos mismo y con las demás personas, teniendo principios y refiriéndose a los derechos de cada ciudadano.

Art.2.- La presente Ley se aplicará a todas las actividades de establecimiento, instalación y explotación de redes, uso y explotación del espectro radioeléctrico, servicios de telecomunicaciones y a todas aquellas personas naturales o jurídicas que realicen tales actividades a fin de garantizar el cumplimiento de los derechos y deberes de los prestadores de servicios y usuarios. Las redes e infraestructura usadas para la prestación de servicios de radiodifusión sonora y televisiva y las redes e infraestructura de los sistemas de audio y vídeo por suscripción, están sometidas a lo establecido en la presente Ley. No corresponde al objeto y ámbito de esta Ley, la regulación de contenidos. (ECUADOR, Ley Orgánica de Telecomunicaciones, 2015)

En el Art. 3 de la misma ley, nos indica el literal 5 de los Objetivos que se adoptara la apariencia de un ser humano responsable de sus actos en sus redes sociales acogidas, que se cumplirá bajo la regulación que se dará con esta esta ley.

Promover el despliegue de redes e infraestructura d telecomunicaciones, que incluyen audio y vídeo por suscripción y similares, bajo el cumplimiento de normas técnicas, políticas nacionales y regulación de ámbito nacional, relacionadas con ordenamiento de redes, soterramiento y mimetización. (ECUADOR, Ley Orgánica de Telecomunicaciones, 2015)

En el siguiente Art. 4 nos comunica patentemente que las personas que vivan en Ecuador tienen que ser personas consientes en cada acto que realizaran en las redes sociales, que deben de comportarse como una persona común, hacer el bien sin mirar quien, y que deben de cumplir este articulo para aprender a utilizar las redes sociales que sirven para comunicarse e informarse no para destruir la imagen de una persona.

Art. 4.- La administración, regulación, control y gestión de los sectores estratégicos de telecomunicaciones y espectro radioeléctrico se realizará de conformidad con los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia. La provisión de los servicios públicos de telecomunicaciones responderá a los principios constitucionales de obligatoriedad, generalidad, uniformidad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad y calidad así como a los principios de solidaridad, no discriminación, privacidad, acceso universal, transparencia, objetividad, proporcionalidad, uso prioritario para impulsar y fomentar la sociedad de la información y el conocimiento, innovación, precios y tarifas equitativos orientados a costos, uso eficiente de la infraestructura y recursos escasos, neutralidad tecnológica, neutralidad de red y convergencia. (ECUADOR, Ley Orgánica de Telecomunicaciones, 2015)

2.5 Definiciones de términos

- **Adicción:** La adicción es una enfermedad primaria, crónica con factores genéticos, psicosociales y ambientales que influyen su desarrollo y manifestaciones. La enfermedad es frecuentemente progresiva y fatal. Es caracterizada por episodios continuos o periódicos de: descontrol sobre el uso, uso a pesar de consecuencias adversas, y distorsiones del pensamiento, más notablemente negación.
- **Arpanet:** Fue una red de computadoras creada por encargo del Departamento de Defensa de los Estados Unidos para utilizarla como medio de comunicación entre las diferentes instituciones académicas y estatales.
- **Circuito integrado:** Un circuito integrado es una pastilla (o *chip*) muy delgada en la que se encuentran cientos de millones de dispositivos electrónicos interconectados, principalmente transistores, aunque también componentes pasivos como resistencias y condensadores. Su área puede ser de un cm^2 o incluso inferior. Algunos de los circuitos integrados más avanzados son los microprocesadores que controlan múltiples dispositivos, desde ordenadores hasta electrodomésticos, pasando por teléfonos móviles. Otra familia importante de circuitos integrados la constituyen las memorias digitales.
- **Nsfnet:** La NSFNET comenzó con una serie de redes dedicadas a la comunicación de la investigación y de la educación. Fue creada por el gobierno de los Estados Unidos (a través de la National Science Foundation), y fue reemplazo de ARPANET como backbone de Internet. Desde entonces ha sido reemplazada por las redes comerciales.
- **Polisémico:** Se aplica a la palabra que tiene más de un significado
- **Pretéritos:** Que existió, se dio u ocurrió en el pasado.
- **Tecnofilia:** es la adicción a Internet y a las nuevas tecnologías.
- **Tecnofobia:** Miedo a la tecnología. Se define como un persistente, anormal e injustificado miedo a la tecnología.

- **Tipificar:** Clasificar u organizar en tipos o clases una realidad o un conjunto de cosas.
- **Usenet:** es el acrónimo de Users Network (Red de usuarios), consistente en un sistema global de discusión en Internet, que evoluciona de las redes UUCP (hace generalmente referencia a una serie de programas de computadoras y protocolos).

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1. Métodos de la Investigación

La investigación se detallará con procedimientos de métodos como el nivel teórico y en el nivel empírico para el desarrollo de las herramientas o instrumentos, el objetivo es proyectarnos para un resultado positivo.

En este capítulo se investigará el grado más efectivo para determinar el número de pobladores, luego diseñar un modelo de encuesta, que es el recurso a utilizarse para recopilar la información que será necesaria.

Nivel Teórico:

Método Analítico-Sintético

Se detallara la formación de argumentos donde se estudiará la situación actual de los estudiantes de la facultad de Comunicación Social “FACSO”, y su problemática obteniendo resultados necesarios para la realización de la propuesta.

Método Inductivo-Deductivo

En este método se comprenderá los puntos de interés de la población, de la facultad de Comunicación Social “FACSO”, en los estudiantes de la carrera por medio de la recopilación de información de las encuestas.

Histórico-Lógico

El estudio del proyecto consistirá a la trayectoria real de recopilación de información que con presentaciones tácticas o estratégicas, vamos conseguir

cambios radicales en el comportamiento de los estudiantes de la facultad de Comunicación Social “FACSO”.

Nivel Empírico:

Encuestas

Se realizarán encuestas directas a los estudiantes de 18 a 24 años de la facultad de Comunicación Social “FACSO” que estén matriculados en dicha carrera. Se desarrollará un formato de cuestionario conteniendo preguntas básicas. Las encuestas se realizarán para conocer cómo influyen las redes sociales en los estudiantes de Comunicación Social, el objetivo es concienciar a los mismos estudiantes para disminuir la adicción de las redes sociales.

Exploratorio

Las investigaciones a realizarse son de libros, sitios web, documentos electrónicos, revistas o artículos del internet, que es el modo de implementar la información inmediata y requerida con la finalidad de concluir con los objetivos de dicho tema.

3.2. Población

Esta investigación será aplicada a los estudiantes de 18 a 24 años de la carrera de Comunicación Social, de “FACSO”, que está ubicada en la provincia del Guayas, ciudad Guayaquil, parroquia Tarqui, en la ciudadela Quisquis, Calle Eugenio Espejo entre Héctor Toscano y Abel Romeo Castillo.

Según datos proporcionados por la secretaría de la facultad, existen 2.528 estudiantes legalizados, de la carrera de Comunicación Social “FACSO” del período 2015 - 2016.

3.3. Muestra

En esta muestra se empleará el 95% considerado el tanto por ciento de nivel de confianza o margen de confiabilidad, mientras que el margen de error máximo es el 5% de aprobación en la investigación, incluyendo el número de estudiantes de 18 a 24 años de la carrera de Comunicación Social “FACSO”, escogidos para la realización de la respectiva encuesta.

Cálculo del tamaño de la muestra

Nomenclatura:

N = Tamaño de la muestra	2528
Z = Coeficiente de confianza (95%)	1.65
P = Probabilidad de éxito (50%)	0.5
Q = Probabilidad de fracaso (50%)	0.5
e = Error tolerable (5%)	0.05

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

$$n = \frac{1.65^2 \times 2528 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times 2528 - 1 + 1.65^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{2.7 \times 2528 \times 0.25}{0.0025 \times 2527 + 2.7 \times 0.25}$$

$$n = \frac{1706.4}{6.32+0.675}$$

$$n = \frac{1706.4}{6.995}$$

$$n = = 243$$

3.4. Operacional de variables

Definición operacional de la variable dependiente

Tabla #2

DIMENSIONES	INDICADORES	FORMA DE MEDICIÓN
Impacto Social	La falta de información que se difunde sobre las redes sociales.	Recopilar la información necesaria para compartirla.
	La falta de orientación	Asesoramiento a los jóvenes de la carrera de comunicación social “FACSO”
Pertinencia	No se exponen piezas de comunicación que den a conocer a las redes sociales.	Creación de piezas comunicacionales.
Optimización	Tener la orientación adecuada para la aplicación de la comunicación.	Buscar la aceptación de la orientación para el desarrollo del plan de comunicación.

*Fuente: Jonathan Holguín Suárez
Elaborado: Jonathan Holguín Suárez*

CAPÍTULO IV

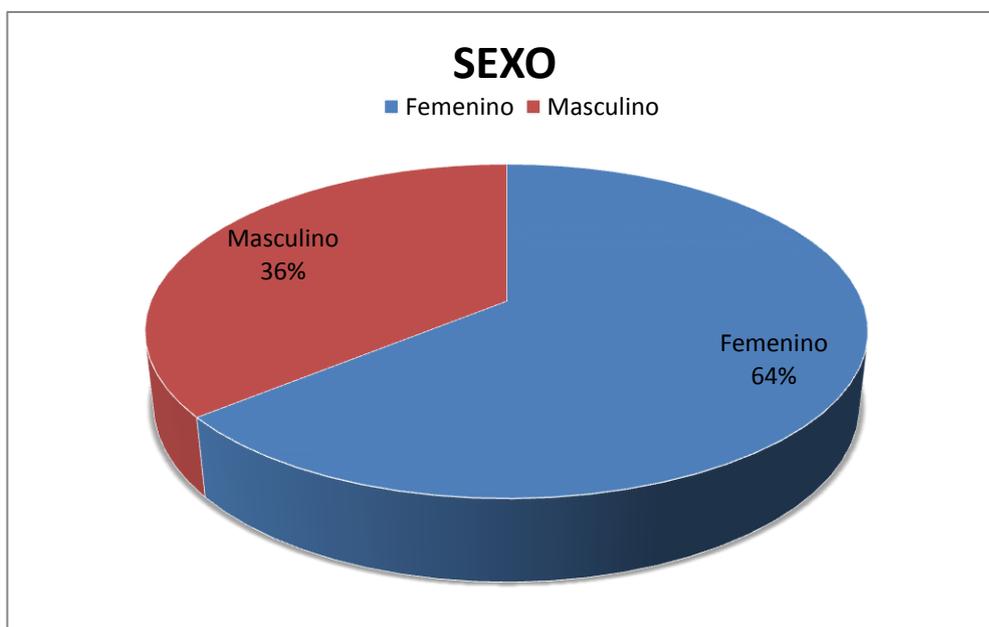
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

DATOS CARACTERÍSTICOS

Tabla # 3

SEXO		
Femenino	156	64%
Masculino	87	36%
TOTALES	243	100%
<i>Fuente: Jonathan Holguín Suárez</i>		
<i>Elaborado: Jonathan Holguín Suárez</i>		

Gráfico # 1



Fuente: Jonathan Holguín Suárez
Elaborado: Tabla #3

Análisis de datos característicos

El resultado de la muestra está compuesto por ambos sexos y está comprendida del 64% del género femenino y el 36% del masculino.

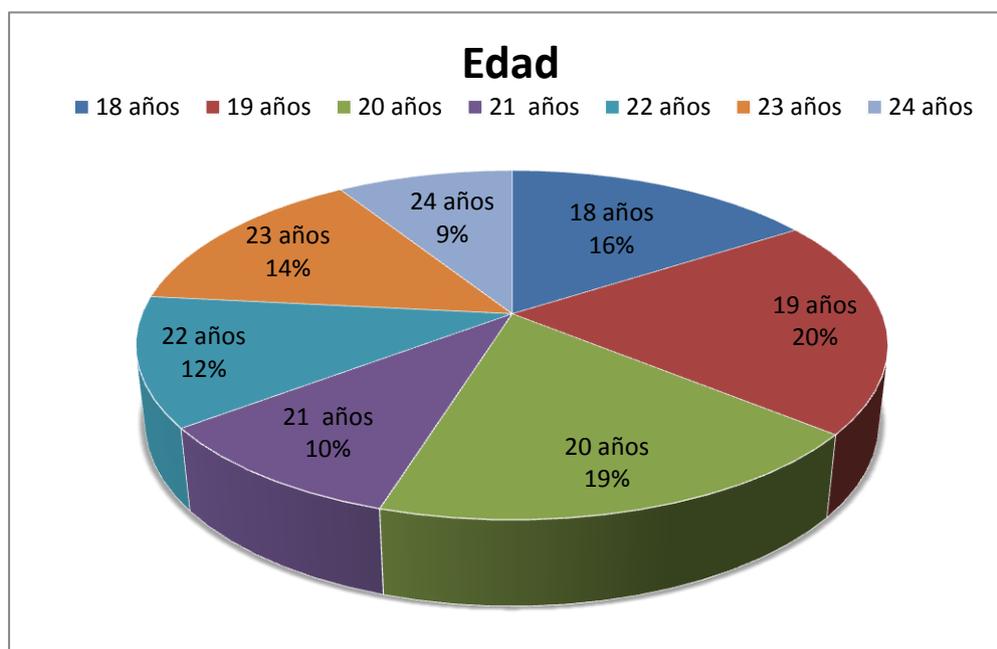
En las encuestas el mayor porcentaje corresponde al sexo femenino en comparación del género masculino, tal y como se registra en el departamento de secretaria de la facultad de Comunicación Social (FACSO) de la Universidad de Guayaquil.

En el presente existe muchas redes sociales y cualquier persona las pueden utilizar, sin tener un límite de tiempo y con el resultado del género ayudará a que sexo se informará con mucha más responsabilidad, la campaña comunicacional que se propone realizar y que será factible para la promoción sobre la influencia de las redes sociales en los jóvenes de FACSO.

Tabla # 4

EDAD		
18 años	39	16%
19 años	49	20%
20 años	46	19%
21 años	24	10%
22 años	29	12%
23 años	34	14%
24 años	22	9%
TOTALES	243	100%
<i>Fuente: Jonathan Holguín Suárez</i>		
<i>Elaborado: Jonathan Holguín Suárez</i>		

Gráfico # 2



Fuente: Jonathan Holguín Suárez
Elaborado: Tabla #4

Análisis de datos característicos

En la categoría de edades de 18 a 24 años de los jóvenes de la facultad de Comunicación Social “FACSO” tiene un porcentaje de 18 años el 16% y el mayor porcentaje es de 19 años con el 20%, porcentaje de jóvenes que están en el primer y segundo semestre.

El porcentaje de 20 años tiene un 19% y estudiantes de 21 años tiene un 10%, alumnos del tercero y cuarto semestre.

El porcentaje de 22 años tiene el 12% y estudiantes de 23 años tiene el 14%, alumnos del Quinto y Sexto semestre, y por ultimo tenemos a los jóvenes de 24 años con un 9%, alumnos de cuarto año de la facultad de Comunicación Social “FACSO”.

Un alto índice de porcentaje de los encuestados seguramente asume responsabilidades y obligaciones que desempeñan para formarse en personas de una alta capacidad y convivir con los demás, en cambio otras personas seguramente del primer, segundo, tercer y cuarto semestre están arrastrando todavía una vida colegial con una mente de un niño y con el consentimiento de sus hogares, algunos casi no le da mucha importancia a responsabilidades porque no las tienen, con estos datos realizaremos nuestra propuesta que será de mucha ayuda al estudiante.

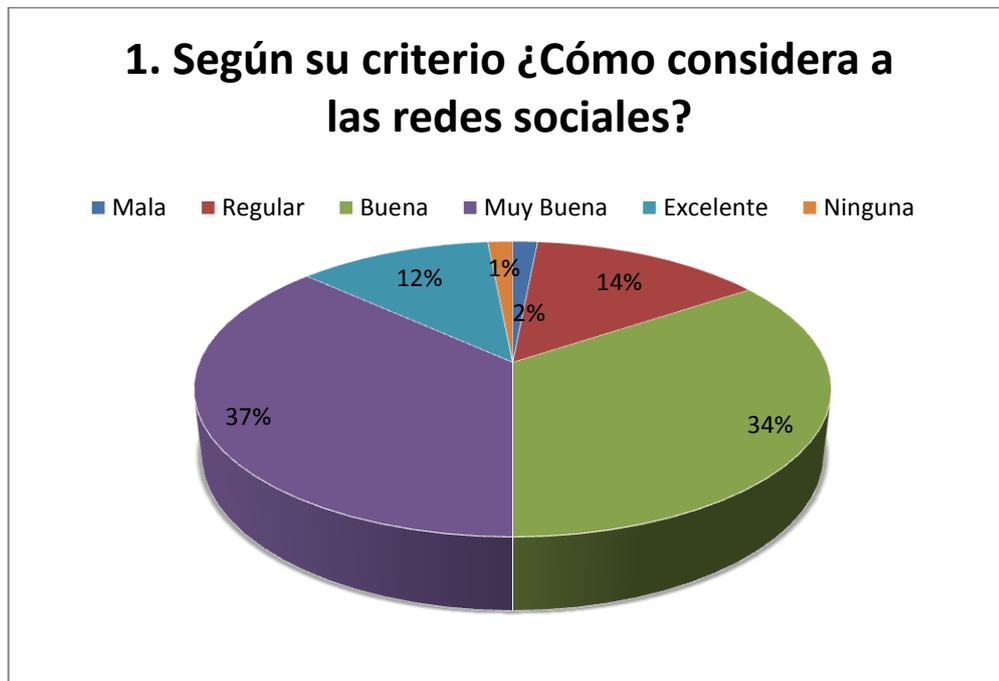
1. Según su criterio ¿Cómo considera a las redes sociales?

Tabla # 5

Características	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Mala	5	2%
Regular	34	14%
Buena	83	34%
Muy Buena	90	37%
Excelente	29	12%
Ninguna	2	1%
TOTALES	243	100%

Fuente: Jonathan Holguín Suárez
Elaborado: Jonathan Holguín Suárez

Gráfico # 3



Fuente: Jonathan Holguín Suárez
Elaborado: Tabla #5

Análisis pregunta 1

Los jóvenes son las personas que más utilizan las redes sociales, conformándolas en su vida diaria, en la primera pregunta según a los encuestados en el tabla #5, con el resultado de la muestra que es 243 estudiantes, indica que el 2% es mala, el 14% es regular, el 34% es buena, el mayor porcentaje es el 37% y se lo lleva la opción muy buena, le sigue excelente con un 12% y la opción ninguna que tiene el 1%.

Los resultados de la pregunta dan un total del 83%, de consideración positiva hacia el internet. Mientras que el 16% lo conforma lo malo y regular de esta pregunta, siendo así que existe poco comentario hacia el tema de la encuesta, y el 1%, no ve ninguna anomalía sobre el uso de las redes sociales.

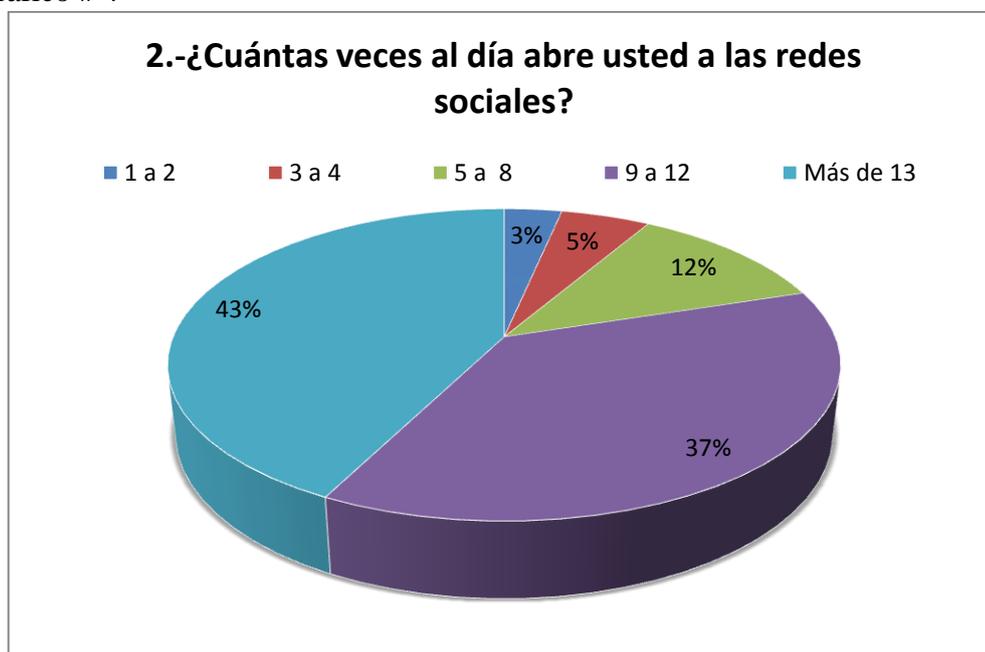
Actualmente, la tecnología es una ventana de descubrimiento y conocimiento social, su revolución digital ha transformado de manera global el pensamiento de los jóvenes, siendo un punto de referencia para la elaboración del plan de comunicación que se propondrá en la propuesta.

2. ¿Cuántas veces al día abre usted a las redes sociales?

Tabla # 6

Características	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1 a 2	7	3%
3 a 4	12	5%
5 a 8	29	12%
9 a 12	90	37%
Más de 13	105	43%
TOTALES	243	100%
<i>Fuente: Jonathan Holguín Suárez</i>		
<i>Elaborado: Jonathan Holguín Suárez</i>		

Gráfico # 4



Fuente: Jonathan Holguín Suárez
Elaborado: Tabla # 6

Análisis pregunta 2

Los jóvenes encuestados con respecto a, cuántas veces al día abre usted a las redes sociales, da el 3% de 1 a 2 veces, el 5% del 3 a 4 veces, el 12% de 5 a 8 veces, el 37% de 9 a 12 veces y con la mayor cantidad el 43% más de 13 veces al día abre las redes sociales.

Desglosándose el análisis de esta pregunta el 80%, están pendiente de las redes sociales desde 9 veces en adelante, hasta tener abierto sus espacios comunicacionales todo el día, el 20% están conectados hasta 8 veces al día.

Es muy común apreciar en la actualidad que los jóvenes son nativos digitales, son individuos que no pueden estar viviendo sin los dispositivos tecnológicos, esto repercute en el desarrollo social y comunicacional de los individuos, siendo necesario aplicar estrategias de comunicación, ante la nefasta incomunicación familiar, por lo que la máquina domina al individuo constantemente.

3. ¿Qué significado tiene para usted el uso excesivo de las redes sociales?

Tabla # 7

Características	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sedentarismo	44	18%
Vicio	90	37%
Dependencia	41	17%
Información	34	14%
Entretenimiento	32	13%
Ninguna	2	1%
TOTALES	243	100%

Fuente: Jonathan Holguín Suárez
Elaborado: Jonathan Holguín Suárez

Gráfico # 5



Fuente: Jonathan Holguín Suárez
Elaborado: Tabla # 7

Análisis pregunta 3

El significado que tienen los jóvenes de la carrera de comunicación social, “FACSO”, en el uso excesivo de las redes sociales, es con el 18% el sedentarismo, el 37% la opción vicio, en cambio, el 17% la dependencia, el 17% la información, el 13% el entretenimiento y un bajo resultado es el 1% la opción ninguna.

Es muy notorio apreciar que el sedentarismo, los vicios tecnológicos y la dependencia son un factor negativo en el desarrollo social del individuo, esto en su totalidad representa el 72%, es muy caótico obtener estos datos, porque son problemas de afectación personal de los jóvenes digitales, el sedentarismo los obliga a sufrir de ciertas enfermedades como obesidad, artritis, entre otras, mientras que el vicio aísla a la persona, donde un minuto para ellos es una eternidad cuando no están comunicados, llevándolos a la dependencia de la tecnología.

En cambio el 27% creen que las redes sociales son solo para informarse o entretenerse, siendo consciente del efecto que estas puedan producir en el entorno personal de ellos. Mientras que el 1% no aprecian ninguna anomalía.

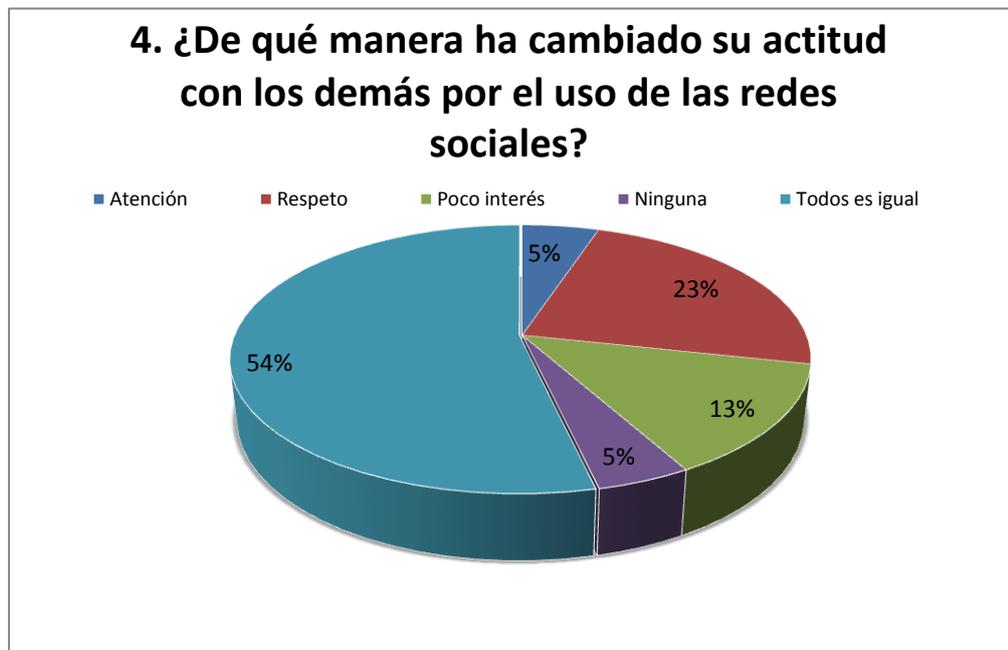
4. ¿De qué manera ha cambiado su actitud con los demás por el uso de las redes sociales?

Tabla # 8

Características	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Atención	12	5%
Respeto	56	23%
Poco interés	32	13%
Ninguna	12	5%
Todo es igual	131	54%
TOTALES	243	100%

Fuente: Jonathan Holguín Suárez.
Elaborado: Jonathan Holguín Suárez

Gráfico # 6



Fuente: Jonathan Holguín Suárez.
Elaborado: Tabla # 8

Análisis pregunta 4

Días atrás los jóvenes confirmaron que con las redes sociales han cambiado su actitud, con las siguientes variantes; el 5% por la falta de atención, el 23% es por la falta de respeto, el 13% al poco interés, el 5% a ninguna de las opciones y por ultimo un 54% a que todo es igual.

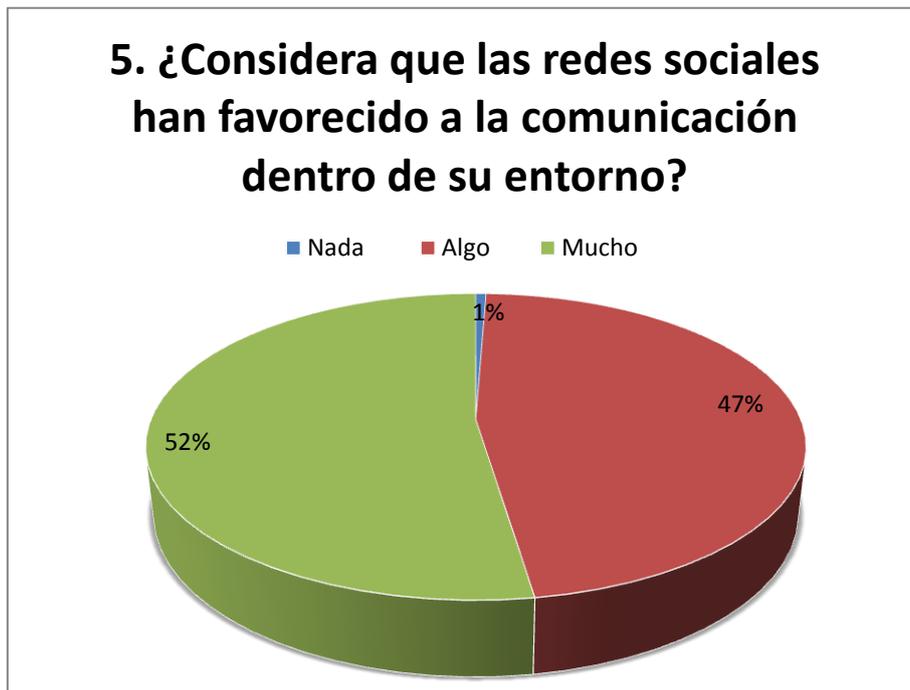
Para el 54%, las redes sociales no ha cambiado en nada la actitud de ellos, porque son conscientes de los efectos que genera la adicción a la tecnología; el 28%, considera que la atención hacia los demás y el respeto, son parte fundamental para una buena comunicación; el 18%, ven con poco interés y ninguna novedad sobre los cambio de actitud que se genera por el uso de las redes sociales, siendo un factor interesante en aplicar la campaña en pro y favor de ese grupo pequeño que es vulnerable por los efectos de que genera el mundo digital.

5. ¿Considera que las redes sociales han favorecido a la comunicación dentro de su entorno?

Tabla # 9

Características	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Nada	3	1%
Algo	114	47%
Mucho	126	52%
TOTALES	243	100%
<i>Fuente: Jonathan Holguín Suárez.</i>		
<i>Elaborado: Jonathan Holguín Suárez.</i>		

Gráfico # 7



Elaborado: Jonathan Holguín Suárez
Fuente: Tabla # 9

Análisis pregunta 5

Como observamos la siguiente pregunta de la encuesta, si las redes sociales han favorecido a la comunicación dentro de su entorno los siguientes resultados nos indica que: el 1% de las personas encuestadas respondieron que nada, el 47% de que algo han favorecido las redes sociales y el 52% de que las redes sociales han favorecido mucho. Las redes sociales informan hechos relevantes puede ser personal como mundial y además son de gran ayuda para comunicarse, los jóvenes acuden a las redes sociales porque son de mucha ayuda según nuestras encuestas.

El 52%, considera que las redes sociales han mejorado su nivel e interrelacionarse con los demás, porque no pueden hacerlo de forma personal. El 47%, en algo les han favorecido las redes sociales en su entorno social; el 1%, en nada.

Es de interés evaluar que la mayor parte de los encuestados han aprendido a comunicarse de forma indirecta, es decir a través de las redes sociales, lo que es perjudicial para ellos en el momento de tener una entrevista laboral o familiar. Porque para ellos sin comunicación no hay vida.

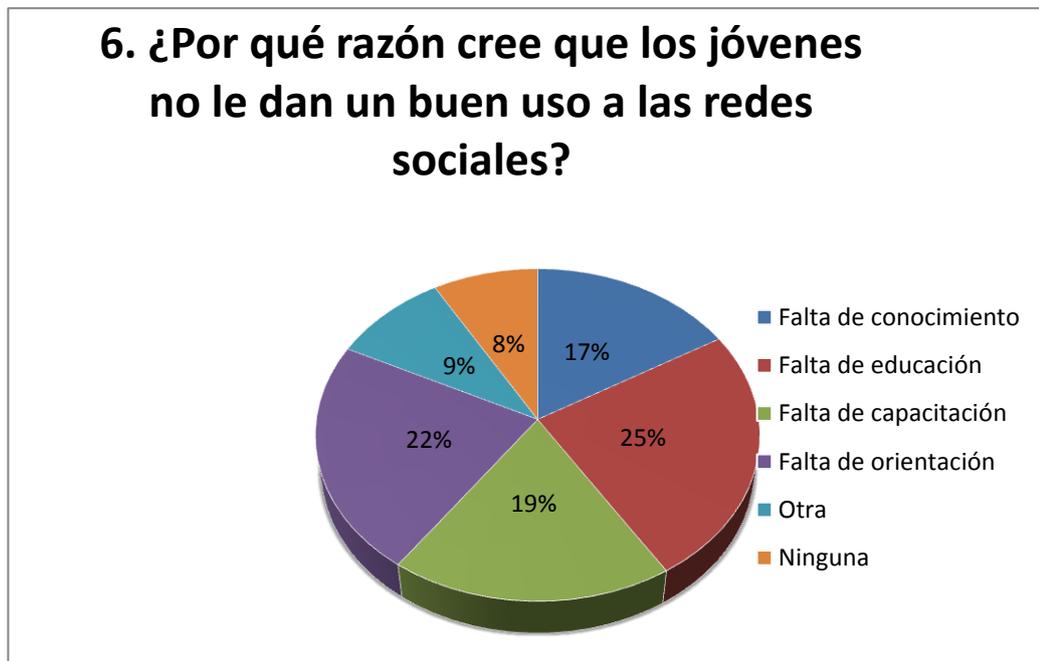
6. ¿Por qué razón cree que los jóvenes no le dan un buen uso a las redes sociales?

Tabla # 10

Características	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Falta de conocimiento	41	17%
Falta de educación	61	25%
Falta de capacitación	46	19%
Falta de orientación	54	22%
Otra	22	9%
Ninguna	19	8%
TOTALES	243	100%

Fuente: Jonathan Holguín Suárez
Elaborado: Jonathan Holguín Suárez

Gráfico # 8



Elaborado: Jonathan Holguín Suárez
Fuente: Tabla # 10

Análisis pregunta 6

En pregunta número 6, porque los jóvenes no le dan un buen uso a las redes sociales nos muestra los siguientes resultados obtenidos en las encuestas: el 17%, indica que es por la falta de conocimiento; el 25%, indica que es por falta de educación; el 19%, que es por falta de capacitación; el 22%, indica que es por la falta de Orientación; el 9%, indica que es por otra respuesta; y el 8%, indica que es por ninguna opción.

Ante esta interrogante se puede apreciar que no existen orientaciones positivas sobre el uso correcto de las redes sociales, el mismo que no solo en el hogar, en la escuela, en el colegio o en la universidad, cuando no hay una excelente alineación sobre el tema de este trabajo de titulación, muchos de los involucrados no han tenido ese apoyo especialmente de los docentes, porque algunos de ellos no están al tanto de las vicisitudes de sus estudiantes, dejándolos que la tecnología los absorba como esponjas.

7. ¿De qué manera considera que le ha afectado el uso excesivo de las redes sociales?

Tabla # 11

Características	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Negativa	53	22%
Positiva	34	14%
Neutral	156	64%
TOTALES	243	100%
<i>Fuente: Jonathan Holguín Suárez</i>		
<i>Elaborado: Jonathan Holguín Suárez</i>		

Gráfico # 9



Elaborado: Jonathan Holguín Suárez
Fuente: Tabla # 11

Análisis pregunta 7

Las redes sociales aparecieron con mucha aceptación mundial desde la década de los noventa, actualmente, de cada 10 personas, 9 tienen una red social donde interactúan con sus amigos; en el siguiente resultado los jóvenes afirman que el 22%, es negativa; el 14%, es positiva; y el 64%, es neutral, refiriéndose de cómo ha afectado el uso excesivo de las redes sociales.

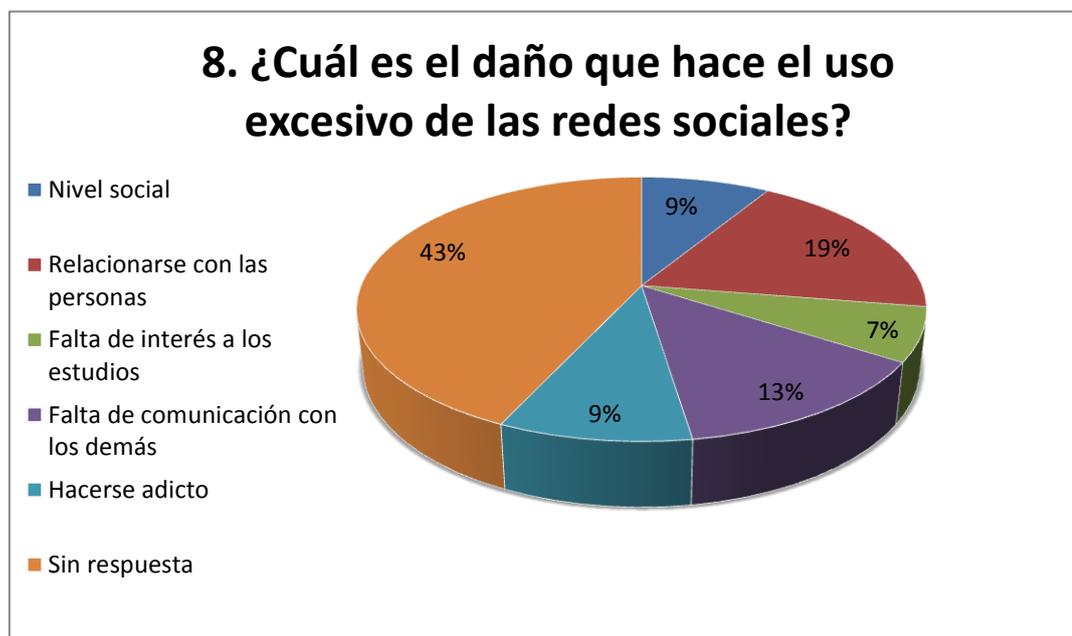
Entonces, la respuesta de los jóvenes ha sido neutral, no lo ve ni como positiva, ni negativa, que por parte no le ha afectado en su vida diaria que han convivido con las redes sociales.

8. ¿Cuál es el daño que hace el uso excesivo de las redes sociales?

Tabla # 12

Características.	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Nivel social	22	9%
Relacionarse con las personas	46	19%
Falta de interés a los estudios	17	7 %
Falta de comunicación con los demás	32	13%
Hacerse adicto	22	9%
Sin respuesta	104	43%
TOTALES	243	100%
<i>Fuente: Jonathan Holguín Suárez</i>		
<i>Elaborado: Jonathan Holguín Suárez</i>		

Gráfico # 10



Elaborado: Jonathan Holguín Suárez

Fuente: Tabla # 12

Análisis pregunta 8

Refiriéndose en el daño de las redes sociales el resultado es: el 28%, que tiene una falta de interés a los estudios; el 22%, dejaron en blanco; el 19%, se alejan y dudan en relacionarse con las personas; el 13%, es la falta de comunicación con los demás; el 9%, es que se hace adicto y 9%, indica que es por su nivel social,

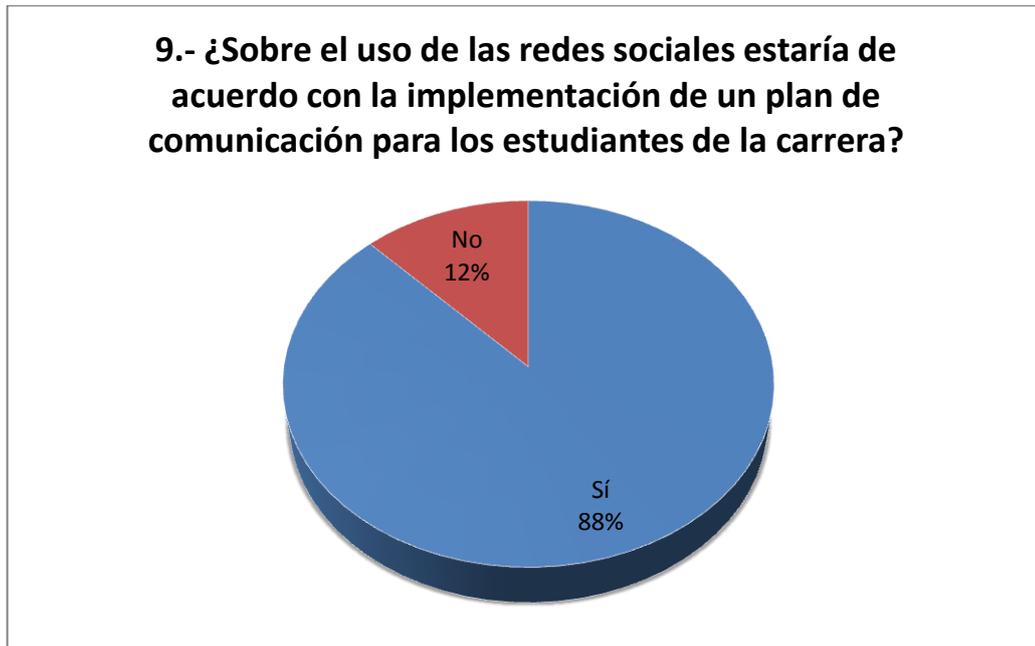
Apreciándose el mayor porcentaje de esta pregunta, indica el daño que puede causar las redes sociales, siendo uno de los referentes el alejamiento a los estudios, la distracción por otras actividades, así llegando a dejar su futuro académico, mientras tanto una respuesta en blanco fue la que quedó como segunda opción, los estudiantes no saben que daño puede causar las redes sociales.

9. ¿Sobre el uso de las redes sociales estaría de acuerdo con la implementación de un plan de comunicación para los estudiantes de la carrera?

Tabla # 13

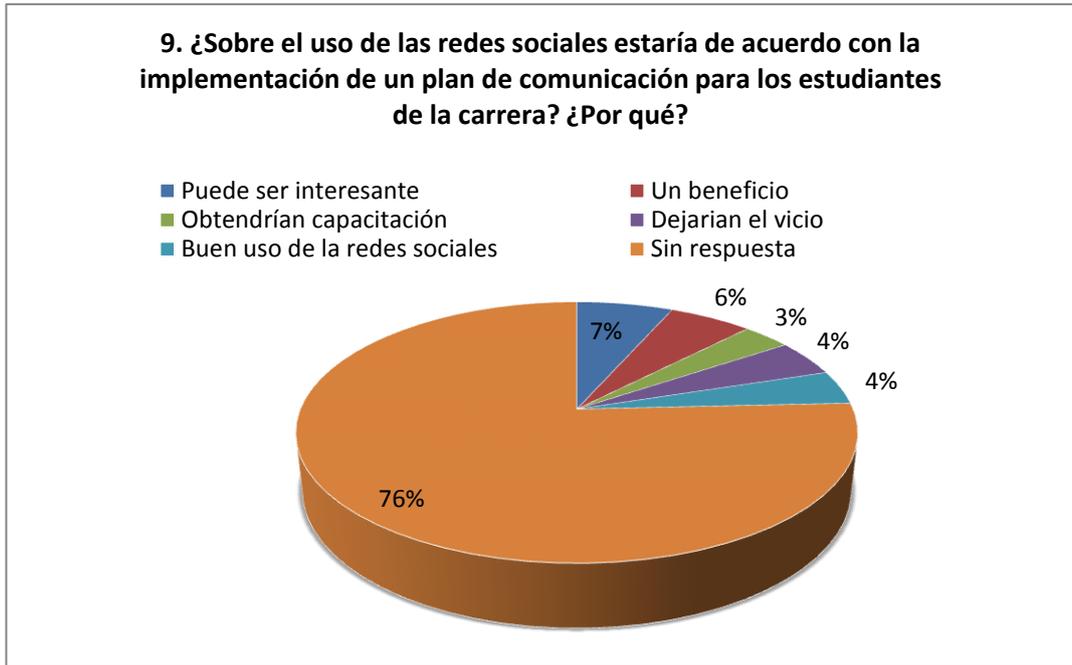
c	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	214	88%
No	29	12%
TOTALES	243	100%
<i>Fuente: Jonathan Holguín Suárez</i>		
<i>Elaborado: Jonathan Holguín Suárez</i>		

Gráfico # 11.a.



Elaborado: Jonathan Holguín Suárez
Fuente: Tabla # 13

Gráfico #11.b.



Fuente: Jonathan Holguín Suárez
Elaborado: Jonathan Holguín Suárez

Análisis pregunta 9

La mayor parte de los encuestados sí prefieren un plan comunicacional que sea implementado en la carrera de Comunicación Social de FACSO, esto representa el 88%; lo que significa que hay preocupación por parte de los encuestados sobre el tema pertinente, mientras que el 12%, no lo consideran necesario, porque los que ellos deben saber los riesgos que ocasionan el mal uso de las redes sociales.

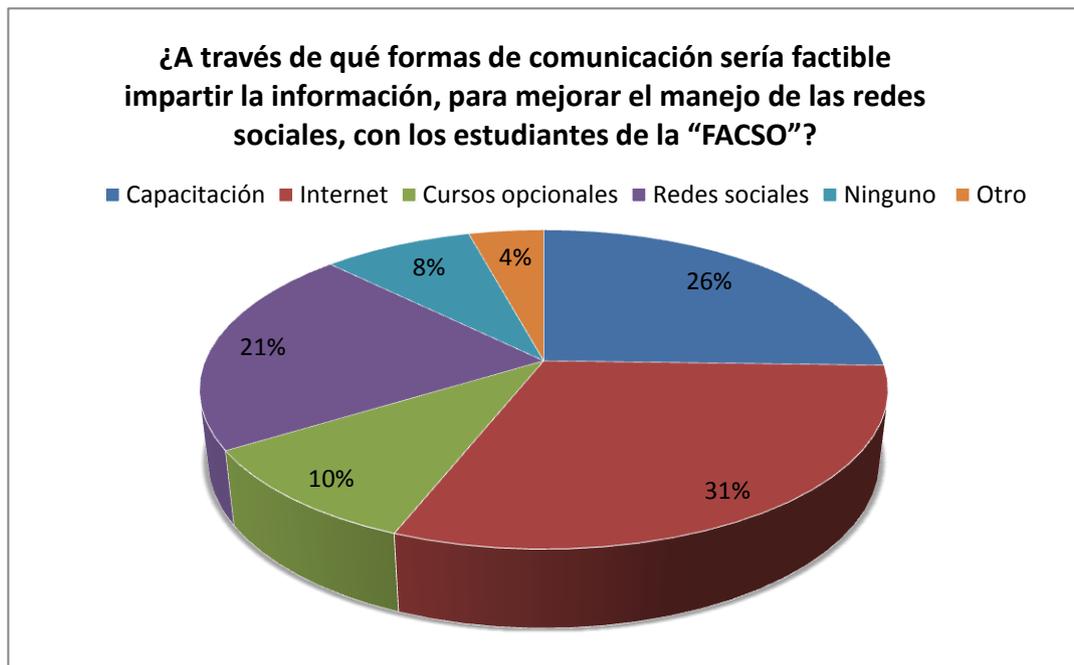
Las encuesta nos afirmaron que tenemos que el 76%, no saben si tendrían un beneficio con el plan de comunicación; el 7%, que puede ser interesante tener el plan de comunicación; el 6%, que sería un beneficio para los jóvenes; el 3%, que sería bueno obtener capacitaciones para maniobrar a las redes sociales; el 4% que dejarían el vicio y no estarían las 24 horas del día en las redes sociales y el 4% nos confirman que tendrían un buen uso y manejo de las redes sociales.

10. ¿A través de qué formas de comunicación sería factible impartir la información, para mejorar el manejo de las redes sociales, con los estudiantes de la “FACSO”?

Tabla # 14

Características	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Capacitación	63	26%
Internet	76	31%
Cursos opcionales	24	10%
Redes sociales	51	21%
Ninguno	19	8%
Otro	10	4%
TOTALES	243	100%
<i>Fuente: Jonathan Holguín Suárez</i>		
<i>Elaborado: Jonathan Holguín Suárez</i>		

Gráfico # 12



Elaborado: Jonathan Holguín Suárez
Fuente: Tabla # 14

Análisis pregunta 10

Para impartir la información y mejorar el manejo de las redes sociales, con los estudiantes de la “FACSO” nos da los siguientes datos y porcentajes: 26%, en tener capacitación; el 31%, en hacerlo por vía internet; el 10%, en cursos opcionales; el 21%, en redes sociales; el 8%, en la opción ninguno y el 4%, en otra opción.

El resultado mayor es que desean hacerlo por vía internet, como ellos están pendientes de las redes sociales sería fácil obtener la información de la propuesta, mientras le sigue el 26% que desea tener la información a través de capacitaciones. Sería una gran ayuda para que los estudiantes de comunicación social sepan utilizar a las redes sociales y pueden llevar una vida sociable personalmente y no cibernéticamente.

a. CONCLUSIÓN Y ANÁLISIS GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

Los resultados a la investigación realizada a 243 personas encuestadas, cuyo propósito es dar un análisis sobre la influencia de las redes sociales que hoy en día las utilizan todas las personas pero nos enfocamos en los jóvenes de la facultad de Comunicación social “FACSO” de la carrera de Comunicación social.

Teniendo en cuenta que muchos jóvenes tienen una cuenta social por internet, es necesario elaborar una propuesta de concientización mediante un plan de comunicación dentro de la parte académica para que los jóvenes tengan conocimiento como se debe maniobrar las redes sociales y no ser una persona maniobrada por estos medios.

La causa de que las redes sociales se han convertido en cada parte de nosotros es sin dudar alguna por sus diferentes opción que la hacen atractivas y divertidas pero todo tiene sus defectos y las redes sociales hace que las personas se sientan alejados de su entorno, y que se hagan unas personas adictivas al realizar publicaciones seguidas.

Los jóvenes dieron a conocer que quieren una información para poder maniobrar a las redes sociales mediante vía internet porque se les haría fácil acceder a su cuenta y estar pendiente en las informaciones.

CAPÍTULO V

ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA

5.1 Introducción

Con la realización de la investigación de campo desarrollada en la facultad de Comunicación Social de la carrera homónima, se ha reconocido que los estudiantes se activan a las redes sociales más de 9 veces al día y que están perdiendo los valores humanos, es por ello se hace necesario la búsqueda de estrategias o tácticas para fomentar los valores, cultura, educación y que los jóvenes sepan aprovechar a las redes sociales y no que las redes sociales aprovechen de su tiempo.

Por medio de la información junto a la comunicación y publicidad se lanzará una campaña de concienciación para que los jóvenes manejen bien las redes sociales. Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp nos ayudan para comunicarnos desde grandes distancias y a veces cuando la utilizamos frecuentemente y sin precaución, los estudiantes universitarios obtiene un comportamiento rebelde, llegan a un punto que se hacen adictos a las redes sociales, eso hace que se distraigan de sus responsabilidades, incluso a no terminar su carrera por su distracción y tener un hábito hacia las redes sociales.

La idea de este proyecto es radicar en la planificación y elaboración de un Plan Comunicacional que se implementará en los medios de comunicación alternativos que utiliza la “FACSO”, así nuestros jóvenes de la facultad, puedan obtener una información y comunicación concreta, clara y precisa, para detener el mal uso de las redes sociales en los involucrados.

5.2 Objetivos

5.2.1 Objetivo general

1. Elaborar una propuesta de comunicación, para el mejor uso de las redes sociales en “FACSO”, a través de una campaña de comunicación.

5.2.2 Objetivo específicos

1. Establecer un cambio de actitud en los jóvenes de 18-24 años de la carrera de Comunicación Social, “FACSO” cuando abran una red social.
2. Utilizar las herramientas de comunicación más efectivas para dar a conocer el mal uso de las redes sociales por los involucrados.
3. Designar los medios de comunicación de “FACSO” para utilizarlo en el plan de comunicación.

5.3 Justificación

La campaña comunicacional, estará destinada a los estudiantes de comunicación social, “FACSO”, donde ellos sabrán y obtendrán información sobre el mejor uso de las redes sociales, lo que permitirá conocer cuánta importancia es valorar el tiempo perdido cuando abren a una red social.

Se efectuará una campaña comunicacional, para informar y capacitar a los estudiantes de comunicación social con el objetivo sobre el mal uso de las redes sociales. Por lo que es necesario diversificar no solo con videos, sino con vallas, pancartas e información en las mismas redes sociales que los estudiantes utilizan.

5.4 Público objetivo

5.4.1 Segmentación geográfica

Jóvenes de 18-24 años, que estén legalmente matriculado en la Universidad de Guayaquil, facultad de Comunicación Social “FACSO” y estudien la carrera de Comunicación Social del período 2015- 2016.

5.4.2 Segmentación demográfica

Se ha considerado en tomar en cuenta a los estudiantes de Comunicación Social; del primer semestre hasta el cuarto año de la carrera, con edades de 18 a 24 años.

Tabla # 15

EDAD	18 años	53	(16%)
	19 años	67	(20%)
	20 años	63	(19%)
	21 años	33	(10%)
	22 años	40	(12%)
	23 años	48	(14%)
	24 años	30	(9%)
SEXO	64% Mujeres 36% Hombres		
TOTAL	243 Personas aproximadamente		

Fuente: Jonathan Holguín Suárez

Elaborado: Jonathan Holguín Suárez

Nivel socioeconómico

En la Facultad de comunicación social “FACSO” existe con un mayor nivel económico medio bajo porque es una institución pagada por el estado, siguiendo con un menor nivel económico el bajo y el medio

5.4.3 Segmentación psicográfica

5.4.3.1 Personalidad

- Jóvenes estudiante de la carrera de Comunicación Social “FACSO”.
- Jóvenes que tengan criterio sobre el uso de las redes sociales.
- Jóvenes que puede ser que estén incentivados a iniciar sus estudios profesionales donde son emprendedores, abiertos, autosuficientes e integrados socialmente.

5.4.3.2 Estilo de vida-actividades

- Estudiantes que les guste utilizar las redes sociales con el propósito de comunicarse dentro y fuera de clases.
- Estudiantes que constantemente pasan más preocupado por sus celulares que preguntar por el organigrama de actividades que tiene la institución.
- Estudiantes que desean aplicar los controles de comunicación tanto interna como externa, en el momento de desarrollar un dialogo interactivo con las autoridades, docentes, personal administrativo, de servicio, y entre los alumnos que componen FACSO – UG.

5.4.3.3 Hábitos y comportamiento de vida

- Socialmente todos los que involucran FACSO en su diversidad de representación, poseen una amplia cultura, que regularmente es aceptable, los mismos que contribuirán en el desarrollo de la propuesta por medio de sugerencias.
- Los constantes desafíos que pasa las nuevas generaciones, obliga en que se aplique ciertos bloqueos en las redes dentro de la facultad para evitar confrontación entre los diversos públicos.

- Los involucrados desarrollan valores en la toma de conciencia sobre temas que son comunicados por la institución y el mismo que servirá para el desarrollo académico de todos los que hacen FACSO.

5.4.3.4 Intereses

Interés de aumentar los conocimientos básicos lo que involucrarían a escalar niveles profesionales.

Preocupados por su entorno social, es decir, el medio ambiente y sus consecuencias.

- Interés por mejorar su nivel de vida.
- Interés por la información correcta.
- Preocupados por buscar mejorar la cultura de las personas.
- Interés por recuperar los valores que se están perdiendo.

Se eligió a los estudiantes de comunicación social, meta por representar un importante porcentaje de población que apoyo a los resultados de la encuesta realizados en este trabajo.

5.5 Promesa o beneficio:

Prestación de un servicio de calidad en el campo educativo, incentivando a los estudiantes de comunicación social, FACSO, que sean responsables del uso de las redes sociales, aplicándose un mecanismo de toma de conciencia constante desde el aula, es decir los docentes deben explicarles constantemente el uso correcto de las redes sociales en el aula.

5.6 Argumento de la promesa:

El nivel cultural debe contener potencialidades para el uso correcto de las redes sociales, esto es para garantizar las bondades socioeducativas del individuo, que se debe ofrecer a los estudiantes los beneficios positivos de las herramientas digitales en el proceso académico y laboral de ellos.

A nivel de posicionamiento, se requiere ser vista y considerada una táctica de progreso con mayor afluencia para los estudiantes de FACSOS, mediante la realización de la campaña comunicacional a nivel interno, con el propósito de que ellos puedan estar informados sobre el uso correcto de las redes sociales, con enfoque eficaz y de manera creativa.

5.7 Concepto de propuesta

Es de suma importancia hacer las respectivas correcciones para mejorar el manejo de las redes sociales, con los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, recordando que el mensaje que se transmitirá es: “Responsablemente conéctate y comunícate con las redes sociales”.

Las redes sociales vinieron para quedarse y debemos vivir con ellas, controlándolas y no ser controlados. Es prioritario un plan comunicacional dentro de la carrera de Comunicación Social para proyectar la forma de contrarrestar esta problemática social que afecta a todos los jóvenes de la institución y debemos dar un mensaje para contribuir una acción positiva para el crecimiento académico y social de los jóvenes.

Es recomendable una difusión de información dirigida a todos los jóvenes de la carrera de Comunicación Social, de modo de que se informe acerca de lo complejo que está siendo el tema para incentivar la responsabilidad que se debe utilizar las redes sociales y para lograr la minimización del mal uso de las redes sociales.

5.8 Acciones

Es un cambio social que pretende dar información con el objetivo de la adquisición de conocimientos en el tema de las redes sociales y lo puedan aplicar en sus hábitos de vida y maneras de habitar el mundo.

5.9 Contenidos

Los contenidos son muy variables, lo que se quiere transmitir en este caso son contenidos a nivel informativo y educativo.

5.10 Mensaje

Tabla #16

Aspecto a difundir	Mensajes	Actividad
Personajes importantes en el proceso del uso de las redes sociales.	“Responsablemente conéctate y comunícate con las redes sociales”.	Spot Audiovisual
Estrategias de entorno educativo	Una buena promoción sobre el uso correcto de las redes sociales, se podrá evitar que ellos las utilicen para otras actividades no académicas.	Spot audiovisual

Fuente: Jonathan Holguín Suárez

Elaborado: Jonathan Holguín Suárez

5.11 Estrategias de comunicación

El plan de comunicación que se aplicará en la facultad de Comunicación Social con el propósito de desarrollar una campaña comunicacional sobre la influencia de las redes sociales, como mal hábito de los estudiantes de esta unidad académica, lo que permite dirigir no solo la información a una sola carrera, sino al público en general que visita la institución.

No existen campañas comunicacionales dentro del entorno académico de la institución, muchos docentes y estudiantes son adictos a la tecnología, con el propósito de que sin ella no pueden estar enterados de los hechos y acontecimientos que informan las redes sociales.

Según los resultados obtenidos de las encuestas como parte de la investigación de campo se procederá a desarrollar esquemas de comunicación dirigida al público tanto interno de la facultad de Comunicación Social, especialmente hacia los estudiantes de la unidad educativa estudiada, siendo necesario durante tres meses.

Nombre de la Campaña: “Responsablemente conéctate y comunícate con las redes sociales”

Tiempo: 3 meses

Tipo de comunicación: audiovisual – Redes Sociales

5.11.1 Estrategia para video

5.11.1.1 Estrategia

Utilización de spots audiovisual dentro de la unidad académica y en las redes sociales con el propósito de que los estudiantes sepan sobre la influencia de las redes sociales en ellos y la pérdida del entorno comunicacional.

5.11.1.1.1 Táctica

Solicitar los equipos de audiovisual para el desarrollo de la campaña de comunicación, teniendo el video de 3 minutos para promocionarlo durante 3 meses, dentro de la unidad académica y en las redes sociales de la institución.

Estrategia de Audiovisual

La campaña será realizada dentro de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, destinada a los estudiantes de esta unidad académica. El video será de 3 minutos” donde se desarrollara la campaña.

El slogan del spot audiovisual se definió como:

“Responsablemente conéctate y comunícate con las redes sociales”

Concepto del Spot

Se utiliza la expresión “Responsablemente conéctate y comunícate con las redes sociales”, es con el propósito de que los jóvenes no deben ser esclavos de la tecnología, especialmente de los dispositivos móviles, siendo una campaña personalizada, donde ellos son los protagonistas de este trabajo de titulación.

5.12 Plan de campaña

La campaña tendrá una duración de tres meses, la misma que será promocionada en la institución académica y en las redes sociales de la facultad de Comunicación Social, (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) y los canales de televisión que deseen auspiciar en la presente producción.

5.12.1 Estructuración de la campaña Audiovisual e Internet.

Estructura del audiovisual

Sinopsis del video

Tres alumnos salen de clases el uno le pregunta al otro, ¿Qué tal la clase de hoy? pero como el otro joven está atendiendo su celular no le toma en cuenta. Después daremos un pequeño resumen de los resultados del proyecto, luego entrevistaremos a una alumna de la institución y docente de la carrera que hablarán del tema. Para finalizar diremos nuestro mensaje como propuesta para que los estudiantes tomen conciencia de lo que está sucediendo sobre el mal uso de las redes sociales.

5.13 Estudio del guión

El estudio del guión se lo va a realizar con el equipo humano de producción, que serán del departamento de audiovisual, el mismo que ha sido leído por cada uno de los integrantes del mismo y debidamente aprobado por cada uno. De esta manera se realizarán las rectificaciones necesarias para luego pasar a convocatoria de ensayos con los conductores y actores a quienes fueron entregados. De este guión se planteó el guión técnico.

5.14 Guión técnico

Este guión será desarrollado después del guión literario. Es una guía para el staff técnico de producción durante la grabación y en la edición, se explican los planos que deben realizar en cada acción, además de la utilería que se va a necesitar, se plantea el tipo de sonido que requiere cada toma.

Guión técnico

<p>1.01 .</p>	<p>PG. Jóvenes chateando en el móvil.</p> <p>PM. Jóvenes caminando. Chico: pregunta de la clase y no le contestan.</p> <p>PD. Enfocando a un celular</p> <p>PM. Estudiantes chateando en clases.</p>	   	<p>Control: Música Ameno de Era. Track 1</p> <p>Hombre 1: ¿Chicos qué tal la clase de hoy?</p>
---------------	--	--	--

<p>PG. Logos de las redes sociales.</p>	<p>Mobile Social Apps</p> 	<p>Jonathan Holguín Voz en off: Cuando aparecieron las redes sociales las personas han ido cambiando, ya no es lo mismo que antes, las redes sociales hoy en día son importantes porque es un medio de comunicación en tiempo real, sea escrito o visual.</p>
<p>PPP. Una mujer maniobrand o su celular.</p>		<p>Facebook, Whatsapp, Instagram, Twitter son las redes más conocidas y entretenidas para los jóvenes.</p>
<p>P.M. Entrevista.</p>		<p>Se hizo un estudio en la Facultad de comunicación social, con el 83%, que utiliza estos medios y el 17% que la consideran malo y regular.</p>
<p>P.M. Entrevista.</p>		<p>Voz del entrevistado.</p>

PG. Entrada de la "FACSO"



PG. Patios de la "FACSO".



PG. Jóvenes con su celular.



PG. Gráfico.



Jóvenes universitarios hoy en día se benefician con la tecnología, crean grupos en las redes sociales para ayudarse mutuamente con las materias académicas, de igual manera los docentes también realizan esta función.

<p>P.M.C.. Jóvenes chateando.</p>		
<p>P.M.. Ejecutivo con su celular.</p>		<p>“Responsablemente conéctate y comunícate con las redes sociales”.</p>
<p>P.G. Jóvenes atropellado por andar con su celular.</p>		<p>La adicción a las redes sociales esta dominando al mundo dejando pasar buenos momentos en tu entorno social, ya que influye de forma negativa en tu vida, incluso ha ocasionado accidentes por estar entretenidos en estos medios.</p>
<p>P.G. Paisaje.</p>		<p>¡No te dejes influenciar de las redes sociales!</p>
<p>PD. Redes sociales.</p>		<p>La tecnología separa tu entorno estudiantil.</p> <p>Domina tú a la tecnología.</p>

Fuente: Jonathan Holguín Suárez
Elaborado: Jonathan Holguín Suárez

Acciones del Plan de Comunicación

Primera acción

Realizar una carta al departamento de Relaciones Públicas de la facultad de Comunicación Social, FACSO, para solicitar permiso y poder reproducir el audiovisual de 3 minutos en las pantallas de la facultad y también poder difundirlo en las redes sociales de la institución, en (Facebook, Twitter, Instagram) las actividades y acciones de la propuesta que tiene un tiempo de 3 meses para comunicar a los estudiantes de FACSO a tener un mejor uso con las redes sociales.

Segunda acción

Se desarrollará una carta motivadora para el mejor uso de las redes sociales, y un disco con el audiovisual del plan de comunicación a los docentes de la institución, detallando la información para reproducir el audiovisual en una hora de clases siempre y cuando el docente este de acuerdo en dar esta información a los alumnos de comunicación social y que puedan hablar del tema, “Responsablemente conéctate y comunícate con las redes sociales” dando sus juicios e ideas y sacando conclusiones. Se entregaran las cartas motivadoras para el mejor uso de las redes sociales, y un disco con el audiovisual a cada docente de la carrera de Comunicación Social la idea es concienciar a los estudiantes a dar un buen uso a las redes sociales.

Carta motivadora

Guayaquil, 21 de marzo del 2016

Docentes de la facultad de Comunicación Social:

Me dirijo a usted, muy respetuosamente, como estudiante egresado en Comunicación Social, realizando mi propuesta de mi tema de titulación; “Análisis de la influencia de las redes sociales en los jóvenes de 18 a 24 años para la realización de un plan de Comunicación, en los alumnos de la carrera de Comunicación Social, “FACSO”, Universidad de Guayaquil 2016”, para la obtención del título de licenciado en Comunicación Social, le envío esta carta de motivación para realizar mi propuesta sobre el mal uso de las redes sociales y el tiempo perdido en este medio virtual.

“Afirma que el uso de redes como Twitter y Facebook es una nueva condición cultural, pero su empleo compulsivo puede desencadenar problemas psicológicos. Refirió que la Asociación Americana de Psiquiatría define la compulsión como conductas repetitivas de actos mentales, impulsadas como respuesta a una obsesión con el fin de prevenir o reducir sensaciones de angustia o temor. Algunos investigadores han sugerido que las conductas de uso compulsivo de las redes sociales delatan una especie de infelicidad con la vida propia. Con la vida cercana porque entienden que lo mejor de la vida se ha desplazado a un espacio virtual mucho más grande, con más emociones, con risas y sonrisas, de ser aceptado y reconocido” (QUIJANO E. , 2014)

Como en la actualidad los estudiantes tienen un mal uso con las redes sociales, le envío una información importantísimo para que converse con sus estudiantes del por qué el mal uso de la tecnología y adicción de ellas. Junto a esta carta les envío adjunto de Cd para reproducirlo dentro de su hora de clases y se deleiten con el mismo una introducción para su información. Espero con esta carta haberle convencido de que soy un estudiante egresado que lo único que quiere es cumplir con mi propuesta, que los alumnos tengan comentario e información sobre el buen uso de las redes sociales.

Sin otro particular, se despide atentamente:

Jonathan Oswaldo Holguín Suárez

Tercera acción

Realizar divulgaciones en la institución educativa, ubicando banners en sitios estratégicos y visibles para los estudiantes, también dar hojas volantes sobre la campaña de comunicación a todos los estudiantes de FACSO para que también los estudiantes de Publicidad, Diseño Gráfico, Hotelería y Turismo sepan de la divulgación del buen uso de las redes sociales. Por ultimo situar 3 vallas en los pabellones de Comunicación Social, Publicidad y a la entrada de institución, con la mentalidad que los estudiante tomen conciencia con el mensaje “Responsablemente conéctate y comunícate con las redes sociales” y que cuando estén conectado con estos medios comunicacionales sepan aprovecharlas y maniobrarlas de la mejor manera sin estar en una adicción. Se aplicara durante los 3 meses del plan de comunicación en la facultad de Comunicación Social, FACSO y en las redes sociales de la institución para concienciar a tener un buen uso hacia las redes sociales.

Modelo de banner que será puesto en tres sitios estratégicos de la FACSO.



Foto de ilustración

El banner estará compuesto con una fotografía de una madre con su hijo, el mismo que los separa un celular gigante; al igual que un grupo de jóvenes que están ocupados con el celular, siendo un problema social, porque la gente prefiere la comunicación tecnológica, dos tendrán el tamaño de 2.5 x 3.5 metros a full color y uno de 1.5 x 2.5 metros.



Fuente: Internet
Elaborado: Internet

Banner ubicado en el edificio principal de la FACSO



Fuente: Internet
Elaborado: Internet

Banner a la entrada de la FACSO



Fuente: Internet

Elaborado: Internet

Banner ubicada en el edificio de Publicidad de la FACSO

Estructuración de la hoja volante

La hoja volante es tamaño A5, a full color, tendrá como imagen dibujos hechos a mano, el mismo que serán personas adultas jóvenes, como adolescentes, con imágenes de los diversos tipos de redes sociales, con el lema de la campaña que es: “Responsablemente conéctate y comunícate con las redes sociales”.

Este tema se lo coge porque actualmente no existe una comunicación directa entre los individuos, lo que perjudica en nuestra sociedad.

El número de hojas volantes que se realizaran será de 5000.



Foto de ilustración

Diseño para las hojas volantes que se entregarán en la facultad de Comunicación Social.

Presupuesto

Gastos de materiales de reproducción

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Cartas de motivación	80	0.50	40.00
Cd	80	1.00	80.00
TOTAL			120.00

Gastos de materiales divulgación

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Gigantografías de 2.5 x 3.5 metros	3	70.00	210.00
Hojas volantes	5000	0.10	500.00
TOTAL			710.00

Presupuesto general

Detalle	Costo total
Gastos de material de reproducción	120.00
Materiales de divulgación	710.00
Total	830.00

CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

El actual trabajo final de carrera, cuyo tema es: **“Análisis de la influencia de las redes sociales en los jóvenes de 18 a 24 años para la realización de un Plan de Comunicación, en los alumnos de la carrera de Comunicación Social, FACSO, Universidad de Guayaquil 2016”**, nos permite analizar los conceptos presentados en este proyecto que pudimos y así, entender sus diversos significados, analizar el problema del tema y compartir la propuesta, a través de la información y comunicación.

En este tiempo de este estudio se presentaron conceptos de ética-moral (valores), educación, educación ambiental, comunicación, planificación, plan de comunicación y presupuesto, que sirvieron para enfocarse en el desarrollo del trabajo de titulación.

Se hicieron 243 encuestas, para despejar muchas dudas y construir incógnitas en la investigación. Los encuestados fueron estudiantes de la carrera de Comunicación Social que de la jornada matutina, vespertina y nocturna. Se evaluaron: el uso constante, el significado, que ventaja tiene las redes sociales, el daño y por supuesto la aceptación de la implementación de un plan de comunicación de concientización a los estudiantes.

Agregando confirmar que, una adecuada comunicación es el punto clave para resolver problemas como los malos hábitos sociales, el mal uso de las redes sociales, la falta de comunicación e información etc., que son los que incrementan el uso excesivo a las estos medios actuales.

La información de los datos obtenidos en la investigación, fueron obtenidos en las propuestas concretas para la acción social mediante el conocimiento suficiente para actuar responsablemente.

Se expuso un Plan de Comunicación que se enmarca en un proceso permanente en la acción de educar y cobrar conciencia de las responsabilidades personales y sociales, para obtener una mejor convivencia y lograr un buen uso de las redes sociales.

El plan se puede inculcar a los estudiantes de “FACSO”, la responsabilidad, la educación, los valores, la interculturalidad, etc., para que los estudiantes se consagren profesionales de la facultad de Comunicación Social y cumplan sus metas.

Esto es lo que incentiva a transmitir información a través de la institución y los docentes, que permitirá la reproducción de esta campaña, ya que su alcance es un verdadero impulso para la concienciación y respeto activo al medio natural.

El trabajo de titulación tiene como objetivo, demostrar la importancia que tiene la comunicación junto a la información dentro de “FACSO”. Sería oportuno mejorar el manejo de las redes sociales y obtener los resultados esperados para tener el crecimiento y el desarrollo académico.

Y en lo que respecta a educar, cambiar de hábitos, lograr actitudes favorables, es lo más complicado, pero se necesita insistir en el tema y volver mil veces sobre lo mismo hasta que los estudiantes alteren sus costumbres negativas en positivas.

Algunas estrategias aquí planteadas influirán en las clases de los docentes para que dejen el celular tranquilo y puedan dar sus clases como debe de hacer. Desde mi punto de vista la realización de este proyecto ha sido una labor compleja y además un reto porque inicie este proceso de trabajo de titulación con pocos conocimientos profundos y concretos de cómo realizar este tipo de tareas.

Pero gracias a la colaboración y la ayuda de mi tutor Jorge Rubianes en conjunto con la gama de bibliografías que investigue y encontré sobre el tema, pude ampliar y reestructurar este trabajo del que me costó realizar y me siento orgullosa.

Este trabajo de titulación es un factor importante que con sus resultados se verán reflejados en la sociedad del futuro. Por lo tanto, me alegra mucho poder haber realizado mi proyecto final de carrera de Comunicación Social que con tanta paciencia he dedicado espacio y tiempo durante mis años de estudio.

6.2. Recomendaciones

Para un proceso de un Plan de Comunicación hay varias alternativas para lograr los objetivos planteados en la propuesta que se pretende realizar a futuro.

- Es considerado tener el apoyo de los equipos para reproducir el video motivador dentro de la institución y de las redes sociales, para concienciar a los estudiantes de la carrera de Comunicación Social.
- Es prioritario implementar un plan de comunicación para dar a conocer, mediante la comunicación, la influencia de las redes sociales, para que los jóvenes de Comunicación Social se mantenga informado entre las múltiples opciones que dispone el proyecto para hacer llegar mensajes reflexivos sobre el buen uso de las redes sociales.

Bibliografía

1. BAUTE, C. A. (2011). *Lo natural, lo artificial y la cultura*. Madrid: Kadmos.
2. ECUADOR, A. N. (2007). *Constitución del Ecuador*. Montecristi: Artículo 16, 26, 27.
3. ECUADOR, A. N. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador*. Quito: Artículo 1, 3, 4, 5,20, 25,26.
4. ECUADOR, A. N. (2015). *Ley Orgánica de Telecomunicaciones*. Quito: Objeto.
5. ESPAÑOLA, R. A. (2014). *Computadora*. Madrid: Diccionario de lengua española.
6. ESTÉ, M. E. (2011). LA TECNOLOGÍA: SUS FORMAS Y LAS DIFERENCIAS DE LOS MEDIOS. *Scripta Nova.*, 1.
7. GÓMEZ, M. S. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Revista científica de comunicación y educación*, 38.
8. MENÉNDEZ, L. S. (7 de junio de 2003). Análisis de redes sociales: cómo representar las estructuras sociales subyacentes. *Apuntes de Ciencia y Tecnología*, 21. Recuperado el 15 de septiembre de 2015
9. MUÑIZ, L. (2009). *control presupustario*. España: Profit.
10. NOGUERO, F. L. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación de la Uniersidad de Huelva*, 167-179.
11. ORDAZ, Z. V. (15 de julio de 1995). ANÁLISIS Y CRÍTICA DE LA METODOLOGÍA PARA LA REALIZACIÓN DE PLANES REGIONALES EN EL ESTADO DE GUANAJUATO. En V. O. Zubia, *Planeación Regional*. (pág. 25). GUANAJUATO: Plan programa de proyecto. Recuperado el 2016
12. PASTOR, A. (2010). *Cultura General: ambito linguistico y social*. Madrid, España: Paraninfo.
13. YUKL, G. (1998). *Leadership in Organizations - Liderazgo en las Organizaciones*. New Jersey.

Linkografía

1. ADMIN. (2009). *Consejos de tu Farmacéutico*. Recuperado el 2015, de Jóvenes y redes sociales: los límites entre el uso y el abuso: <http://www.consejosdetufarmaceutico.com/jovenes-y-redes-sociales-los-limites-entre-el-uso-y-el-abuso/>
2. AGUILAR, N. (12 de abril de 2013). *Tecnoiglesia*. Recuperado el 2015, de ¿Que tipo de influencia hay en tu vida? ¿Y hacia donde te está llevando?: <http://tecnoiglesia.com/2013/04/a-ti-quien-te-inspira/>
3. AROCHE, S. F. (14 de febrero de 2006). *Maestro del Web*. Recuperado el 26 de agosto de 2015, de La historia de Internet: <http://www.maestrosdelweb.com/internethis/>
4. ARROYO, V. (24-26 de septiembre de 2008). *Bibliotecas públicas y sitios de redes sociales, ¿una cuestión de visibilidad? En: IV Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas A Coruña*. Recuperado el 9 de agosto de 2015, de http://eprints.rclis.org/16219/1/Social_networking_Literacy_for_librarians.pdf
5. ASPIAZU, G. C. (30 de noviembre de 2009). *Redes sociales en la Web*. Recuperado el 27 de Agosto de 2015, de http://menteerrabunda.blogspot.com/2010_01_01_archive.html
6. BARBARAPVN. (06 de agosto de 2012). *Hipertual*. Recuperado el 27 de Agosto de 2015, de Breve historia de las redes sociales: <http://hipertextual.com/archivo/2012/08/breve-historia-de-las-redes-sociales/>
7. BARZANALLANA, R. (2013). *Universidad de Murcia*. Recuperado el 2015, de <http://www.um.es/docencia/barzana/II/Ii04.html>
8. BERNAL, D. C. (2015). *Tecnofobia y tecnofilia: Las dos caras de la moneda juvenil*. Recuperado el 11 de agosto de 2015, de <http://liverdades.es/articulos/reflexiones/liverdades-tecnofobia-y-tecnofilia-las-dos-caras-de-la-moneda-juvenil>
9. CÁRDENAS, D. A. (12 de mayo de 2012). *Analistas independientes de Guatemala*. Recuperado el 2015, de Juventud Miope: <http://www.analistasindependientes.org/2012/05/juventud-miope.html>
10. CASTRO, L. (2014). *¿Qué es una red social?* Recuperado el 4 de septiembre de 2015, de About español: <http://aprenderinternet.about.com/od/RedesSociales/g/Que-Es-Una-Red-Social.htm>
11. CUADRA, E. d. (junio de 1996). *INTERNET: CONCEPTOS BÁSICOS*. Recuperado el 25 de agosto de 2015, de

<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuadern5/elena.htm>

12. DELGADO, H. (17 de marzo de 2010). *Las redes sociales: Una sociología*. Recuperado el 12 de agosto de 2015, de Conexión Iberoamericana:
<https://conexioniberoamerica.wordpress.com/2010/03/17/las-redes-sociales-una-sociologica/>
13. DÍAZ, E. R. (2012). *LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA VIDA DE LOS JÓVENES*. Recuperado el 2015, de
<https://www.google.com/search?q=influencia+en+las+redes+sociales+en+los+jovenes&ie=utf-8&oe=utf-8>
14. Díaz, S. C. (mayo de 2007). *Academici y otras redes académicas. ACIMED*. Recuperado el 10 de agosto de 2015,
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352007000500017&lng=es
15. DOMÍNGUEZ, Y. S. (2007). *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*. Recuperado el 2015, de El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21433320>
16. GARCÍA, R. F. (1 de abril de 2009). *¡PELIGRO, REDES SOCIALES EN EDUCACIÓN!* Recuperado el 7 de septiembre de 2015, de Aprende a pensar: <http://rferrer.aprenderapensar.net/2009/04/01/hola-mundo/>
17. GIONTI, C. (05 de Julio de 2010). *LA HISTORIA DE LA RED SOCIAL*. Recuperado el 27 de Agosto de 2015, de SixDegrees.com: La primera patente en el mundo de las redes sociales:
<https://translate.google.com/translate?hl=es&sl=it&u=http://socialnetworkhistory.blogspot.it/2010/07/sixdegreescom-il-primobrevetto-nel.html&prev=search>
18. GRAJALES, T. (27 de marzo de 2000). *EL CONCEPTO DE INVESTIGACION*. Recuperado el 2015, de
<http://tgrajales.net/invesdefin.pdf>
19. HIDALGO, C. (24 de julio de 2014). *Influencia de las redes sociales en la sociedad*. Recuperado el 2015, de <http://es.blastingnews.com/ocio-cultura/2014/07/influencia-de-las-redes-sociales-en-la-sociedad-00113658.html>
20. LANDMAN, D. (Marzo de 2015). *El nuevo Herald*. Recuperado el 2015, de La tecnología y las redes sociales: Nuevos medios de comunicación y enseñanza: <http://www.elnuevoherald.com/opinion-es/opin-col-blogs/voces-de-la-educacion/article11955515.html>

21. LEINER, B. V. (21 de 11 de 2011). *Internet Society*. Recuperado el 8 de agosto de 2015, de <http://www.internetsociety.org/es/breve-historia-de-internet>
22. LOPÉZ, H. (15 de marzo de 2013). *Axeleratum*. Recuperado el 2016, de Plan de Trabajo | ¿Cómo ejecutarlo? Las 10 Mejores Herramientas Online: <http://axeleratum.com/2013/plan-de-trabajo-%C2%BFcomo-ejecutarlo-las-10-mejores-herramientas-online/>
23. MASSIMINO, L. (30 de mayo de 2010). *¿Qué es la Investigación Educativa?* Recuperado el 6 de septiembre de 2015, de <http://www.lauramassimino.com/proyectos/webquest/1-1-que-es-la-investigacion-educativa>
24. MENÉNDEZ, R. (2105). *Informática Aplicada a las Ciencias Sociales Grado en Ciencia Política y Gestión Pública de la Universidad de Murcia*. Recuperado el 16 de septiembre de 2015, de Qué es la informática: <http://www.um.es/docencia/barzana/IACCSS/Que-es-la-informatica.html>
25. MOLERO, A. J. (2005). *PLAN DE COMUNICACIÓN, concepto, diseño e implementación*. Recuperado el 2016, de http://conocimiento.incae.edu/ES/no_publico/ilgo05/presentaciones/A.MoleroPlanComunicacion.pdf
26. MORDUCHOWICZ, R. A. (septiembre de 2010). *Los adolescentes y redes sociales*. Recuperado el 2015, de Ministerio de Educación de la Nación: <http://www.me.gov.ar/escuelaymedios/material/redes.pdf>
27. NARÍA, S. (2012). *Red Historica*. Recuperado el 2015, de La invención del telégrafo: <http://redhistoria.com/la-invencion-del-telegrafo/#.Vj9xpE9d7IU>
28. NULLVALUE. (18 de junio de 1997). *El Tiempo*. Recuperado el 2015, de LA HISTORIA DEL COMPUTADOR: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-595486>
29. PADRÓN, J. (1994). *Papeles de Jose Padròn*. Recuperado el 31 de agosto de 2015, de Qué es 'teoría': http://padron.entretemas.com/ques_teoria.htm
30. PEDRAZA, Q. (2009). *La planificación" en Contribuciones a la Economía*. Recuperado el 2016, de <http://www.eumed.net/ce/2009b/jcqp2.htm>
31. PEYRI, N. (30 de julio de 2015). *La usabilidad de las redes sociales en nuestras vidas*. Recuperado el 1 de septiembre de 2015, de <http://darlingdu.blogspot.com/2015/07/la-usabilidad-de-las-redes-sociales-en.html>
32. PONCE, I. (17 de abril de 2012). *MONOGRÁFICO: Redes Sociales - Historia de las redes sociales*. Recuperado el 8 de Agosto de 2015, de

<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=2>

33. PORTALATÍN, B. G. (9 de abril de 2014). *El mundo*. Recuperado el 2015, de Los jóvenes se sienten incompletos sin internet y las redes sociales:
<http://www.elmundo.es/salud/2014/04/09/534563deca4741434c8b4578.html>
34. QUIJANO, E. (15 de enero de 2014). *El Universal.mx- Tecnología*. Recuperado el 17 de agosto de 2015, de Redes sociales provocan problemas psicológicos: <http://archivo.eluniversal.com.mx/computacion-tecno/2014/redes-sociales-provocan-desordenes-psicologicos-82679.html>
35. QUIJANO, R. &. (2008). *Facebook o los nuevos rostros de la socialidad*. Recuperado el 9 de agosto de 2015, de http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Internet/ponencias/GT18_35 Ricarte_Ortega.pdf
36. REBOLLO, A. M. (7 de marzo de 2011). *Pasión por la radio*. Recuperado el 2015, de Breve historia de la radio:
<https://anagilrebollo.wordpress.com/2011/03/07/breve-historia-de-la-radio-2/>
37. RIBERA, J. (25 de octubre de 2015). *Sociología y Redes sociales*. Recuperado el 2015, de Las redes sociales y contacto emocional:
<http://sociologiyredessociales.com/>
38. RIBERA, J. (11 de noviembre de 2015). *Sociología y Redes sociales*. Recuperado el 2015, de Un análisis sociológico del "me gusta":
<http://sociologiyredessociales.com/>
39. RIVERO, R. (02 de 04 de 2002). *Evolución de ARPANET/Internet*. Recuperado el 26 de 08 de 2015, de <http://www.elmundo.es/imasd/docs/cursos/masterperiodismo/2002/rivero-master01-usa.html>
40. PUNSET, E. (7 de junio de 2006). *El alma esta en el cerebro*. Recuperado el 1 de septiembre de 2015, de <http://www.eduardpunset.es/462/libros/el-alma-esta-en-el-cerebro-2>
41. ROHRACHER, H. (30 de mayo de 2014). *Texto científico Psicología*. Recuperado el 8 de agosto de 2015, de <http://yeskapi20.blogspot.es/1401411273/texto-cientifico-psicologia/>
42. RUBÍN, R. (12 de agosto de 2014). *Ciudadano 2.0*. Recuperado el 2015, de Qué es Facebook, cómo funciona y qué te puede aportar esta red social:
<http://www.ciudadano2cero.com/facebook-que-es-como-funciona/>

43. SABINO, C. (1996). *Historia de la tecnología*. Recuperado el 8 de agosto de 2015, de El proceso de investigación de Lumen Humanitas:
http://paginas.ufm.edu/sabino/ingles/book/proceso_investigacion.pdf
44. SAIZ, J. B. (22 de mayo de 2008). *Marketing, Blog sobre mercados de tendencias 21*. Recuperado el 2016, de El Plan de Comunicación:
http://www.tendencias21.net/marketing/el-plan-de-comunicacion_a31.html
45. SANDRIUX. (2 de mayo de 2011). *Ventajas y desventajas de las Redes Sociales para los estudiantes*. Recuperado el 8 de septiembre de 2015, de <http://soxialmedia.com/ventajas-desventajas-de-las-redes-sociales-para-los-estudiantes/>
46. SANTAELLA, L. (5 de junio de 2014). *Definición de Twitter*. Recuperado el 2015, de <http://conceptodefinicion.de/twitter/>
47. SANTOS, E. (7 de agosto de 2015). *Diez cosas en las que Telegram es mejor que WhatsApp*. Recuperado el 2015, de <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/software/2015/08/06/222339.php>
48. SEDANO, G. (18 de 03 de 2012: 14). *Web Espacio*. Recuperado el 26 de agosto de 2015, de Historia de las redes sociales:
<http://www.webspacio.com/historia-redes-sociales/>
49. SUCAR, E. (2008). *La Jornada de oriente*. Recuperado el 2015, de máquina analítica a la computadora personal:
<http://www.lajornadadeoriente.com.mx/2008/02/04/puebla/s1arr12.php>
50. UTRILLA, J. G. (3 de mayo de 2013). *Creado con WordPress*. Recuperado el 2016, de La importancia de una buena comunicación en una organización: <http://cm3sector.org/2013/05/03/la-importancia-de-una-buena-comunicacion-en-una-organizacion/>
51. VELO, A. (15 de diciembre de 2010). *Campanha Digital*. Recuperado el 27 de Agosto de 2015, de BlackPlanet Tag - El (casi) breve historia de los medios sociales:
<https://translate.google.com/translate?hl=es&sl=pt&u=http://campanhadigital.net.br/tag/blackplanet/&prev=search>
52. VERMEREN, I. (5 de marzo de 2015). *Brandwatch*. Recuperado el 2015, de Las cinco tendencias principales de Instagram para el 2015:
<https://www.brandwatch.com/es/2015/03/las-cinco-tendencias-principales-de-instagram-en-2015/>
53. WEBER, M. (26 de julio de 2011). *Cuadro comparativo: Sociología según autores clásicos*. Recuperado el 9 de septiembre de 2015, de

Anexos



Realizando las encuestas designadas en las aulas de la facultad de Comunicación Social paralelo 4C2, para el trabajo de titulación.



Para obtener los resultados del trabajo de titulación, tuvimos que ir a las aulas de la facultad de Comunicación Social para que se realizar las encuestas, paralelo 3C3.



Realizando las encuestas designadas en las aulas de la facultad de Comunicación Social, para el trabajo de titulación.

Entrevistas

¿Según su criterio como considera a las redes sociales?

Estudiante Diana Rosales: De las redes sociales dentro del salón de clases es un factor de entretenimiento hacia los estudiantes porque cuando se está chateando no se presta atención y como estudiante no sabe del tema a tratar de que hablan los profesores.

Docente Arq. William Torres: Significa motivo de mucha distracción para personas que no está bien posesionada con respecto en el proceso de enseñanza de educación, la gente se desvirtúa que pierde su tiempo que fundamental para ello es eso y no el hecho de estar prestando atención de estar guiándose chocan estilo diferente de enseñanza en los procesos en la metodología de cada profesor.



ENCUESTA



Solicito a usted muy respetuosamente su colaboración respondiendo las siguientes preguntas

Que me permitirán obtener datos estadísticos importantes para realizar mi proyecto de titulación, en calidad de Lcdo. en Comunicación Social.

SEXO F
 M EDAD _____

1. ¿Según su criterio como considera a las redes sociales?

Mala Regular Buena Muy Buena Excelente Ninguna

2. ¿Cuántas veces al día abre usted a las redes sociales?

1 a 2 3 a 4 5 a 8 9 a 12 Más de 13

3. ¿Qué significado tiene para usted el uso excesivo de las redes sociales?

Sedentarismo Vicio Dependencia Información Entretenimiento Ninguna

4. ¿De qué manera ha cambiado su actitud con los demás por el uso de las redes sociales? Por la falta de:

Atención Respeto Poco interés Ninguna Todo es igual

5. ¿Considera que las redes sociales han favorecido a la comunicación dentro de su entorno?

Nada Algo Mucho

6. ¿Por qué razón cree que los jóvenes no le dan un buen uso a las redes sociales?

Falta de Conocimiento Falta de Capacitación Otra
Falta de educación Falta de Orientación Ninguna

7. ¿De qué manera considera que le ha afectado el uso excesivo de las redes sociales?

Negativa Positiva Neutral

8. ¿Cuál es el daño que hace el uso excesivo de las redes sociales?

9. ¿Sobre el uso de las Redes Sociales estaría de acuerdo con la implementación de un plan de comunicación para los estudiantes de la carrera?
¿Por qué?

Sí NO

¿Por qué?: _____

10. ¿A través de que formas de comunicación sería factible impartir la información, para mejorar el manejo de las redes sociales, a los estudiantes de la "FACSO"?

Capacitación Cursos opcionales Ninguno
Internet Redes sociales Otro

*Fuente: Jonathan Holguín Suárez
Elaborado: Jonathan Holguín Suárez*

AntiPlagiarism.NET

File Edit View Tools Help

Standart Express Deep Rewrite Batch check Website check SEO check Image check

Check for plagiarism

Text editor Address: http:// Page

Text(60395):

INTRODUCCIÓN
Jonathan, Oswaldo Holguín Suárez
2%
María, José Vivanco

Los avances tecnológicos hoy en día han permitido que el ser humano se comunique en tiempo real, sin importar espacio ni tiempo, y en el presente documento hace referencia a la problemática que caracteriza en los alumnos de Comunicación social, es decir, la poca importancia al buen uso de las redes sociales.

Los jóvenes de Comunicación Social son los profesionales que estarán en el camino del periodismo de nuestro país, y las redes sociales es un medio de comunicación y no de atracción, es por esta razón que el trabajo de titulación tiene como propósito de generar un avance dentro del campo de comunicación social y el área de la ética a dar un cambio al alumnado, sobre la utilización de las redes sociales.

Este trabajo tiene como objetivo desarrollar una investigación a nuestros estudiantes de la carrera de Comunicación Social y tiene una meta de definir la metodología adecuada para este proyecto y plantear una propuesta.

Dentro del capítulo dos, se acentúa la fundamentación histórica, los antecedentes, la fundamentación teórica sobre las redes sociales, como influyen con los jóvenes, la educación, comunicación, plan de comunicación, etc., factores que influyen en la sociedad estudiantil.

La fundamentación epistemológica corresponde al aspecto psicológico, sociológico y educativo, teorías que describen el comportamiento y las actitudes de cada ser humano. La fundamentación legal, permite

Log:

[14-23-02] The page wasn't loaded from the query #440-2 (30096 ms., timeout exceeded 30000 ms.) <https://plus.google.com/10373634546768401374>

[14-23-27] **Yah** Found 1% matches at: <https://vucatanactual.wordpress.com/2014/01/15/redes-sociales-pueden-originar-conductas-patologicas-dice-experto/>

[14-23-30] **Yah** Found 1% matches at: <https://palmesacionbero.wordpress.com/2014/01/15/redes-sociales-causa-de-conductas-patologicas/>

[14-23-30] The page wasn't loaded from the query #417-2 (30045 ms., timeout exceeded 30000 ms.) https://es.wikipedia.org/wiki/Educacion_en_linea

[14-24-22] **Go** Found 1% matches at: <https://prezi.com/9b9p9d0sdxvo/aspecto-psicologico-de-las-redes-sociales/>

[14-24-23] **Go** Found 1% matches at: <http://chicotic.com/2014/04/04/4-uso-computastro-de-redes-sociales/>

[14-24-24] **Go** Found 1% matches at: <http://www.eluniversal.com.mx/ciencia/2014/redes-sociales-originar-conductas-patologicas-82688.html>

[14-24-26] **Go** Found 1% matches at: <http://www.eluniversal.com.mx/sociedad/2014/redes-pueden-originar-conductas-patologicas-979663.html>

[14-24-27] **Go** Found 1% matches at: <http://vos.lavoz.com.ar/mira/confirmado-las-redes-sociales-desatan-problemas-psicologicos>

[14-24-46] **Go** Found 1% matches at: http://www.dianopanorama.com/seccion/revista_58/hs-redes-sociales-desatan-problemas-psicologicos_a_164079

[14-25-00] **The originality of the text is 98% ©**

The report was successfully created

ES 14:04 01/04/2016