

**USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK
EN LOS ESTUDIANTES DEL GRADO 11-01 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA
RICARDO BORRERO ÁLVAREZ DEL MUNICIPIO DE NEIVA-HUILA.**

**YISETH XIOMARA MARTÍNEZ CARDENAS
NEIR ROJAS CARDOZO**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA –UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES ARTES Y HUMANIDADES
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
IBAGUE
2015-I**

**USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK
EN LOS ESTUDIANTES DEL GRADO 11-01 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA
RICARDO BORRERO ÁLVAREZ DEL MUNICIPIO DE NEIVA-HUILA.**

**YISETH XIOMARA MARTÍNEZ CARDENAS
NEIR ROJAS CARDOZO**

**PROYECTO DE INVESTIGACION COMO OPCIÓN DE GRADO PARA OPTAR EL
TÍTULO DE COMUNICADOR SOCIAL**

**CESAR MAURICIO GUERRA
DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACION**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA –UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES ARTES Y HUMANIDADES
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
IBAGUE
2015-I**

Tabla de Contenido

RESUMEN.....	7
ABSTRACT	8
INTRODUCCIÓN	9
Antecedentes.....	11
Planteamiento del problema	15
Marco teórico.....	17
Marco conceptual	22
<i>Red social</i>	22
<i>Facebook</i>	23
<i>Interacción social:</i>	23
<i>Web</i>	23
<i>Estudiantes</i>	23
<i>Institución educativa</i>	23
Objetivos.....	24
General	24
Específicos	24
Justificación	24
MÉTODO	26
Enfoque.....	26
Tipo de investigación.....	26
Participantes.....	26
DISCUSIÓN.....	47
CONCLUSIONES	49
RECOMENDACIONES	53
REFERENCIAS	54
APENDICES.....	60

LISTADO DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Porcentajes respuestas Ítem 1 - Hacer amigos nuevos	32
Gráfica 2. Porcentajes respuestas Ítem 2 - Estar en contacto con amigos cercanos	32
Gráfica 3. Porcentajes respuestas Ítem 3 - Estar en contacto con amigos lejanos	33
Gráfica 4. Porcentajes respuestas Ítem 4 - Estar en contacto con familiares	33
Gráfica 5. Porcentajes respuestas Ítem 5 - Publica fotos, videos e imágenes	34
Gráfica 6. Porcentajes respuestas Ítem 6 - Comentar ideas y publicaciones de su agrado	34
Gráfica 7. Porcentajes respuestas Ítem 7 - Vender mercancía	35
Gráfica 8. Porcentajes respuestas Ítem 8 - Publicar sobre el estado de ánimo	35
Gráfica 9. Porcentajes respuestas Ítem 9 - Agregar personas que quiere conocer	36
Gráfica 10. Porcentajes respuestas Ítem 10 - Agregar celebridades	37
Gráfica 11. Porcentajes respuestas Ítem 11- Ver perfil de personas con las que desea hablar	37
Gráfica 12. Porcentajes respuestas Ítem 12 - Enviar mensajes insultantes	38
Gráfica 13. Porcentajes respuestas Ítem 13 – Jugar	39
Gráfica 14. Porcentajes respuestas Ítem 14 - Pertenecer a un grupo	40
Gráfica 15. Porcentajes respuestas Ítem 15 - Dar opinión	40
Gráfica 16. Porcentajes respuestas Ítem 16 – Chatear	41
Gráfica 17. Porcentajes respuestas Ítem 17 - Entretenerse con otros conflictos	42
Gráfica 18. Porcentajes respuestas Ítem 18 - Ser reconocido	42
Gráfica 19. Porcentajes respuestas Ítem 19 - Trabajos del colegio	43
Gráfica 20. Porcentajes respuestas Ítem 20 - Contacto con la pareja	43
Gráfica 21. Porcentajes respuestas Ítem 2 - Eventos sociales	44
Gráfica 22. Porcentajes respuestas Ítem 22 - Tareas del colegio	44
Gráfica 23. Porcentajes respuestas Ítem 23 - Dar a conocer chistes	45
Gráfica 24. Porcentajes respuestas Ítem 24 - Novedades sociales	45
Gráfica 25. Porcentajes respuestas Ítem 25 - Información de becas	46

LISTADO DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Formato de recolección datos socio demográficos.....	27
Tabla 2. Porcentaje de instrumento #1.....	30

LISTADO DE APENDICES

	Pág.
Apéndice A. Encuesta 1.....	60
Apéndice B. Carta de presentación.....	65
Apéndice C. Consentimiento informado	66
Apéndice D. Fotografías evidencias.....	67
Apéndice E. Estrategia comunicacional.....	68

RESUMEN

Las Redes Sociales de Internet se han convertido en ámbitos de interacción entre usuarios de todas edades. Facebook es la Comunidad En-Línea muy popular en la actualidad, en especial entre los jóvenes, que crean un perfil para comunicarse con los demás. Esta investigación describe el uso de la red social Facebook en los estudiantes de grado 11-01 de la Institución Educativa Ricardo Borrero Álvarez del municipio de Neiva, Huila. Ante esta situación se hace evidente la construcción de un instrumento que permitan dar luz con forme al cómo y qué tanto se usa. Se utilizó una metodología descriptiva de enfoque cuantitativo. La población estudiada está compuesta por un de estudiantes con edades comprendidas entre los 15 a 17 años, usuarios de la ya nombrada plataforma Web. 2.0. Esta investigación concluye que las redes sociales de internet son utilizadas en mayor porcentaje para compartir opiniones sobre sus experiencias vitales, entretenerse en el tiempo libre, para comunicarse, hacer amistades y generar más cercanía con vínculos ya construidos, y para enterarse de trabajos académicos.

Palabras clave: *Red social, Facebook, Comunicación, Comunidad En-línea, Web 2.0*

ABSTRACT

Internet social networks have become areas of interaction between users of all ages. Facebook is the online community very popular today, especially among young people, creating a profile to communicate with each other. This research describes the use of the social networking site Facebook in the 11-01 grade students of School Ricardo Borrero Álvarez the municipality of Neiva, Huila. In this situation the construction of an instrument that allow light to form to how it is used and how much is evident. A descriptive quantitative approach methodology was used. The study population is made for students aged 15 to 17 years, named users and Web platform. 2.0. This research concludes that social networking sites are used in higher percentage to share opinions about their life experiences, entertainment in leisure time, to communicate, make friends and create more closeness and built ties, and to learn academic papers.

Keywords: *Social network, Facebook, Communication. Online community, Web 2.0.*

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto, enmarcado dentro de la línea de investigación de análisis de redes y comunicación, con la sublínea: *construcción de sentido y comunidad* de la Escuela de ciencias, artes y humanidades de la Universidad Nacional Abierta y a distancia, describe las dinámicas de comunicación presentes en el uso de la red social Facebook en el grupo de estudiantes del grado 11-01 de la Institución Educativa Ricardo Borrero Álvarez del Municipio de Neiva, Huila.

Se pretende investigar el uso de Facebook, pues a la fecha, es la Red Social de Internet más grande del mundo y a su vez la más popular. Su éxito se evidencia en sus cifras de uso. Actualmente, supera los 500 millones de usuarios activos. En Colombia dicho éxito se replica y es el segundo país en Latinoamérica con más usuarios registrados, alcanzando los 10 millones. La razón de su popularidad se debe en parte a que logró trasladar a la Web la conversación que normalmente tenía lugar en cafés-internet, cartas de correspondencia, entre otros (Cáscales, Real & Marcos, 2011).

Ahora bien, es pertinente reconocer el para qué los usuarios usan un perfil de Facebook para subir fotos, agregar contactos a un listado de amigos, comentar el estado de ánimo o los pensamientos de los demás, expresar ideas, citar autores, subir enlaces, e interactuar con los conocidos conectados en ese momento, etc. (Islas & Ricaurte, 2013). De esta idea nace la presente investigación.

La importancia de la misma radica en ofrecer a la institución claridad en cuanto a la manera en que se manejan los intercambios de información para que éstos puedan ser aprovechados e implementados con fines de mejoramiento académico, además de ofrecer la oportunidad de conocer y controlar los beneficios y/ o perjuicios que la red social implique a las labores educativas que se desarrollan dentro del plantel.

Esto, debido a que la fuerte influencia tecnológica de la actualidad ha modificado de manera importante las interacciones sociales, llegando a sustituirlas por actividades virtuales. Así las cosas, en campos como la educación se hacen necesarias investigaciones que den luces en cuanto a tal impacto en ámbitos de formación intelectual con el fin de que se garantice que su influencia no implique un obstáculo sino un apoyo constante en los procesos de aprendizaje y enseñanza.

Por otro lado, dicha red social brinda a posibilidad de establecer diálogos dinámicos, desde cualquier lugar y en tiempo real. Para dar más luz al tema es necesario señalar la misión de dicha Red Social de Internet para es: Ayudar a las personas a comunicarse más eficazmente con sus amigos, familiares y compañeros de trabajo. La compañía desarrolla tecnologías que facilitan el intercambio de información a través del gráfico social, el mapa digital de la gente real de conexiones con el mundo social. Cualquier persona puede registrarse en Facebook e interactuar con la gente que conoce en un entorno de confianza.

En consecuencia, se podría su sugerir que Facebook innova en la forma de presentar la identidad de quien usa su servicio y los patrones y dinámicas de comunicarse e interactuar socialmente, siendo este el principal motor del surgimiento de un modelo de intercambio virtual, estandarizado en los procesos actuales de socialización. Tal es el caso del grupo de jóvenes estudiantes de la Institución Ricardo Borrero Álvarez, cuyas interacciones virtuales relacionadas con el uso de la red Facebook traen consigo cambios en la formas de presentarse y sociabilizar. No en vano el hecho de revisar diariamente y varias veces la actividad de una cuenta personal es uno de los hábitos más comunes de cualquier usuario de las Redes sociales de Internet (Ministerio de Tecnologías de la información y las Comunicaciones, 2010).

Para este fin se desarrollan instrumentos que indagan sobre las particularidades del uso de esta red social en esta muestra de la población. Tales los datos son recolectados y

analizados con el propósito de responder al reconocimiento *los usos de la red social Facebook en los estudiantes*.

Antecedentes

Facebook fue creado por Mark Zuckerberg, estudiante en la Universidad de Harvard, Estados Unidos. Inicialmente, dicha red social de internet era un sitio de intercambio de información entre los alumnos de Harvard, el cual también servía para promover el conocimiento mutuo entre compañeros. No obstante, el sitio tuvo conquista entre las Comunidades En-línea (Myspace, por ejemplo) y comenzó a hacerse popular entre otras universidades. Al año siguiente de su creación, cruzó fronteras internacionales (Canadá y Gran Bretaña). Pero no fue sino hasta el 2006 que inició su expansión mundial y permite el ingreso de cualquier usuario, dejando de lado el origen de intercambio netamente universitario (D´eboli, 2010).

Ahora bien, las Redes Sociales se pueden definir como estructuras compuestas por personas conectadas que comparten diferentes tipos de relaciones (amistad, parentesco, trabajo, ideología...) e intereses comunes. Actualmente, la investigación ha centrado su interés en la Redes Sociales de Internet, específicamente las de Facebook, pues en contraste con otras Comunidades En-línea, tiene mecanismos muy específicos y variados que han logrado emerger nuevas categorías conforme a las formas de relacionarse e interactuar, como se puntuará más adelante.

Por otro lado, al concebirse un cambio importante (en la emisión, recepción y codificación y decodificación de la información), mediado por dispositivos electrónicos que sustituyen la presencialidad, se hace importante categorizar y describir tal cambio de manera que la institución tenga claridad en cuanto a la manera en la que los mensajes circulan al interior de la comunidad, y en de esta manera implemente medidas que permitan afianzar el

uso de esta red social de comunicación para apoyar sus procesos de comunicación y garantizar que la información de interés educativo se difunda de manera efectiva y eficaz.

Significa entonces que la influencia de las redes sociales en la comunicación es un tópica que ha venido investigando con recurrencia debido a la fuerte demanda que tiene sobre diversos ámbitos de la sociedad. A continuación, un breve recuento sobre estudios a *nivel mundial, nacional y local*, que involucran temas como comunicación, redes sociales uso de Facebook en adolescentes y consecuencias de su uso en términos generales.

Ferré (2014) ha planteado otras investigaciones de Facebook y sus usos en los siguientes focos: i) la identidad juvenil digital, ii) el ocio juvenil en red, iii) el consumo de medios tradicionales, iv) Internet y redes sociales y v) la perspectiva ética y de valores en lo virtual. Estas se realizaron en España y Brasil.

Schou (2011), por otro lado, ha centrado su investigación en la adicción a la red social. Realizó un estudio con 423 estudiantes (227 hombres y 196 mujeres) en la Facultad de Psicología de la Universidad de Bergen (UIB). Se determinó que adolescentes y jóvenes tienen mayores posibilidades de adicción a esta red social que los adultos. Además, sugiere que las mujeres son más vulnerables a esta dependencia a la vez que las personas organizadas y ambiciosas presentan menos riesgo. Las personas con mayor riesgo mostraron a su vez alteraciones en el sueño.

Oliver (2015) por su parte, agrega que dichos proyectos de investigación revelan las consecuencias psicológicas en los usuarios de la red social Facebook, además de catalogar a los adolescentes como personas con mayor riesgo de afectación. Rosen (2014) es un aporte de la anterior conclusión, pues realizó una exposición acerca de los efectos tanto positivos como negativos de sus usos. En ella, resaltaban con diferencia los segundos por sobre los primeros; los adolescentes, por ejemplo, muestran más a menudo tendencias narcisistas, y los adultos

jóvenes (que tienen una fuerte presencia en la red social) muestran más signos de otros trastornos psicológicos como conductas antisociales y tendencias agresivas (Lasso, 2015).

Por esta misma línea, Almansa, Fonseca & Castillo (2012) ha desarrollado proyectos que involucran a Colombia y que dan cuenta de este fenómeno tecnológico y comunicacional en la juventud. Sus estudios señalan que la exposición pública en el caso de los adolescentes puede generar problemas sobre aspectos sociales, emotivos y afectivos. Esta investigación analiza cómo se usa Facebook por parte de los jóvenes y qué experiencia obtienen de ello. Aunque dicen conocer los riesgos, admiten que aceptan a desconocidos como amigos y ofrecen datos reales sobre su vida.

Ante esta situación, se hace más evidente la necesidad de la alfabetización mediática y digital de estos jóvenes que, aunque no deberían estar en Facebook hasta los 13 años, cuentan con un perfil de manera mayoritaria. Para ello se ha utilizado una metodología basada en el análisis de contenido y las entre- vistas en profundidad. Se trata de un estudio comparativo entre Colombia y España. En nuestro país se han realizado 100 análisis de perfiles y 20 entrevistas en profundidad. La muestra ha sido de adolescentes de 12 a 15 años, de la Institución Educativa Distrital Técnico Internacional de Bogotá. En España se han analizado 100 perfiles y se han realizado 20 entrevistas a chicos de 12 a 15 años (Almansa, Fonseca & Castillo, 2012)

Siguiendo con las investigaciones a nivel nacional, se encuentra el proyecto *Jóvenes escolares y sus redes sociales: De la territorialidad a la virtualidad* de Soler (2013). Su trabajo se realizó a partir de investigación anclada epistemológicamente en el enfoque integral del Construccionismo Social, la perspectiva de las Redes Sociales y la Teoría Fundamentada. Se identificó que las redes sociales de estos jóvenes se caracterizan por su baja densidad relacional, la concentración de sus vínculos en los contextos familiar y escolar; y que además

se restringen de interactuar en otros espacios, tales como el comunitario, cultural y de participación ciudadana.

Asimismo, se han desarrollado investigaciones de esta índole en la Escuela de Ciencias y Humanidades de La Universidad nacional Abierta y a distancia. A continuación se identifican algunos estudios.

Gallo, Cálad, Mora, Rozo & Garzón (2013) en su estudio sugieren que las redes sociales como el Facebook, Twitter, LinKed-in, etc, son medios de comunicación que han permitido gestar nuevas formas de aprendizaje. Algunos miembros de dichas redes, han optado por formar grupos de estudio con diferentes temas de discusión, entre ellos las matemáticas, idiomas, ingenierías, por mencionar tan solo algunos. Los resultados obtenidos tras esta investigación ponen una base para trabajos a futuro en un escenario promisorio de educación virtual, fortaleciendo los canales de comunicación y encontrando alternativas novedosas donde las redes sociales son el gran referente.

Se observa claramente que las investigaciones con torno a Facebook ofrecen una mirada al servicio de relacionarse y comunicarse con personas cercanas, accesible a todo el mundo que desee interactuar en un entorno que no fomente la desconfianza. Por ende, su uso no genera un malestar primario. Sin embargo, es notorio que esta Red Social de Internet no sólo tiene un impacto positivo en la sociedad, ya que su incidencia puede favorecer a la exclusión social, la dependencia al medio social como indicador de bienestar, entre otras. Es decir, un uso cuyo impacto es negativo.

Cabello & Fernández (2010), en este propósito, señalan dos formas de impacto negativo; en una el sujeto es víctima y en el otro es victimario. Lo que representa mayor probabilidad de factores de riesgo en efecto del mal uso de las redes sociales de internet. Por otro lado, los campos de estudio alrededor de la comunicación y la franja adolescente han sido

analizados sobre todo desde tres perspectivas: i) el consumo de medios, ii) los productos consumidos y iii) los posibles efectos de estos y la protección del menor (Islas & Ricaurte, 2013). La investigación sobre Redes Sociales en Internet sugiere otras áreas de interés con relación a la comunicación (Almansa, Fonseca & Castillo, 2013) en:

- *Representación de sí mismo y el desarrollo de la amistad en red* (procesos de auto-presentación y el desarrollo de relaciones filiales).

- *Estructura* (redes de amigos y formas para unirse a determinadas comunidades o determinados contactos).

- *Privacidad y factores de riesgo* (seguridad, cyberbulling, capacidad para controlar y gestionar una identidad falsa).

- *Medio social* (nuevas formas de interacción, socialización, códigos nuevos de escritura).

En el caso particular de la comunicación y el *Medio Social*, motivo particular de esta investigación, se puede identificar como un fenómeno que está aún en emergencia y ha ocupado nuevos focos de actividad a partir del efecto que Facebook logra, gracias al ser el gran fenómeno de las Redes Sociales de Internet.

Planteamiento del problema

La evolución de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) son parte fundamental de los actuales medios comunicativos y las Redes Sociales. Hasta hace poco, alrededor de dos décadas, las plataformas virtuales de la web crecieron de manera considerable y con ellos los medios de interacción evolucionaron (Los límites de la red, 2011). Facebook, comunidad En-Línea, es un ejemplo mundial de como las TICs y las RS logran emerger nuevas categorías de socialización, comunicación, entre otras. Por ende, es

relevante como problema de investigación. Facebook es identificable como fenómeno que está aún en emergencia y ha ocupado nuevos focos de actividad a partir del efecto que Facebook logra, gracias al ser el gran fenómeno de las Redes Sociales de Internet.

Por otro lado, en cuanto a la comunicación y Facebook, Almansa, Fonseca & Castillo (2013), identifican que las personas para comunicarse por esta Red Social de Internet han generado una serie de formas de interactuar, como por ejemplo los códigos nuevos de escritura que obedecen a otras condiciones como la velocidad de escritura y especialmente las estéticas digitales (texto-imagen los que las letras se convierten en partes de imágenes que significan algo totalmente distinto a su significado lingüístico).

En efecto, Facebook, objeto de estudio en el marco de esta investigación, constituye un medio fundamental de comunicación moderna; lo suficiente como para sustituir y reestructurar las formas de relacionarse con otras personas. Adicionalmente, Facebook incide sobre las maneras en las que se establecen vínculos sociales y genera nuevos patrones de comunicación e intercambio de información en torno a la no-presencialidad.

La Institución Educativa Ricardo Borrero ha venido experimentado fuertes cambios en sus dinámicas de comunicación ya que los dispositivos electrónicos han acaparado la atención de los estudiantes, limitando su capacidad de concentración durante largos lapsos de tiempo en clase, por la necesidad de estar revisando las pantallas de sus móviles e interactuando virtualmente. Conscientes de las implicaciones que el uso permanente de redes sociales o el hecho de portar dispositivos con acceso a una red de internet tienen en un grupo de estudiantes cuya preocupación principal debe ser educación, la institución ha tomado medidas como sancionar el uso de móviles en las clases. Sin embargo, los jóvenes recurren a su ingenio para ocultarlos e inclusive se ausentan de clase con excusas como “ir al baño” para poder interactuar en la red.

Los resultados de esta dependencia virtual han traído consecuencias que afectan tanto el rendimiento académico como la capacidad de socializar sin una pantalla de por medio. Se han incrementado los casos de estudiantes con déficit de atención, aislamiento y ansiedad. Muchos estudiantes argumentan que estos dispositivos son de apoyo al proceso de aprendizaje, pues permiten consultar temas concernientes a sus clases, y facilitar trabajos en grupo. Aun así, las directivas se siguen cuestionando las ventajas que estas actividades tienen y buscan una manera de implementar la comunicación virtual como estrategia de aprendizaje partiendo del conocimiento detallado del uso que se le da a la red social Facebook en la institución.

En consecuencia, surge la siguiente pregunta de investigación: *¿Cuáles son los usos de la red social Facebook en los estudiantes grado 11-01 de la institución educativa Ricardo Borrero Álvarez del municipio de Neiva-Huila?*

Marco teórico

La siguiente fundamentación pretende dar entendimiento a los conceptos base de esta investigación. Entre ellos están: i) la comunicación, ii) Facebook, iii) usuarios de Facebook con edades comprendidas entre los 15 y 17 años y los estudios contorno a ellos.

El primer ítem es la comunicación, elemento vital para el ser humano y su desarrollo. La comunicación puede definirse como una herramienta de integración, intercambio y desarrollo, fundamentada en la interacción social (relación entre sistemas de comunicación personal interpersonal, como los que actualmente se conocen). Asimismo, es un mecanismo que ha hecho posible la existencia de lo que se llama sociedad, a partir proceso social articulado en torno al fenómeno de compartir, de poner en común la información, de vincular, etc. (Rizo, 2006).

Entonces, la comunicación a grandes rasgos puede entenderse como la interacción mediante la existe un acoplamiento de conductas respectivas frente al entorno mediante la transmisión de mensajes, signos convenidos por el aprendizaje de códigos comunes, cuyo propio sistema de transmisión de mensajes o informaciones se da entre personas físicas o sociales, o de una de éstas a una población, a través de medios personalizados o de masas, mediante un código de signos también convenido o fijado de forma arbitraria (Rizo, 2004)

En concordancia, el modelo lingüista (muy cercano al de la comunicación social y periodismo) señala la comunicación como producción social de sentidos y significados que con la tecnología y la revolución digital transforma las formas de interactuar agrega nuevos códigos, contextos y transferencias de la información (Ramírez, 2002). No obstante, la comunicación digital ha traído una transformación, pues el usuario de internet ha pasado de ser un sujeto pasivo y aislado (en relación con la Web 1.0. a ser el protagonista de la Web 2.0). Esto se dio gracias a una era de democratización de la información, donde las personas con acceso a internet participan activamente en la construcción de la realidad virtual, dicha comunicación se construye a partir de una comunidad que es capaz de interactuar catalogando, etiquetando, recomendando, opinando, etc. (López & Ángel, 2002)

El segundo ítem es Facebook, medio de comunicación digital y actual Comunidad En-Línea más popular en el mundo, tiene módulos de aplicaciones son las herramientas que permiten hacer publicaciones públicas o íntimas, de foto, videos, comunicación no-dirigida (información subida a todos los usuarios). Estos elementos pueden crear discusiones tipo mini-foro. Allí participan otros usuarios con sus opiniones sin importar la temporalidad de la comunicación o la visualización del estado de conexión de las personas (Martos, 2010).

El tercer ítem está relacionado con los usuarios de Facebook con edades comprendidas entre los 15 y 17 años. A lo largo de este periodo se construye y afianza una parte

fundamental de la identidad. Esto a partir de la información propia y los procesos de interacción social con contemporáneos e individuos de mayor y menor edad. Uno de los elementos que juega un papel importante en dicha construcción es el medio social. Este espacio los jóvenes se relacionan con pares y están sujetos a procesos de socialización, normas y cultura (Pérez-días & Rodríguez 2008).

Es evidente entonces que una variable contextual como las nuevas tecnologías de la comunicación e información sugiere cambios en el adolescente sobre su forma de usar el tiempo. Al respecto, Cabello & Fernández (2010), exponen las potenciales vulnerabilidades que conlleva el desarrollo de los adolescentes derivado de la incorporación de éstas. Clasifican la vulneración en dos formas; la primera corresponde a riesgos pasivos (disfunciones que el uso de la tecnología implica sin que sea por voluntad de sus usuarios, tal como acoso virtual, ciberbullying, mensajes obscenos o contactos no deseados) y la segunda a los activos (situaciones en las que a través de las nuevas tecnologías se acosa y hay una pauta nociva por medio de ellas).

Esta población parece ser más vulnerable a factores de riesgo que inciden en la identidad y la comunicación. Echeburúa & De Corral (2010) señalan que las Comunidades En-línea pueden crear en los adolescentes una identidad ficticia, potenciada por un factor de engaño, autoengaño o fantasía. Lo que provoca la confusión entre lo íntimo, lo privado y lo público y se fomentan conductas deformadoras de la realidad. Asimismo, puede lograr una dependencia y/o conductas adictivas lo que pueden generar aislamiento, bajo rendimiento, desinterés en otros temas, entre otros (Oliva, 2012).

Por otro lado, los adolescentes no parecen identificar problemas relacionados con la utilización de las Comunidades En-línea. Se muestran confiados en la forma en que ellos mismos lo emplean. Consideran que reconocen su funcionamiento, y en algunos casos señalan

riegos para otros grupos sociales; los niños pequeños y/o adultos mayores. Los adolescentes consideran, en contraste, el fortalecimiento de las relaciones sociales a través de la comunicación constante en sus redes sociales de internet (Espinari & López, 2009).

El último ítem, investigaciones actuales contorno a los usuarios de Facebook con edades comprendidas entre los 15 y 17 años, sugieren afinidad con el campo de la educación y las redes sociales de internet para reconocer estrategias de aprovechamiento de las mismas (Martínez & Prendes, 2008; Barreto & Chavarro, 2010; Piscitelli, Adaime, & Binder, 2010; Meso, Pérez & Mendiguren, 2011; Álvarez, 2013; Valenzuela, 2013; Brito, Laaser & Toloza, 2014;).

Para dar luz a este acercamiento teórico y conceptual es necesario reconocer el contexto de las Redes sociales de Internet. En primera medida, se examinará la Web como escenario de desarrollo. Luego se examinará como este espacio logra nuevas formas de relacionarse y cuál de estas se tomará para el presente informe investigativo. Se señalará particularidades de su prevalencia, estudio, abordaje, entre otros. Posteriormente, se adjuntará información que permita esclarecer el manejo de las variables utilizadas y sus posibles productos salientes.

La Web (Gutiérrez, 2008) se define como un espacio de información universal que alberga paginas i) estáticas (aquellas que permanecen en un archivo de algún servidor, se les denomina Web 1.0.) y ii) dinámicas (aquellas que se crean cuando una persona interactúa con el servidor, se les denomina Web 2.0.). En orden, las primeras tienen contenido subido por un productor de información; el usuario únicamente puede leer. Las segundas, en contraste, tienen contenidos que pueden ser modificados, y los usuarios interactúan entre sí (Barreto & Chavarro, 2010; Asuntos del Sur, 2012).

Es relevante aclarar que la Web 2.0 se presenta como un nuevo concepto que desafía los paradigmas en relación a la dinámica de la comunicación, pues genera nuevos escenarios donde la información se comparten, trasforma, y existe socialización (Asuntos del Sur, 2012). Este último aspecto señala la existencia de Redes Sociales que permiten a las personas crear nuevas dinámicas de comunicación. Entre ellas, Gutiérrez (2008) identifica las comunidades en línea

- Comunidades En-línea: Sitios que permiten crear un perfil personal o grupal e ir agregando una lista de contactos para participar con ellos en diferentes formas.

Ahora bien, el origen de las Comunidades En-línea (online) está relacionado con un ex-estudiante universitario que crea una página en la web (classmates.com) en 1995 para mantener el contacto con antiguos compañeros de estudio. Dos años después, en 1997, aparece sixdegrees.com, espacio que permite crear perfiles de usuarios y listas de amigos virtuales. No obstante, hasta comienzos del 2000 aparecen los primeros sitios web que promueven las relaciones virtuales con personas nuevas o conocidas (Morduchowixz, Marcon, Sylvestre & Ballestrini, 2010).

Sobre la base de las consideraciones anteriores, las Redes sociales albergan “comunidades virtuales” adscritas a plataformas de la Web 2.0. que agrupan sujetos entre sí, ya sea por gustos afines, vínculos fraternales, sociales, afectivos, entre otros. Su principal objetivo es establecer trato con personas, ya sea para generar nuevas amistades o retomar relaciones. Así pues, pertenecer a una red social, posibilita al usuario construir un grupo de contactos, el cual puede mostrarse como listado de amigos, sean reconocidos personalmente o no (Morduchowixz, et at, 2010).

Resulta oportuno señalar que con el surgir de estas páginas, como las ya nombradas, se introducen cambios en la percepción de los públicos y en los esquemas de comunicación

conocidos. Estas nuevas tecnologías sugieren cuestiones a repesar sobre la totalidad de la comunicación como proceso vital de los seres humanos. Un ejemplo de una red social actual es Facebook, comunidad en línea cerrada, donde los perfiles pueden editarse para ser visibles sólo por contactos. Se presenta como una plataforma sobre la que se pueden montar aplicaciones para que las personas se comuniquen en varios formatos (Gutiérrez, 2008).

Es evidente entonces los beneficios a nivel individual que perciben quienes participan de las Redes Sociales, en relación a Facebook y otras más, son variadas. Entre ellas está hacer parte de una comunidad con la que se identifican y pueden tener intereses comunes, compartir experiencias vitales, comunicarse y hacer amistades, colaborar y compartir conocimientos, buscar trabajo, etc. Es interesante señalar que el uso y provecho de las Redes Sociales no es únicamente para individuos, también para organizaciones (Porrúa, 2010).

Finalmente, en lo que se refiere a uso y provecho de las redes sociales, es necesario hacer mención de la incidencia que las mismas tienen sobre la educación, específicamente al interior de las instituciones educativas, definidas por el Ministerio de Educación de Colombia como “un conjunto de personas y bienes promovida por las autoridades públicas o por particulares, cuya finalidad será prestar un año de educación preescolar y nueve grados de educación básica como mínimo y la media”

Marco conceptual

Red social: De acuerdo con Boyd y Ellison (2007 citado por Flores), una red social se define como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema.

Facebook: Sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg y fundado junto a Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero se abrió a cualquier persona con una cuenta de correo electrónico.

Interacción social: Son las maneras en que la gente se relaciona entre sí, se comunica, sociabiliza, se reconoce, reconoce al otro, forma dialogo verbal o no verbal, crea vinculo, discrimina o plantea relaciones (Humprey, 2010).

Web: Gutiérrez (2008) la define como un espacio de información universal que alberga paginas i) estáticas (aquellas que permanecen en un archivo de algún servidor, se les denomina Web 1.0.) y ii) dinámicas (aquellas que se crean cuando una persona interactúa con el servidor, se les denomina Web 2.0.). En orden, las primeras tienen contenido subido por un productor de información; el usuario únicamente puede leer. Las segundas, en contraste, tienen contenidos que pueden ser modificados, y los usuarios interactúan entre sí (Barreto & Chavarro, 2010; Asuntos del Sur, 2012).

Estudiantes: Persona que cursa estudios en un establecimiento de enseñanza.

Institución educativa: Ministerio de educación (2015) la define como un conjunto de personas y bienes promovidos por las autoridades públicas o por particulares, cuya finalidad será prestar un año de educación preescolar y nueve grados de educación básica como mínimo y la media.

Objetivos

General

- Describir el uso de la red social Facebook en los estudiantes grado 11-01 de la Institución Educativa Ricardo Borrero Álvarez del municipio de Neiva, Huila.

Específicos

- Identificar los factores sociales, académicos y tecnológicos presentes en el uso de la red social Facebook.

- Proponer una estrategia que potencialice la red social como herramienta para el mejoramiento de competencias laborales, académicas y sociales.

Justificación

En primera instancia, esta investigación toma como base un tema relevante en la actualidad: las Redes Sociales. Dentro del marco de elección se decide escoger Facebook porque es una Comunidad En-línea con más de 400 millones de usuarios en el mundo, lo que sugiere que es el medio comunicativo con más alcance a nivel mundial. En consecuencia, se justifica analizar los fenómenos de comunicación y uso de la red social, desarrollados alrededor de su incidencia en la adolescencia, la educación y las nuevas formas de socialización.

Con referencia a lo anterior, La *Corporación Colombia Digital* ha adelantado varios estudios sobre el impacto de las TICs en la sociedad colombiana. Los documentos se sustentan en informes del DANE, el Ministerio de Comunicaciones y la Comisión Reguladora de Telecomunicaciones, y afirman, entre otras cosas, que el crecimiento de las *TICs* en el país es alto, aunque está lejos del promedio internacional (García, M. 2009). Lo que añade más relevancia al estudio.

En este orden de ideas, la importancia reconocer el uso los procesos de comunicación mediados por el uso de Facebook en los estudiantes de una institución educativa radica en dar a conocer las dinámicas de comunicación existentes y cambiantes dentro de la comunidad, para que la misma pueda tomar medidas que se adapten a las interacciones virtuales que la tecnología ha traído consigo, de modo que las adapten a sus necesidades y se apoyen en ellas con el fines de mejoramiento académico.

Es evidente que las Redes Sociales de Internet se han incorporado paulatinamente y de manera importante en la cotidianidad de los seres humanos. De esta manera, se encuentran presentes prácticamente en todos los ámbitos. Algunos de los principales espacios en los que han tenido una influencia preponderante, son: comunicación, dialogo organizacional, difusión de proyectos, mercadotecnia, publicidad, comercio y relaciones interpersonales; entre otros.

Un ámbito específico que toca la presente investigación es el ámbito educativo en la institución Eduardo Borrero, comunidad que ha acogido el uso de redes sociales como uno de sus principales medio de comunicación sobre todo en estudiantes. Tal acogida ha tenido implicaciones importantes en las interacciones de los miembros de este grupo social que tienen repercusiones directas sobre los procesos de aprendizaje, el desempeño académico, el desarrollo de la sociabilidad y el manejo eficaz de información institucional.

Además, es preciso especificar el interés por brindar un aporte desde nuestro saber a la comunidad educativa Ricardo Borrero, en la que se hace necesaria una intervención que permita dar claridad en cuanto a la vanguardia de comunicación que maneja la juventud en la actualidad y que no puede convertirse en un abismo que perjudique la transmisión de mensajes en el ámbito educativo y de formación social.

Por último, se considera que todo apoyo que se pueda brindar a la educación desde la comunicación se convierte en un factor determinante para la transformación y progreso social.

Es por esto que procuramos comenzar desde nuestra comunidad más cercana, El Huila, desarrollando un proyecto que contribuya a la formación de los jóvenes y constituya un aporte importante para la línea de investigación de análisis de redes y comunicación Escuela de Ciencias sociales, artes y humanidades de la UNAD.

MÉTODO

Enfoque

La metodología utilizada es desde el enfoque *cuantitativo*, que presume la medida y la cuantificación de los datos como el mayor constituyente del procedimiento empleado para alcanzar la objetividad en el proceso de conocimiento. Su constatación se realiza mediante la recolección de información contable o cuantitativa, orientada por conceptos empíricos medibles, derivados de los constructos teóricos con los que se construyen las hipótesis conceptuales (Monje, 2011).

Tipo de investigación

El estudio es de tipo *descriptivo*, pues mide conceptos y busca especificar las propiedades más importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido al análisis. Por otro lado, es necesario hacer anotar que dicha línea investigativa escogida busca describir, pintar, dibujar y medir de manera más bien independiente los conceptos o variables con los que tienen que ver. Sin embargo, pueden integrar las mediciones de cada una de dichas variables para decir cómo es y cómo se manifiesta el fenómeno de interés, por ende, su objetivo no es indicar cómo se relacionan las variables medidas (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

Participantes

La institución educativa Ricardo Borrero Álvarez está conformada por un cuerpo estudiantil de aproximadamente 450 estudiantes de ambos sexos. Los estudiantes del grado

11-01 fueron proporcionados por parte de la institución, pues sus 30 integrantes (18 mujeres y 12 hombres con edades comprendidas entre los 15 y 17 años) tienen y usan Facebook, y sus horarios coincidían con las fechas que se aplicó el instrumento.

Técnicas e instrumentos

Para el cumplimiento de los objetivos del presente proyecto se hizo necesario la utilización de una ficha sociodemográfica conformada por cinco (04) preguntas que recogen elementos de la población encuestada: i) edad, ii) sexo y iii) con quién vive (Ver tabla 1).

Tabla 1.
Formato de recolección datos socio demográficos

Nombre Completo										
Sexo:	Hombre:	<input type="radio"/>			Mujer:	<input type="radio"/>				
Edad:	14	<input type="radio"/>	15	<input type="radio"/>	16	<input type="radio"/>	17	<input type="radio"/>		
Con quien vive:	Ambos Padres		<input type="radio"/>		Solo un padre		<input type="radio"/>		Cuidadores	<input type="radio"/>

En primera instancia, se elaboró una encuesta con 10 preguntas que luego de ser revisadas y analizadas se convirtió en la encuesta final con 25 preguntas, cada ítem es una afirmación y se responde en una escala tipo Likert de 1 a 5 donde: 1 es *nunca*, 2 es *casi nunca*, 3 es *ocasionalmente*, 4 es *casi siempre* y 5 es *siempre*. Se miden las categorías: personal, académica, laboral y social. Ver apéndice A

Procedimiento

La presente investigación se llevó a cabo a través de las siguientes fases:

La primera fase fue de *acercamiento*, en la cual se hizo la aproximación con las directivas de las Institución educativa publica con la entrega de carta para formalizar la investigación (Ver apéndice B).

La segunda fase fue la de *elaboración, validación y confiabilidad de la encuesta*. En la que se determinó la validez interna y externa del instrumento. Para la definición del constructo, el eje central del presente estudio, se llevó a cabo el pilotaje que consta de 6 etapas presentadas así, en la **Etapa 1: Validación por jueces expertos**, los jueces expertos fueron dos docentes de la UNAD, quienes evaluaron los reactivos de cada dimensión: Cada componente contó con una escala de 1 a 4, donde 1 era NO CUMPLE CON EL CRITERIO y el 4 ALTO NIVEL.

La experta 1: Docente de la UNAD, Psicóloga, especialista en salud pública, Maestrante en Jurídica. Con amplia experticia en investigación y validación de instrumentos investigativos

El experto 2: Docente de la UNAD, Ingeniero agroindustrial, maestrante en educación on-Line. Con amplia experticia en investigación y validación de instrumentos investigativos.

De acuerdo a las evaluaciones de los jueces expertos, se aprobó los ítems presentados.

Se dio la **Etapa 2: Análisis de las calificaciones de aplicación de pilotaje**, el pilotaje de la escala se administró a 10 estudiantes de diferentes establecimientos educativos públicos de la ciudad de Neiva, con la finalidad de recolectar información para saber el funcionamiento de los reactivos, con características similares a la población objeto de estudio, con una edad comprendida entre 14 y 17 años, cursando grados de 7° a 11° en instituciones educativas públicas.

En la **Etapa 3: Análisis estadístico de dificultad del ítem**, las respuestas dadas por las personas en el pilotaje, se introdujeron en *Microsoft Excel*, y se obtuvieron los porcentajes de las calificaciones por cada opción de respuesta y se encontró que ningún reactivo fue calificado por más del 75% de los sujetos en alguna de las 5 opciones de respuesta. Esto significa que los reactivos son apropiados para ser utilizados, a pesar que existe la tendencia de dar puntuaciones positivas y respuestas intermedias, lo cual es normal en una escala de actitudes.

Siguiendo con la Etapa 4: Resultado del pilotaje, de acuerdo a los comentarios realizados por las personas y jueces expertos, se realizaron las modificaciones correspondientes.

Lo último, que se modificó fueron los reactivos para que quedaran generalizados en la escala, según las sugerencias de los estudiantes que participaron en el pilotaje.

En la **Etapa 5: Composición de la escala modificada**, una vez modificados los reactivos según la prueba piloto y el juicio de expertos, se reorganizó la matriz de los ítems y se definió la encuesta.

Y finalmente en la **Etapa 6: Calificación del instrumento**, se tiene en cuenta las cinco opciones de respuesta y el número total de reactivos finales, resultado del pilotaje y el análisis de validación y confiabilidad del instrumento.

La escala tiene 5 opciones de respuesta por cada uno de los reactivos:

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Ocasionalmente
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

En la fase tres Sensibilización, aplicación, análisis y resultados; en esta fase se informó a las directivas de la institución y a los estudiantes, el objetivo de la encuesta y la confidencialidad de la misma; se resaltó que el estudio y análisis de esta es con fines investigativos, se llevó a cabo la aplicación de la encuesta con los 25 reactivos finales a los estudiantes de la institución y se procedió al análisis y organización de resultados.

Finalmente en la fase cuarta de Expectativas, se hará la Socialización de los resultados del Proyecto De Investigación, a los directivos y estudiantes de las I.E. y ante los jurados expertos de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia “UNAD.

RESULTADOS

A continuación se presentan los datos organizados de la siguiente manera. En primer momento, está la tabla #2 que contiene los porcentajes de la encuesta. A partir de dicha información se esclarece cuáles son los usos de Facebook y pueden ser apreciados en el segmento de presentación de las gráficas de cada ítem. Esto con el fin de dar mayor claridad en los datos encontrados.

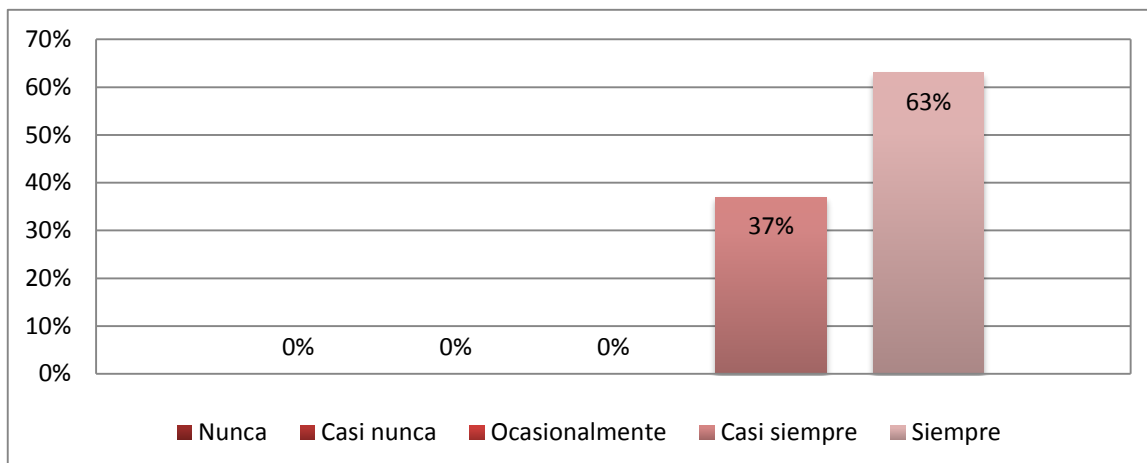
Tabla 2. Porcentajes de escalas

<i>Opción de respuesta</i>	<i>Nunca</i>	<i>Casi Nunca</i>	<i>Ocasionalmente</i>	<i>Casi siempre</i>	<i>Siempre</i>
Ítem 1 – <i>Hacer nuevos amigos</i>	0	0	0	37%	63%
Ítem 2 – <i>Contacto con amigos cercanos</i>	0	0	0	57%	43%
Ítem 3 – <i>Contacto con amigos lejanos</i>	0	0	0	60%	40%
Ítem 4 – <i>Contacto con familiares</i>	0	0	3%	47%	50%
Ítem 5 – <i>Publicar contenidos varios</i>	0	0	3%	40%	57%
Ítem 6 – <i>Comentar publicaciones</i>	0	0	0	67%	33%
Ítem 7 – <i>Vender mercancía</i>	0	0	6%	47%	47%
Ítem 8 – <i>Publicar sobre el animo</i>	0	0	3%	50%	47%
Ítem 9 –	0	0	6%	57%	37%

<i>Agregar personas</i>					
Ítem 10 – <i>Agregar celebridades</i>	6%	6%	2%	50%	36%
Ítem 11 – <i>Ver perfil de personas</i>	57%	13%	0	20%	10%
Ítem 12 – <i>Enviar mensajes insultantes</i>	58%	20%	6%	6%	10%
Ítem 13 – <i>Jugar con aplicaciones</i>	4%	6%	10%	50%	30%
Ítem 14 – <i>Pertenecer a un grupo</i>	0	7%	13%	63%	17%
Ítem 15 – <i>Dar opinión</i>	0	0	10%	53%	37%
Ítem 16 – <i>Chatear</i>	0	0	0	57%	43%
Ítem 17 – <i>Entretenerse con otros contenidos</i>	0	0	10%	57%	33%
Ítem 18 – <i>Ser reconocido</i>	3%	0	3%	47%	47%
Ítem 19 – <i>Trabajos del colegio</i>	0	0	10%	50%	40%
Ítem 20 – <i>Contacto con la pareja</i>	7%	0	0	50%	43%
Ítem 21 – <i>Eventos sociales</i>	0	0	10%	73%	17%
Ítem 22 – <i>Tareas del colegio</i>	4%	0	6%	50%	40%
Ítem 23 – <i>Dar a conocer chistes</i>	0	0	3%	60%	37%
Ítem 24 – <i>Novedades sociales</i>	0	3%	0	57%	40%
Ítem 25 – <i>Información de becas</i>	67%	0	6%	10%	17%

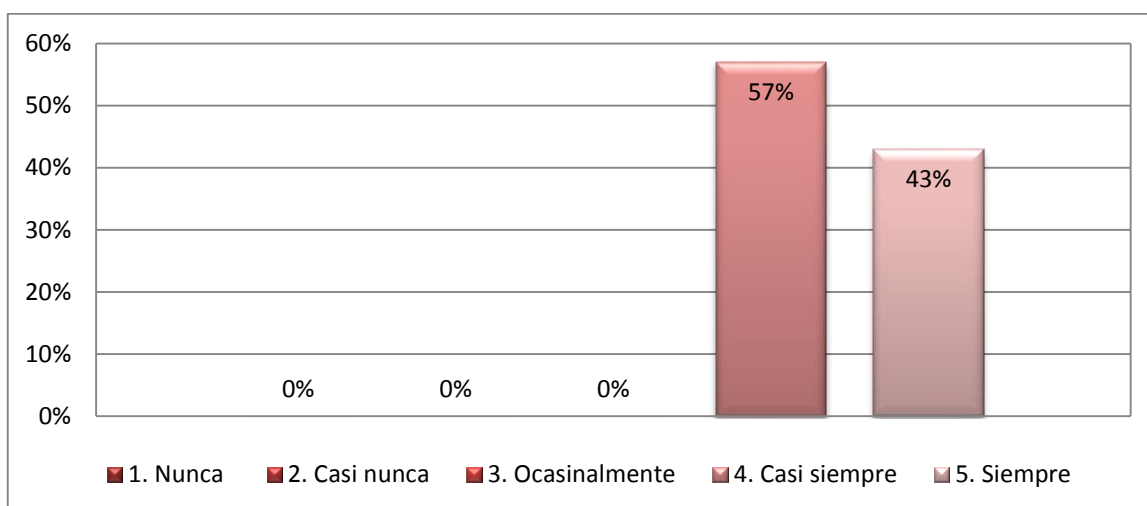
En la gráfica 1 están los porcentajes de las respuestas del ítem 1 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para hacer amigos. Los resultados arrojan que el 100% usan la red social de internet para este fin. Lo que sugiere el carácter altamente gregario de los estudiantes encuestados.

Gráfica 1. Porcentajes de respuestas del ítem 1 – Hacer nuevos amigos



En la gráfica 2 están los porcentajes de las respuestas del ítem 2 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para estar en contacto con amigos cercanos?. Los resultados arrojan que el 100% usan la red social de internet para este fin.

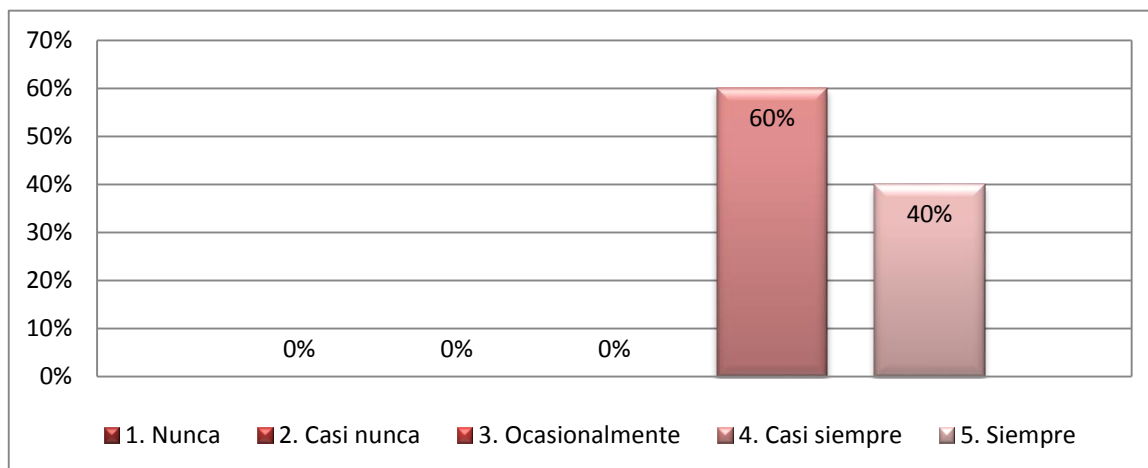
Gráfica 2. Porcentajes de respuestas del ítem 1 – Estar en contacto con amigos cercanos



En la gráfica 3 están los porcentajes de las respuestas del ítem 3 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para estar en contacto con amigos lejanos. Los resultados arrojan que el 100% usan la red social de internet para este fin. Se ratifica el

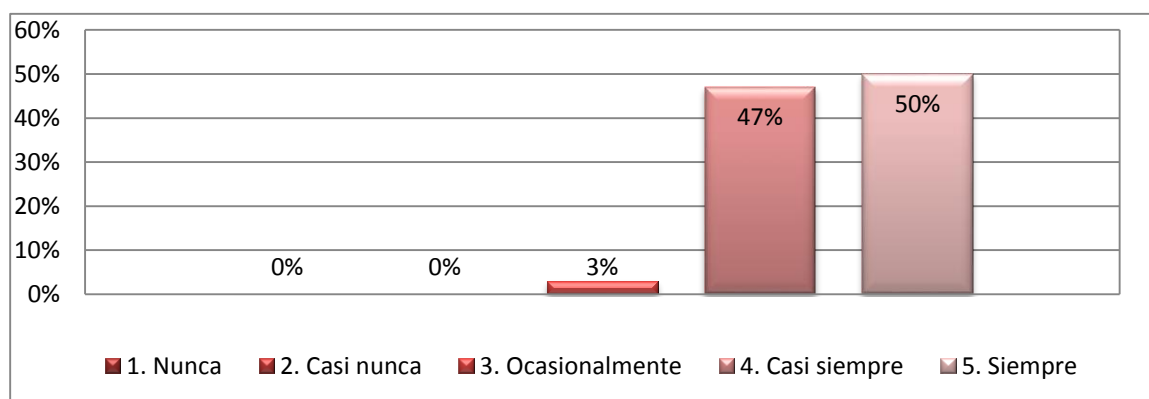
carácter altamente gregario de los estudiantes encuestados y como el Facebook es un medio de comunicación que acorta distancias.

Gráfica 3. Porcentajes de respuestas del ítem 3 – Estar en contacto con amigos lejanos



En la gráfica 4 están los porcentajes de las respuestas del ítem 4 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para estar en contacto con familiares. Los resultados arrojan que el 97% usan la red social de internet para este fin. El 3%, por otro lado, contestan que su uso es ocasionalmente para esto. Por la etapa evolutiva el Facebook es utilizado más para acercamiento con pares.

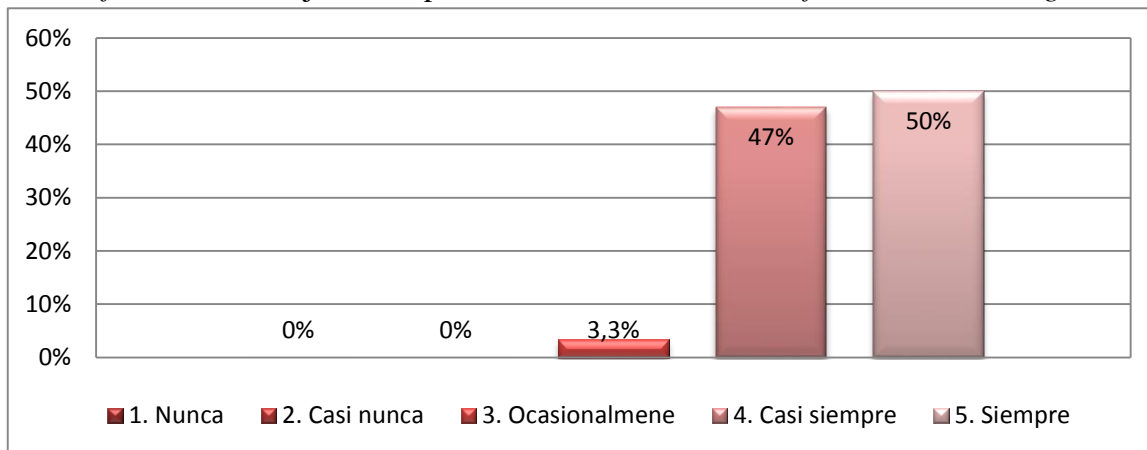
Gráfica 4. Porcentajes de respuestas del ítem 4 – Estar en contacto con familiares



En la gráfica 5 están los porcentajes de las respuestas del ítem 5 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para publicar fotos, vídeos e imágenes.

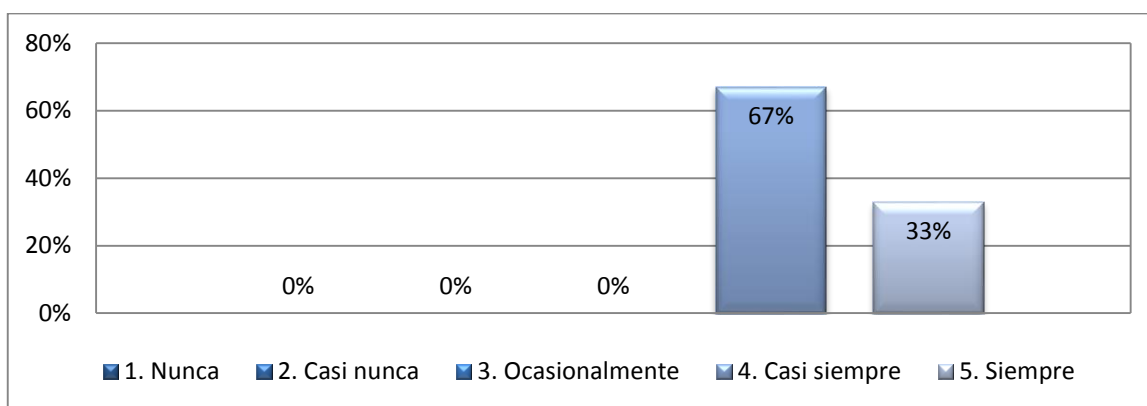
Los resultados arrojan que el 97% usan la red social de internet para este fin. El 3%, por otro lado, contestan que su uso es ocasionalmente para esto.

Gráfica 5. Porcentajes de respuestas del ítem 5 – Publicar fotos, videos e imágenes



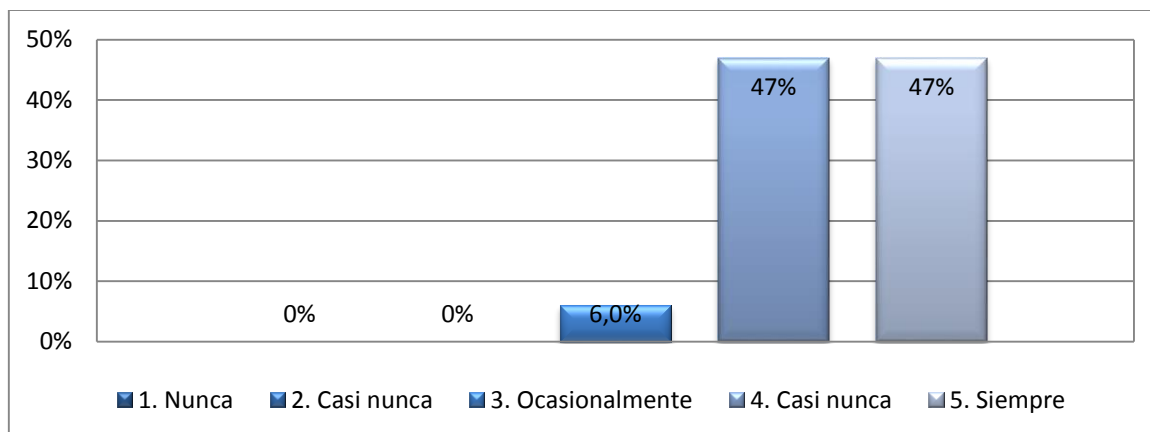
En la gráfica 6 están los porcentajes de las respuestas del ítem 6 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para Comentar ideas y publicaciones de su agrado. Los resultados arrojan que el 100% usan la red social de internet para este fin. Se podría sugerir el carácter comunicativo de la red social en la comunidad de estudiantes encuestados.

Gráfica 6. Porcentajes de respuestas del ítem 6 – Comentar ideas y publicaciones de su agrado



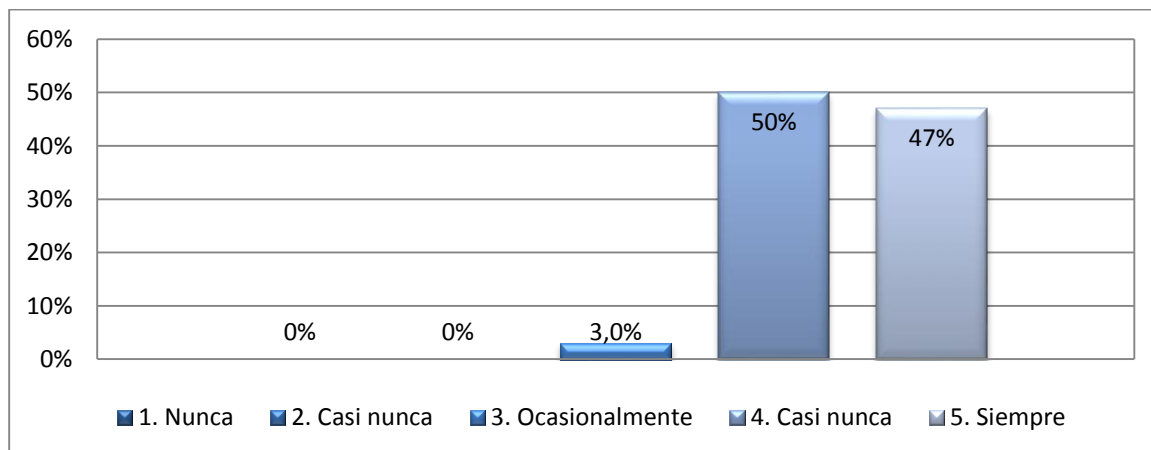
En la gráfica 7 están los porcentajes de las respuestas del ítem 7 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para vender mercancía. Los resultados arrojan que el 6% usan ocasionalmente la red social de internet para este fin.

Gráfica 7. Porcentajes de respuestas del ítem 7 – Vender mercancía



En la gráfica 8 están los porcentajes de las respuestas del ítem 8 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para publicar sobre el estado de ánimo. Los resultados arrojan que el 97% usan la red social de internet para este fin. No obstante, el 3% señala que ocasionalmente hace esto.

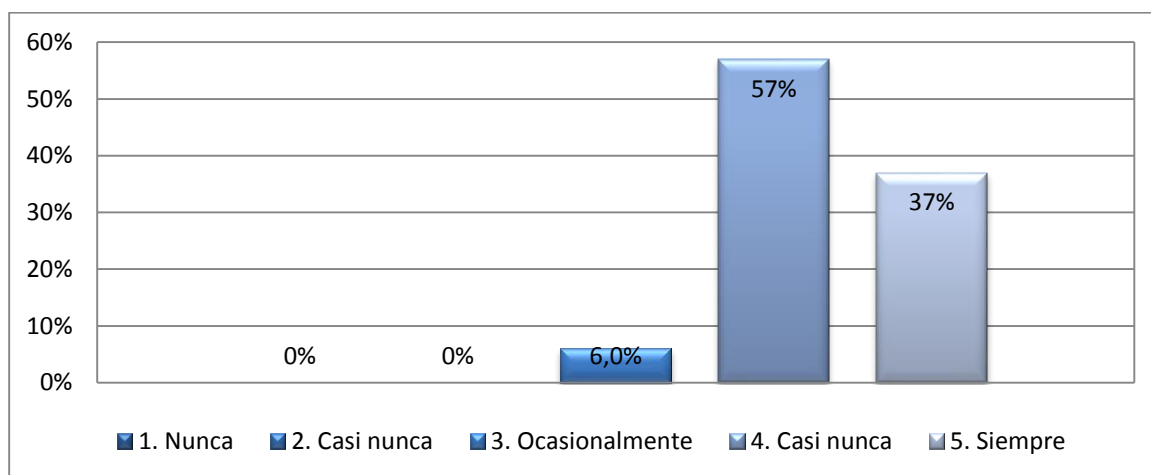
Gráfica 8. Porcentajes respuestas ítem 8 – Publicar sobre el estado de animo



En la gráfica 9 están los porcentajes de las respuestas del ítem 8 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para agregar a personas que quiere conocer. Los resultados arrojan que el 94% usan la red social de internet para este fin. No obstante, el 6% señala que ocasionalmente hace esto. Parece que existe diferencia en personas que quiere agregar y hacer nuevos amigos.

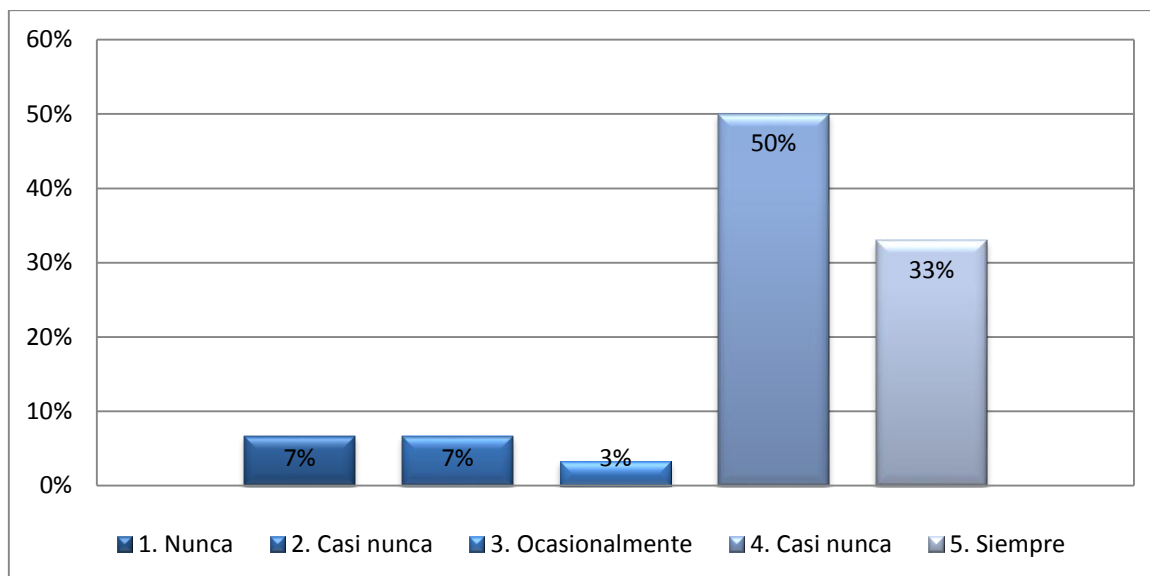
En la primera, respectivamente, el ítem hacía énfasis en sobre la posibilidad de agregar a alguien nuevo, pero no entablar directamente una relación. Esta puede ser una explicación en el aumento del porcentaje de la opción de respuesta “ocasionalmente”, sin embargo, para reconocer más sobre este aspecto se debe realizar mayor investigación a esta idea, pues los datos que se obtuvieron no son los más adecuados para esto.

Gráfica 9. Porcentajes respuestas ítem 9 – Publicar sobre el estado de animo



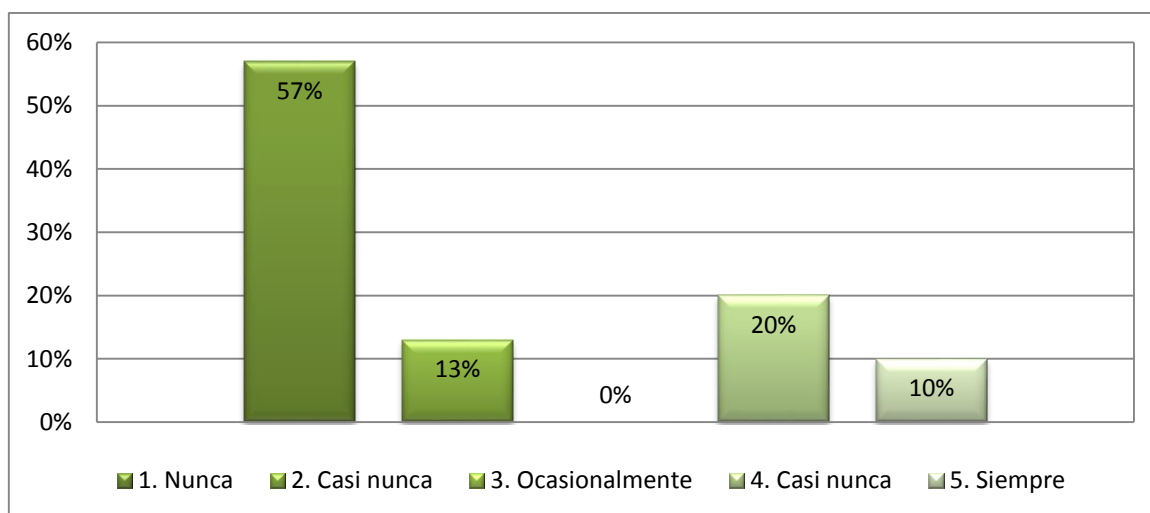
En la gráfica 10 están los porcentajes de las respuestas del ítem 10 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para agregar celebridades. Los resultados son diversos. El 83% usan la red social de internet para este fin. No obstante, el 6% señala que ocasionalmente hace esto. Y el 14% señalan desinterés total en la utilización de la red social de internet para eso.

Gráfica 10. Porcentajes respuestas ítem 10 – Agregar celebridades



En la gráfica 11 están los porcentajes de las respuestas del ítem 11 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para ver perfil de personas con las que desea hablar. Los resultados son diversos. Tal motivo se debe a que quizás el ítem no se relacionaba muy bien a lo que los estudiantes hacen en las redes sociales de internet. El 70% señala que nunca utilizaría para esto, en contraste con el 30% que lo usarían así.

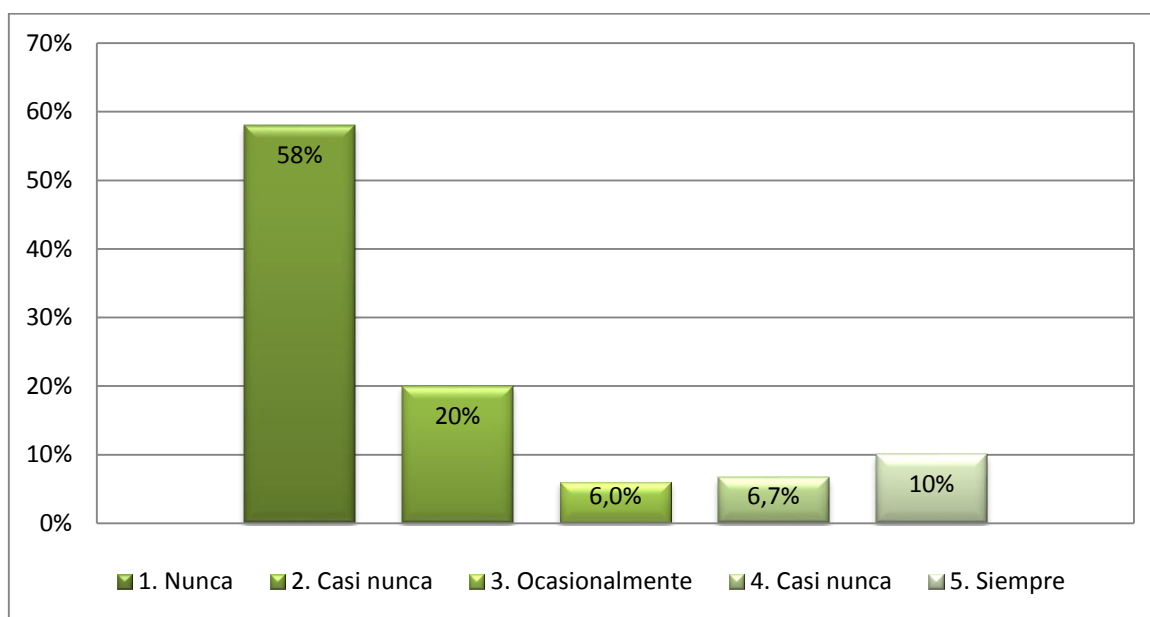
Gráfica 11. Porcentajes respuestas ítem 11 – Ver perfil de personas con las que desea hablar.



En la gráfica 12 están los porcentajes de las respuestas del ítem 12 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para enviar mensajes insultantes. Los resultados son diversos como en la anterior gráfica. Tal motivo se debe a que quizás el ítem

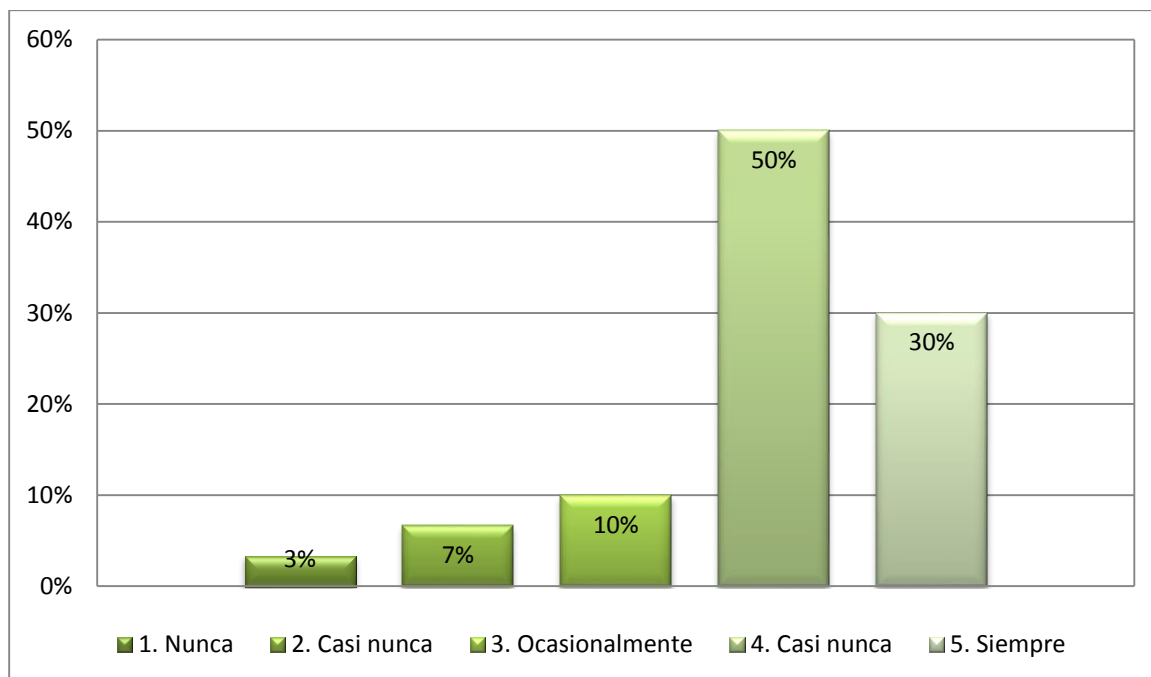
sea confortativo para la población, pues abiertamente puede existir cierta resistencia a contestar algo así. Es interesante anotar que el 57%, es decir, la mitad de los estudiantes declaran que nunca lo usan para esto. Sin embargo, existe una franja pequeña que lo ha utilizado ocasionalmente, casi siempre y siempre para eso. Se hace necesario reconocer más qué clase de insultos son los que se llevan a cabo, para determinar el nivel, por así decirlo, del insulto.

Gráfica 12. Porcentajes respuestas ítem 12 – Enviar mensajes insultantes



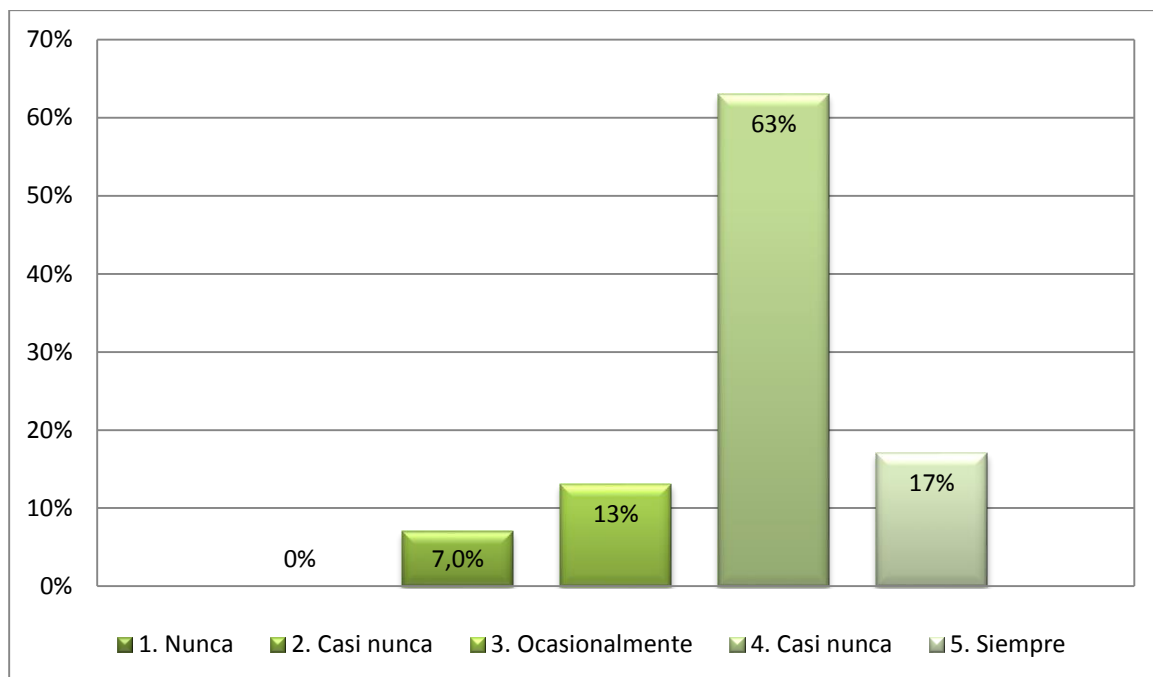
En la gráfica 13 están los porcentajes de las respuestas del ítem 13 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para jugar. Los resultados arrojan que el 80% usan la red social de internet para este fin.

Gráfica 13. Porcentajes respuestas ítem 13 – Para jugar



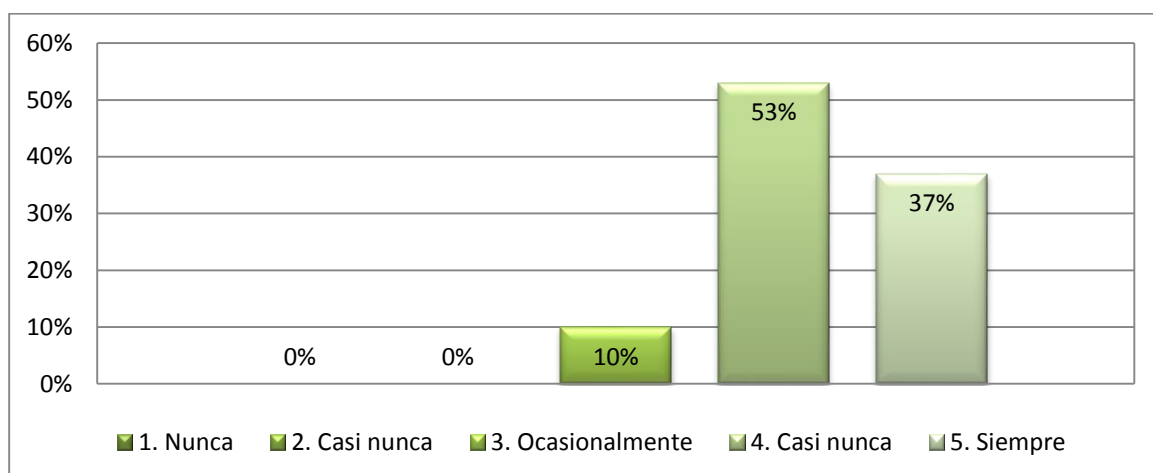
En la gráfica 14 están los porcentajes de las respuestas del ítem 14 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para pertenecer a un grupo. Los resultados son diversos como en la anterior gráfica. Tal motivo se debe a que quizás el ítem no explique con ejemplos a qué grupo específicamente. Existen diferentes tipos de grupo (de pertenecía, por ejemplo) y aunque el ítem es valedero, habría que ser más específico para establecer el uso de la red social de internet en este aspecto.

Gráfica 14. Porcentajes respuestas ítem 14 – Pertenecer a un grupo



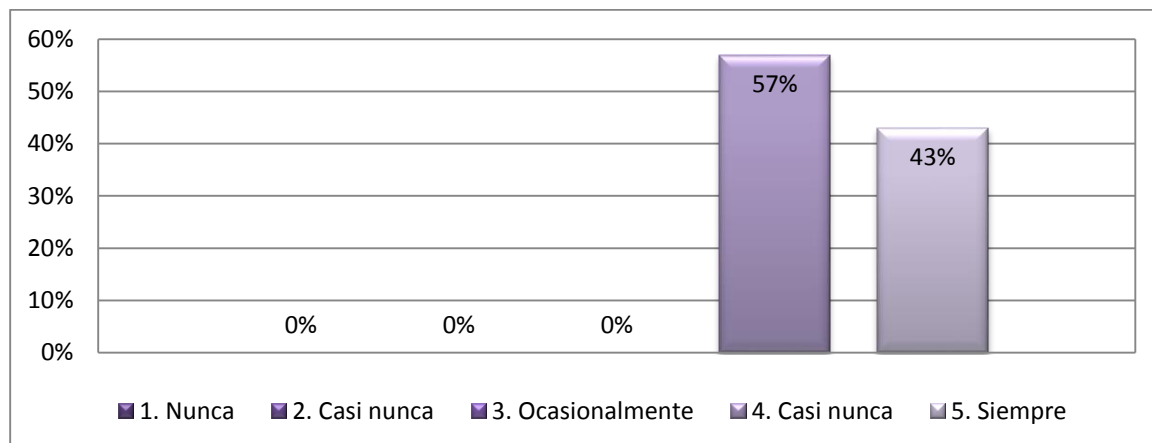
En la gráfica 15 están los porcentajes de las respuestas del ítem 15 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para dar opinión. Los resultados no son diversos. El 90% usan la red social de internet para este fin. No obstante, el 10% señala que ocasionalmente hace esto. Puede existir poca comprensión del ítem si relacionamos la opinión con los comentarios escritos que se pueden hacer en dicha red social de internet, no obstante, los resultados sugieren que la comunicación de los pensamientos es importante en este medio.

Gráfica 15. Porcentajes respuestas ítem 15 - Dar opinión



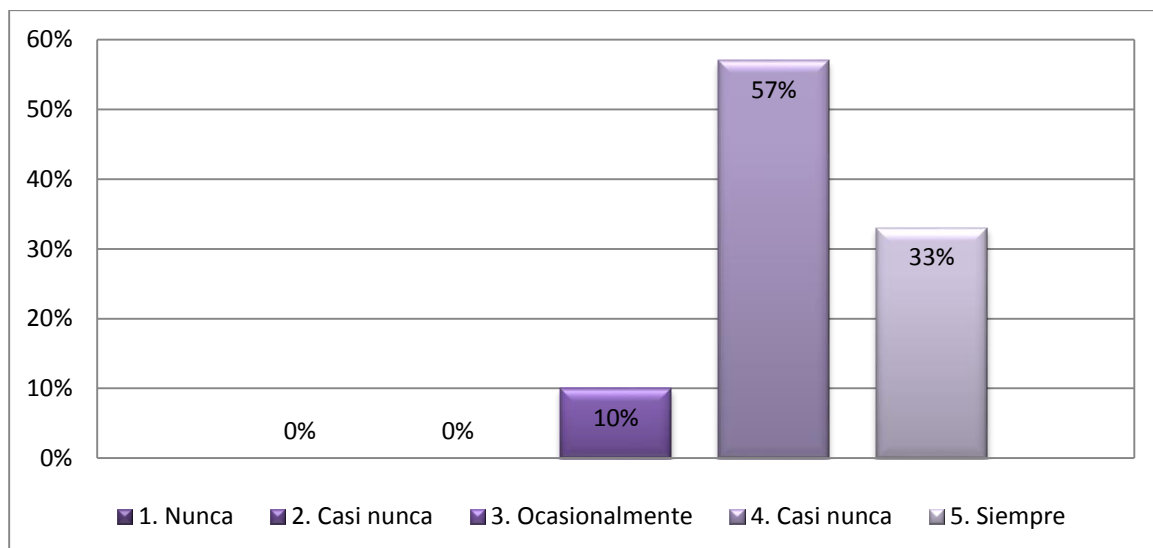
En la gráfica 16 están los porcentajes de las respuestas del ítem 16 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para chatear. Los resultados arrojan que el 100% usan la red social de internet para este fin.

Gráfica 16. Porcentajes respuestas ítem 16 – Para Chatear



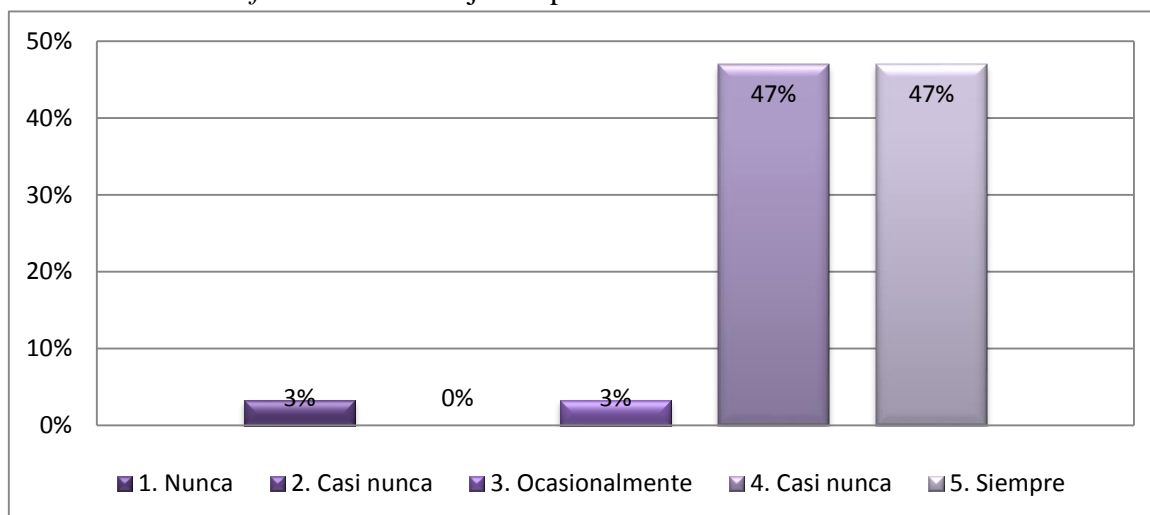
En la gráfica 17 están los porcentajes de las respuestas del ítem 17 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para entretenerse con otros contenidos. El 90% usan la red social de internet para este fin. No obstante, el 10% señala que ocasionalmente hace esto. Puede existir poca comprensión del ítem si relacionamos la variedad de otros contenidos presentes en la red social de internet, no obstante, los resultados sugieren que su uso es para esto.

Gráfica 17. Porcentajes respuestas ítem 17 – Entretenerse con otros contenidos



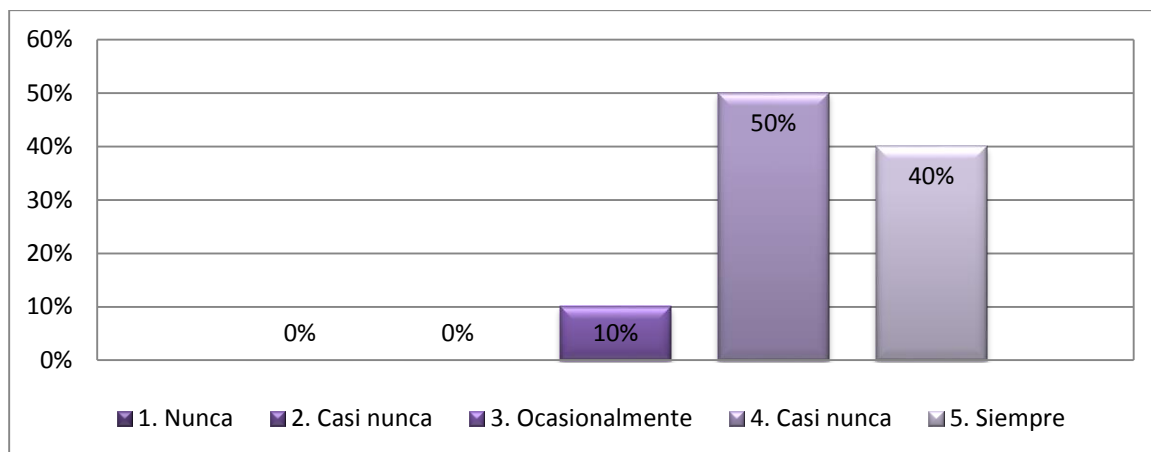
En la gráfica 18 están los porcentajes de las respuestas del ítem 18 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para ser reconocido. Los resultados señalan que el 94% de se interesan por esto; se debe tener en cuenta que en la actualidad el ser reconocido es algo socialmente deseado.

Gráfica 18. Porcentajes respuestas ítem 18 – Ser reconocido



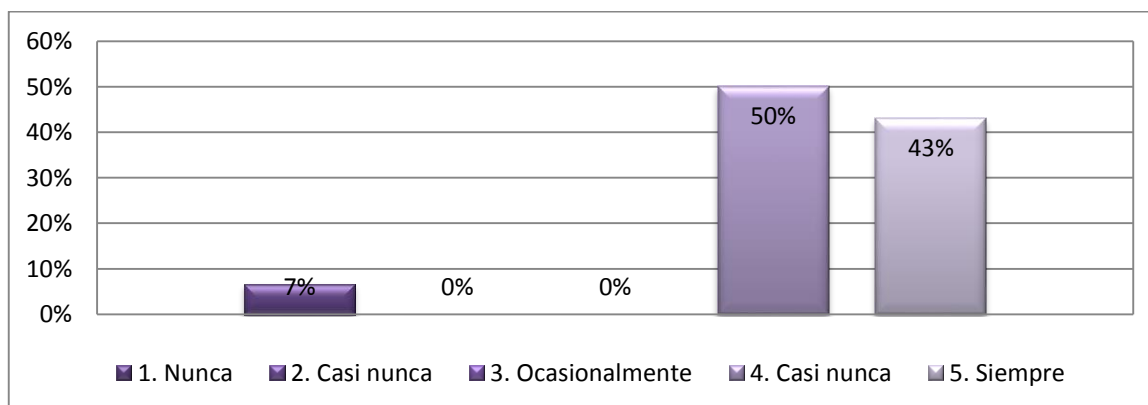
En la gráfica 19 están los porcentajes de las respuestas del ítem 19 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para saber de trabajos del colegio. Los resultados señalan que el 90% de se interesan por esto; se debe tener en cuenta que en la actualidad ellos está en curso escolar. De ahí se debe tal resultado.

Gráfica 19. Porcentajes respuestas ítem 19 - saber de trabajos del colegio



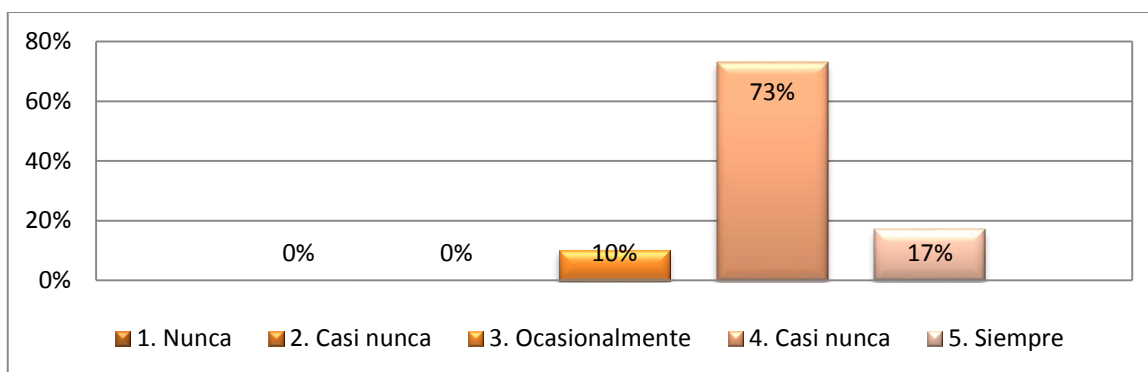
En la gráfica 20 están los porcentajes de las respuestas del ítem 20 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para estar en contacto con la pareja. El 93% usan la red social de internet para este fin. No obstante, el 7% señala que nunca hace esto. Este ítem está relacionado a la proximidad de vínculos, en la encuesta se señala que además de estar en contacto con la pareja de ver información, contenido y demás de la persona que le gusta. Se puede sugerir que el ítem no es válido un ciento por ciento, pero los resultados sugieren que por lo menos en esta población tener contacto con la pareja es fundamentalmente relacional con la utilización de Facebook. Y puede ser que el porcentaje que dice que no, es porque no tiene pareja y tampoco una persona que les atraiga lo suficiente como para estar prestándole atención a su perfil de la red social de internet a la que pertenecen.

Gráfica 20. Porcentajes respuestas ítem 20 - Contacto con la pareja



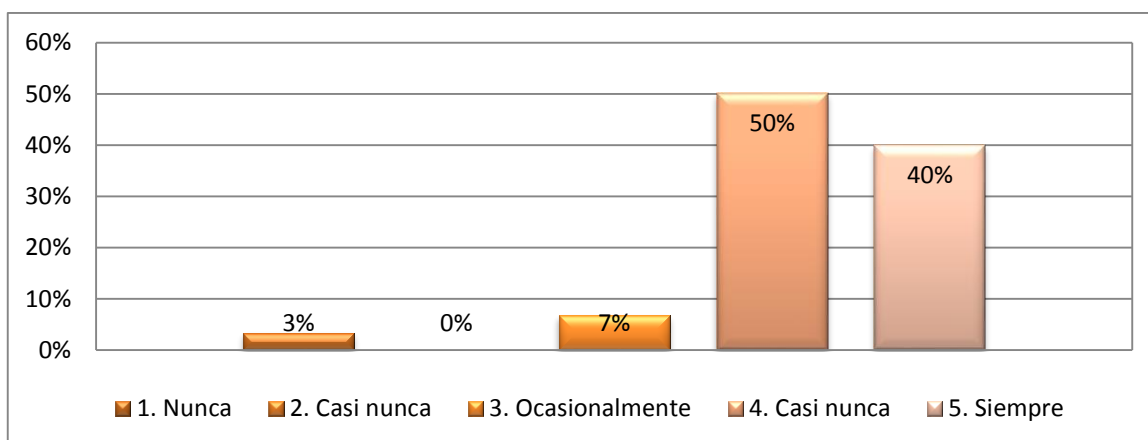
En la gráfica 21 están los porcentajes de las respuestas del ítem 21 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para saber de eventos sociales. Los resultados señalan que el 80% de se interesan por esto; se debe tener en cuenta que en la actualidad ellos no tienen más obligaciones que las educativas. De ahí se debe tal resultado, pues los eventos sociales como fiestas, cumpleaños, etc, son de importancia para la población.

Gráfica 21. Porcentajes respuestas ítem 21 - Eventos sociales



En la gráfica 22 están los porcentajes de las respuestas del ítem 22 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para saber tareas del colegio. El 90% usan la red social de internet para este fin. No obstante, el 7% señala que ocasionalmente hace esto y el 3% que nunca.

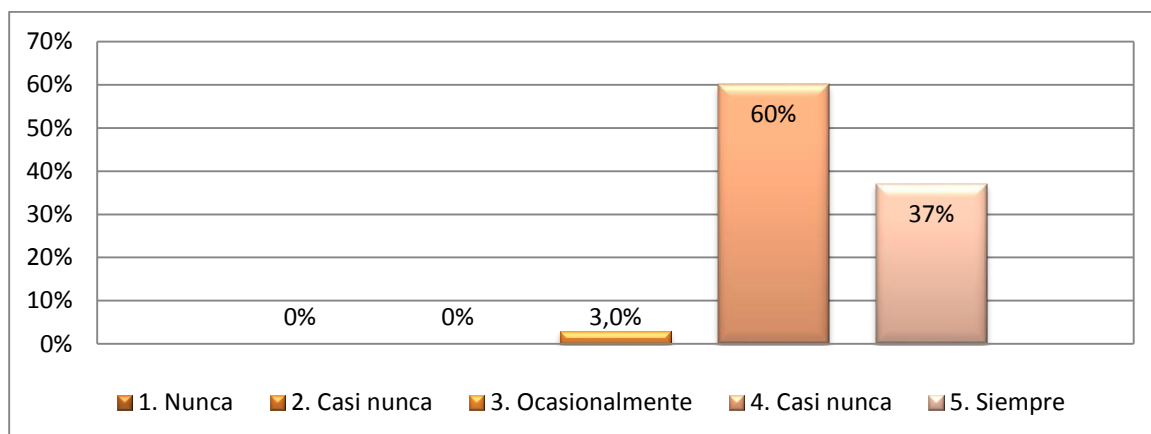
Gráfica 22. Porcentajes respuestas ítem 22 - Tareas del colegio



En la gráfica 23 están los porcentajes de las respuestas del ítem 23 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para dar a conocer chistes de la propia

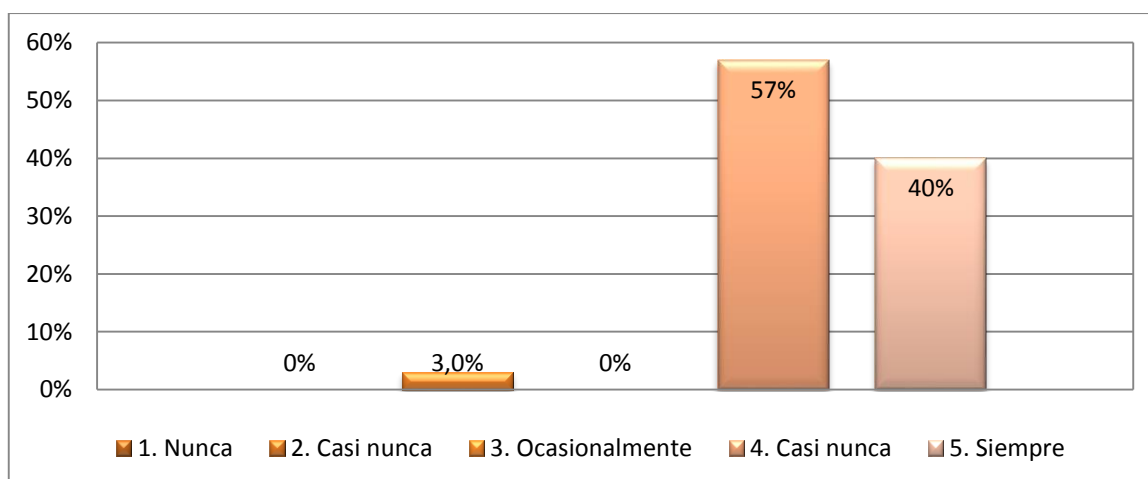
autoría. Los resultados señalan que el 97% de se interesan por esto, en contraste con un 3%. Al momento de la creación del ítem se pensó que dicho uso sería de poca relevancia para la población, sin embargo, parece que la red social es utilizada para esto.

Gráfica 23. Porcentajes respuestas ítem 23 - Dar a conocer chistes



En la gráfica 24 están los porcentajes de las respuestas del ítem 24 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para saber de novedades sociales. Los resultados señalan que el 97% de se interesan por esto; se debe tener en cuenta este ítem está relacionado con el 21. En consecuencia, los eventos sociales son de vital a para la población.

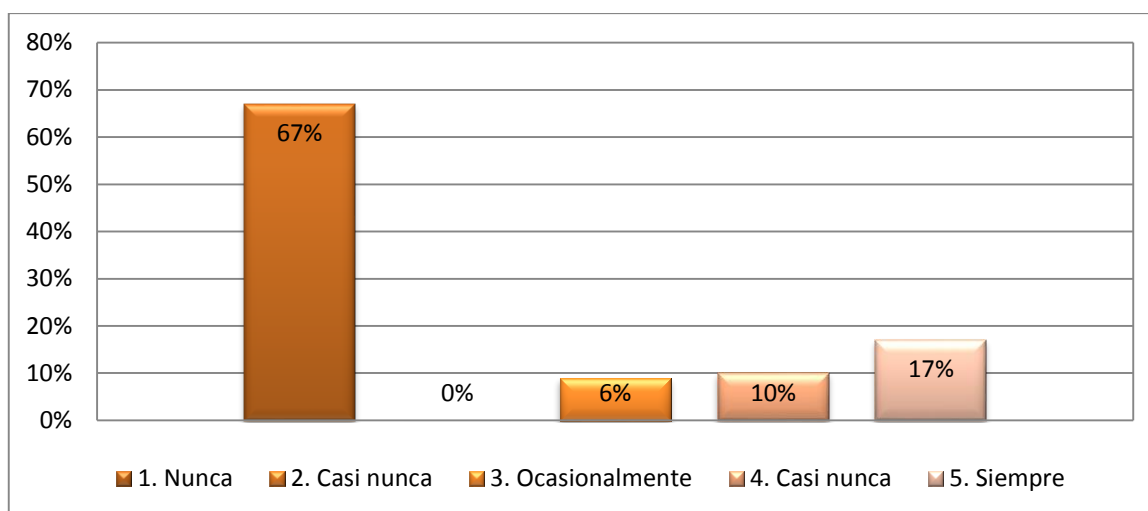
Gráfica 24. Porcentajes respuestas ítem 24 - Novedades sociales



En la gráfica 25 están los porcentajes de las respuestas del ítem 25 cuyo objetivo es determinar qué tanto los estudiantes usan Facebook para saber información de becas. Los

resultados señalan que el 67% no se interesan por esto. Sin embargo, un porcentaje, aunque pequeño, señalan su uso con respecto a esto.

Gráfica 25. Porcentajes respuestas ítem 25 - Información de becas



DISCUSIÓN

Se corrobora lo encontrado con las posiciones de los siguientes autores, los cuales fueron fundamentales para la construcción del instrumento. Los otros autores citados hacen parte del apoyo teórico utilizado, sin embargo, los cuatro siguientes, recopilan toda la información recolectada.

Purrúa (2010) plantea que el uso de Facebook es utilizado para relacionarse con la familia, posteriormente con los amigos y después con el entorno profesional (en el caso de los estudiantes el entorno educativo), en la investigación encontramos que en primer instancia el principal actor para la comunicación son los pares, son los amigos.

Asimismo, Los resultados sugieren que las relaciones sociales son importantes, dentro del círculo interno (amigos) y externo (compañeros de clase), ya que los porcentajes arrojados muestran una intensa necesidad gregaria. Por ejemplo, el crear amigos, estar en contacto con amigos ya creados, contactos familiares y amigos lejanos. Es interesante aquí el punto en que, aunque agregan a personas que desean detallar su perfil de facebook, quizás no interactúen.

Asimismo, Purrúa comparte que las redes sociales forman parte de una comunidad en la que se identifican y tienen intereses comunes, compartir experiencias vitales, comunicarse, hacer o renovar amistades, colaborar y compartir conocimientos, buscar trabajo, rarificado en la investigación.

Los resultados puntúan alto con las subcategorías que plantea este autor. En esta investigación primaron las experiencias vitales, y fueron porcentajes bajos los de compartir conocimientos académicos. Parece que lo único importante para la población es relacionarse y saber qué trabajos educativos están pendientes, en contraste con los eventos sociales.

Oro autor que es D'eboli (2010) identifica las redes sociales como espacios que admiten la construcción de la identidad del usuario de manera virtual, poniendo de manifiesto cierta información que decide mostrar y compartir con los demás (fotos, videos, ideas, etc.). Se visibiliza de igual forma en la investigación.

Morduchowixz, et. al. (2010) Que señala los usos de Facebook en adolescentes, se evidencian: en Reencontrarme con gente que hace mucho tiempo no veo, para estar al día con mis amigos de la vida real, Para chatear y enviar mails a través de la red, para estar en grupo y conocer gente nueva, Para enterarme de eventos y novedades, para agrandar mi grupo de "amigos" con amigos de amigos, para organizar reuniones. Esto nos indica que estos usos son los frecuentes en los encuestados.

En referencia a las TICs, Echeburúa & De Corral (2010) indica lo atractivas que son por sus caracterizas de respuesta rápida, recompensas inmediatas, interactividad y las múltiples ventanas con diferentes actividades; relacionadas al compartir opiniones sobre experiencias vitales, hacer amistades y generar más cercanía con los vínculos ya construidos, entretenerse en el tiempo libre, comunicarse. Es así como en la investigación se coincide con el autor citado.

CONCLUSIONES

Los estudiantes utilizan el Facebook como una red de contacto para acercarse a la familia, amigos, entorno escolar, afectivo y profesional, que conlleva una participación activa en la que se aporta información, se discute y se transforma, a partir de la influencia del proceso tecnológico que logran cambiar la percepción de entorno social y los esquemas de comunicación conocidos.

Esto, debido a que la fuerte influencia tecnológica de la actualidad ha modificado de manera importante las interacciones sociales, llegando a reemplazarse por acciones virtuales. De esta manera, en diferentes campos (podría decirse especialmente la educación se hacen necesarias investigaciones que den luces en cuanto a tal impacto en ámbitos de formación para garantizarse que su influencia, ya sea positiva o negativa, no implique algo que se desconozca.

Se determinó los usos significativos de la red social Facebook, estos están relacionados a las representaciones de sí mismo, el desarrollo de la amistad en red, las redes de amigos, y el medio social, entendidos como las nuevas formas de interacción y socialización.

Teniendo en cuenta lo anterior, es claro que hay factores sociales, académicos y tecnológicos que se detectaron mediante este estudio, y que tienen una influencia clave en el desarrollo de la comunidad estudiada.

En cuanto a los factores sociales, la red social Facebook ha pasado a consolidarse como uno de los medios principales de interacción de estos estudiantes, de modo que los primeros acercamientos que tienen con personas que no pertenecen a su grupo social más cercano. Además, las personas con quienes mantienen interacciones reales figuran en su

totalidad en sus listas de contactos de Facebook, lo que hace que muchas de las reuniones y encuentros que tendrían lugar dentro de lo presencial, se sustituyan por encuentros virtuales. Este hecho ha causado también, que las llamadas telefónicas sean un medio cada vez menos utilizado para la comunicación entre estos jóvenes, que prefieren la informalidad de los chats.

Una de las razones que más se evidencian en el hecho de que las relaciones sociales estén mediadas por una red virtual, es de hecho, la comodidad que da la impersonalidad al momento de entablar una nueva interacción. Comunicarse a través de una pantalla, y por un medio en el que no utilizarán ni siquiera su voz o su imagen en tiempo real, resulta un recurso ideal para como solución a la timidez de los jóvenes.

En este sentido, la impersonalidad que posibilita esta red social lleva a que cada persona elija y diseñe la manera en la que los demás quieren que la vean. Así se aseguran de armar un perfil en la puedan cuidar su imagen subiendo sus mejores fotos lo cual resulta para muchos, mejor que esperar a que la primera impresión sea mediante una cita en persona. También el recurso de publicar estados de lo que se piensa, se quiere expresar, o lo que se escribe mediante chats, ofrece un control mayor sobre la impresión que se está dando con respecto a la personalidad, ideología, sentido del humor, ect.

En el ámbito académico, el uso de la red social Facebook actúa como un facilitador de encuentros académicos al permitir crear grupos y conversaciones agrupadas que manejen una temática particular. Además de permitir interacciones inmediatas sin importar el lugar en el que los estudiantes se encuentren, también es bastante útil al dejar un registro disponible de los temas que se han tratado, los archivos y adelantos que se han realizado, y de las decisiones, acuerdos o encuentros que se planean.

Los estudiantes recurren a la utilización de estos grupos de Facebook ya que allí pueden informarse del estado de sus trabajos y deberes pendientes. Muchos lo prefieren pues

pueden hacer sus asignaciones de acuerdo a su disponibilidad de tiempo y subir los archivos al grupo, asegurándose de que los demás integrantes estarán enterados de ello.

Aunque las ventajas que ofrece Facebook en el ámbito de encuentros virtuales para fines académicos han sido una ayuda importante para este grupo de estudiantes, también es claro que es un foco de dispersión de atención debido a que mientras se estén realizando labores académicas que requieren concentración y atención, los estudiantes están recibiendo constantemente información de tantas fuentes como contactos tienen en su Facebook.

Así las cosas, las posibilidades de tener disposición, dedicación y atención únicas a una actividad académica mientras se está navegando en Facebook son muy escasas, ya que siempre se mantienen conversaciones alternas y se presta atención a noticias y actualizaciones de estado de contactos que no están relacionados con sus labores educativas.

Por esto, los trabajos académicos que se realizan mientras están conectados a Facebook suelen tener más errores y tener mucho más tiempo de elaboración e interrupciones durante su ejecución. Además, la utilización de esta red social mediante dispositivos electrónicos mientras los estudiantes se encuentran recibiendo lecciones en aulas de clase tiene consecuencias críticas en el proceso de aprendizaje ya que sus mentes están ausentes de la realidad y presentes en la virtualidad. La costumbre a estar revisando redes sociales tiene consecuencias nefastas para muchos estudiantes que no pueden controlar su atención al no poder evitar estar revisando la red social.

En este caso, la incidencia de los factores tecnológicos del uso de esta red social en ámbitos educativos, específicamente en el caso de los estudiantes de esta institución educativa, son de importancia definitiva, ya que la conectividad y disponibilidad permanente de estos está para muchos definida por la posesión de un dispositivo electrónico con acceso a

la red. En este caso, la mayoría de los encuestados cuenta con un teléfono inteligente, tablets, o computadores portátiles.

Teniendo en cuenta las conclusiones expuestas, es claro que este avance tecnológico tiene repercusiones positivas y negativas en la formación académica de estos estudiantes, y que los usos que ellos le dan a la red social Facebook tienen mayormente fines ajenos a los académicos, pero resultan siendo un medio de acercamiento y organización de la información que actúa como recurso útil para la conformación de grupos de trabajo y desarrollo de actividades. En esto, la dispersión de atención es algo que depende de las decisiones individuales que cada estudiante asuma frente a su formación académica y el uso adecuado y controlado que decida darle a sus redes sociales.

Teniendo en cuenta lo anterior se propuso una estrategia que potencialice la red social como herramienta para el mejoramiento de competencias laborales, académicas y sociales. Se trata de una Página en Facebook de la institución educativa que funcione como medio de comunicación de la institución de manera que los miembros de la comunidad educativa puedan mantener informados sobre los eventos, trabajos, fechas importantes y puedan organizar allí la información de manera que esté siempre disponible y permita la conformación de grupos de estudiantes, docentes y administrativos que mediante la red social puedan tener un recurso más para maximizar el desempeño en sus actividades.

RECOMENDACIONES

Para futuras investigaciones, resultaría útil, identificar las características comunicativas entorno a la *Privacidad y factores de riesgo* (seguridad, cyberbulling, capacidad para controlar y gestionar una identidad falsa).

Aprovechar el espacio ofrecido en la institución para implementación de la estrategia comunicacional. Con fin se ha diseñado una propuesta de intervención sobre la creación de una página en Facebook de la institución educativa. (Revisar propuesta de intervención)

REFERENCIAS

Asuntos del Sur, (2012). Comunicación digital y nuevos medios; herramientas de alto impacto a bajo costo. Recuperado de la fuente:

http://www.muchoconpoco.org/content/mcp/images/foros/comunicacion_digital.pdf

Almansa, A., Fonseca, O. & Castillo, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. *Comunicar*, Vol. 20, N. 40, Pp. 127-135.

Álvarez, C. (2013). Redes sociales como medio de comunicación informal entre los alumnos de nivel licenciatura. Recuperado de la fuente:

<http://ece.edu.mx/ecedigital/files/ArticuloDaniela.pdf>

Barreto, C. & Chavarro, A. (2010). El uso de Facebook y Twitter en educación. *Lumen*, No. 11, Pp. 1-9.

Brito, J., Laaser, W. & Toloza, E. (2014). El uso de redes sociales por parte de las universidades a nivel institucional. Un estudio comparativo. *Revista de Educación a distancia*. Recuperado de la fuente:

http://www.um.es/ead/red/32/laaser_et_al.pdf

Cabello, P. & Fernández, I. (2010). La tecnología en la preadolescencia y adolescencia; usos, riesgos y propuestas desde los y las protagonistas. *Sabe the children*. Recuperado de la fuente:

http://www.deaquinopasas.org/docs/estudio_riesgos_internet.pdf

Cáscales, A., Real, J. & Marcos, B. (2011). Las redes sociales en Internet. *EduTec*, No. 38, Pp. 1-18.

Cañadas, I. & Sánchez, A. (1998). Categorías de respuesta en escalas tipo Likert. *Psicothema*, Vol. 10, No. 3, Pp. 623-631

D´eboli, M. (2010). Facebook: ¿Una nueva herramienta de comunicación institucional? Análisis de casos contrastivos: caso Pepsi y la nación. *Tesis no publicada*, Universidad del Belgrano.

De Haro, J. (2008). Las redes sociales en educación. *Educativa*. Barcelona, España.
Recuperado de la fuente:

<http://jjdeharo.blogspot.com/2008/11/la-redes-sociales-en-educacin.html>

Delgado, M. (S.F). Epidemiología; *capítulo 4, estudios descriptivos*. Recuperado de la fuente:

<http://be.uab.es/vm/sp/materiales/bloque-4/Guardia-Rodes/descriptivos-Guardia-Rodes.pdf>

Echeburúa, E. & De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, Vol. 22, No. 2, Pp. 91-96

Espinar, E. & López, C. (2009). Jóvenes y adolescentes ante las nuevas tecnologías: percepción de riesgos. *Athenea Digital*, No. 16, Pp. 1-20.

Facebook. (2013). Facebook. *diccionario de tecnología* .

Ferré, C. (Ed.) (2014). El uso de las redes sociales: ciudadanía, política y comunicación; la investigación en España y Brasil. Institut de la Comunicació y Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado de la fuente:

http://incom.uab.cat/download/eBook_6_InComUAB_redessociales.pdf

FLores, J. (2009). Las redes sociales. *Enlace virtual* . Edición 1

Gallo, P. Roza, J. Mora, A. (2013). Comunicación e interacción en las redes sociales: usos en procesos de aprendizaje. *Tesis no publicada UNAD*.

- García, M. (2009). El aporte comunicativo de los sitios de red social: el fenómeno de Facebook en la marcha “No más FARC” del 4 de febrero de 2008. *Tesis no publicada*, Universidad Sergio Arboleda.
- Gutiérrez, C. (2008). Cómo funciona la web. *Centro de investigación de la web*, Universidad de Chile. Recuperado de la fuente:
<http://www.ciw.cl/libroWeb-NV.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia, McGraw-Hill.
- Humprey, H. (2010). Teorías de la interacción social. *E How en español*. Recuperado de la fuente:
http://www.ehowenespanol.com/teorias-interaccion-social-sobre_114040/
- Islas, O. & Ricaurte, P. (2013). *Investigar las redes sociales; comunicación total en la sociedad de la ubicuidad*. Razón y Palabra, México.
- Lasso, I. (2013). Qué nos hace Facebook: diez estudios sobre los efectos de usos de la red social. -*Genbeta*. Recuperado de la fuente:
<http://www.genbeta.com/redes-sociales-y-comunidades/que-nos-hace-facebook-diez-estudios-sobre-los-efectos-de-usar-la-red-social>
- López, M., López, V. & Galán, E. (S.F). Redes sociales de internet y adolescentes; la dimensión social. *Facultad de Educación y Formación del profesorado*. Recuperado de la fuente:
http://www.websatafi.com/joomla/attachments/125_REDES%20SOCIALES%20PUBLICAR.pdf

Los límites de la red (2011). Uso de Internet y las herramientas 2.0. en los medios de comunicación. Recuperado de la fuente:

http://www.servimedia.es/110518ISO_ESTUDIO_Medios_Internet_Herramientas_Servimedia.pdf

Martínez, F. & Prendes, M. (2008). Estrategias y espacios virtuales de colaboración para la enseñanza superior. *Revista Internacional de Ciencias sociales y Humanidades, SOCIOTAM*, Vol. 18, No. 2, Pp. 59-90.

Martos, E. (2010). Análisis sobre las nuevas formas de comunicación a través de las comunidades virtuales o redes sociales. Tesis no publicada, Universidad Politécnica de Valencia.

Meso, K., Pérez, J. & Mendiguren, T. (2011). La implementación de las redes sociales en la enseñanza superior universitaria. *Tejuelo*, No. 12, Pp. 137-155.

Ministerio de educación. (2013). Institución educativa. Recuperado de la fuente:

<http://www.mineduacion.gov.co/cvn/1665/article-82752.html>

Ministerio de Tecnologías de la información y las Comunicaciones (2010). *Introducción al uso de la Web 2.0 en el estado colombiano*. Gobierno en línea; Colombia. Recuperado de la fuente:

http://www.ucaldas.edu.co/docs/prensa/Introduccionala_web_20_recomendacion_redes.pdf

Morduchowixz, R., Marcon, A., Sylvestre, V. & Ballestrini, F. (2010). Los adolescentes y las redes sociales. *Escuela y medios*, Ministerio de Educación de la Nación.

Monje, C. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa; guía didáctica. Colombia, Universidad Surcolombiana. Recuperado de la fuente:

<http://carmonje.wikispaces.com/file/view/Monje+Carlos+Arturo+-+Gu%C3%ADa+did%C3%A1ctica+Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n.pdf>

Oliva, C. (2012). Redes Sociales y jóvenes: una intimidad cuestionada en internet. *Aposta*, No. 56, Pp. 1-16.

Oliver, B. (2015). ¿Adicto a las redes sociales?. *Tendenciasweb*. Recuperado de la fuente:

<http://tendenciasweb.about.com/od/tendencias-web/a/Adicto-A-Facebook-6-Signos-De-Alarma-Y-Posibles-Soluciones.htm>

Pérez-días, V. & Rodríguez, J. (2008). La adolescencia, sus vulnerabilidades y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Informe de Fundación Vodafone España. Recuperado de la fuente:

<http://www.asp-research.com/pdf/libro%20adolescencia%20y%20tic.pdf>

Piscitelli, A., Adaime, I., & Binder, I. (2010). El Proyecto Facebook y la PosUniversidad. Madrid: Fundación Telefónica. Recuperado de la fuente:

<http://www.raco.cat/index.php/RUSC/article/viewFile/254147/340991>

Porrúa, M. (2010). El impacto de las redes sociales. Tecnología y gestión. *Dintel*, Pp. 158-159. Recuperado de la fuente:

<http://www.revistadintel.es/Revista/Numeros/Numero4/TyG/porrua.pdf>

Ramírez, V. (2002). Reseña de *La interacción social, cultura, instituciones y comunicación* de Edmond Marc y Dominique Picard. Estudios sobre las Culturas contemporáneas, Vol. 8, No. 15, Pp. 162-165

Rizo, M. (2004). La comunicación como base para la interacción social. Aportaciones de la comunicología al estudio de la ciudad, la identidad y la inmigración. *Contemporánea*, No. 3, Pp. 52-71

Rizo, M. (2006). La interacción y la comunicación desde los enfoques de la psicología social y la sociología fenomenológica; breve exploración teórica. *Análisi*, No. 33, Pp. 46-62

San Martín, L. & Mujica, S. (2010). Redes sociales: la nueva forma de comunicación de los jóvenes universitarios. *8th Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology*. Recuperado de la fuente:

http://www.laccei.org/LACCEI2010-Peru/published/TTL146_SanMartin.pdf

Soler, D. (2013). Jóvenes escolares y sus redes sociales. *Tesis no publicada UNAL*.

Valenzuela, R. (2013). Las redes sociales y su aplicación en la educación. *Revista digital universitaria*, Vol. 14, No. 4, Pp. 1-14. Fuente recuperada de:

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

Apéndice A. Encuesta 1

¿Usted utiliza FACEBOOK para...?

Este espacio fue creado por Xiomara Martínez y Neir Rojas con el propósito de describir el uso de la red social Facebook en los estudiantes del Grado 11-01 de la Institución Educativa Ricardo Borrero Álvarez del municipio de Neiva, Huila.

Nombre Completo							
Sexo:	Femenino: <input type="radio"/>			Masculino: <input type="radio"/>			
Edad:	14 <input type="radio"/>	15 <input type="radio"/>	16 <input type="radio"/>	17 <input type="radio"/>			
Con quien vive:	Ambos Padres <input type="radio"/>		Solo un padre <input type="radio"/>		Cuidadores <input type="radio"/>		

Recuerde que debe seleccionar una respuesta en todas las preguntas.

Si existe alguna duda, puede comunicarla al orientador del cuestionario y éste hará lo posible para despejarla. Gracias por su tiempo. Recuerde que los resultados son para fines netamente académicos, y no lo afectarán en lo más mínimo.

Ahora bien, las siguientes frases corresponden a posibles usos que usted ha dado a Facebook.

De 1 a 5 escoja que tanto puede considerar que esta frase se ajusta a usted.

- 1 - Nunca
- 2 - Casi nunca
- 3 - Ocasionalmente
- 4 - Casi siempre
- 5 - Siempre

1. Hacer nuevos amigos.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

2. Estar en contacto con sus amigos cercanos.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

3. Estar en contacto con sus amigos lejanos.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

4. Estar en contacto con sus familiares.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

G5. Publicar fotos, vídeos e imágenes.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

6. Comentar ideas y publicaciones de su agrado.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

7. Vender mercancía.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

8. Dar a conocer cómo estoy de ánimo.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

9. Compartir pensamientos y citar autores.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

10. Agregar a celebridades de su gusto y admiración.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

11. Enviar mensajes a personas que personalmente no sería capaz de saludar y/o hablar.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

12. Enviar mensajes a personas que desea insultar y/o molestar.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

13. Jugar con las aplicaciones que ofrecen.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

14. Ser parte de un grupo de interés.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

15. Dar su opinión en grupos que sean afines o están relacionados con usted.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

16. "Chatear" y entretenerse así.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

17. Entretenerse con los contenidos que otros perfiles suben.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

18. Revisar actividades de su pareja o persona que le gusta.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

19. Preguntar por trabajos pendientes del colegio.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

20. Estar en contacto con la pareja o la persona que me gusta.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

21. Organizar eventos o reuniones.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

22. Organizar trabajos del colegio.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

23. Mantener actualizado mi estado.

"Mi estado" hace referencia a la pregunta ¿Qué estás pensando?

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

24. Entretenerse con eventos y novedades sociales.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

25. Estar informado de becas nacionales e internacionales, cursos y posibilidades de estudio.

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

Apéndice B. carta de presentación



Institución Educativa "Ricardo Borrero Álvarez"
Reconocimiento Oficial según Resolución. 1631, Noviembre 25 de 2009
Educación Preescolar, Básica Media Académica y Media Técnica en Sistemas
NIT. 813.003.622-4 DANE 141001001321



Neiva, 26 de marzo de 2015

LA RECTORA

HACE CONSTAR:

Que, NEIR ROJAS CARDOZO, identificada con C.C. 93.132.516 de El Espinal (T), y YISETH XIOMARA MARTINEZ CARDENAS, identificada con la C.C.1.020.759069 de Bogotá, se encuentran realizando investigación uso de la red social Facebook en los estudiantes del grado Once en la Institución Educativa Ricardo Borrero Alvarez desde el mes de febrero del presente año.

Se expide a solicitud del interesado.



Esp. ALBA LUZ ORTIZ

Calle 5 5A - 61 Teléfonos: (098) 871 23 20 – (098) 871 89 76 Fax: (098) 872 16 81
"Institución Incluyente, un compromiso de todos"
Correo Electrónico: ierba2005@yahoo.es
Neiva – Huila – Colombia

Apéndice C. Consentimientos Informados

Consentimiento

Por medio del presente documento, usted consta de la participación voluntaria en la realización de la encuesta Uso de la red social facebook en los estudiantes del grado 11-01 del Colegio Ricardo Borrero Alvarez , su hijo(a) bajo tutela, a cargo de XIOMARA MARTINEZ y NEIR ROJAS, estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD -

Nombre del estudiante: _____

D.I. _____

La participación de la encuesta es estrictamente voluntaria, y la información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Las respuestas serán codificadas usando un número de identificación; por lo tanto, serán anónimas.

Si tiene alguna duda sobre la encuesta, puede hacer preguntas en cualquier momento; cabe mencionar que las preguntas están encaminadas al uso de la red social Facebook. Igualmente, puede retirar a su hijo(a) bajo su tutela del proyecto sin que eso lo perjudique en alguna forma. De antemano le agradezco su colaboración.

Nombre de padre/acudiente Firma

C.C.

Apéndice D. Fotografías evidencias





UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA

UNAD

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES ARTES Y HUMANIDADES

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

YISETH XIOMARA MARTINEZ CÁRDENAS

NEIR ROJAS CARDOZO

ESTRATEGIA COMUNICACIONAL



1. Título

CREACIÓN DE UNA PÁGINA EN LA RED SOCIAL FACEBOOK DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA RICARDO BORRERO ÁLVAREZ DEL MUNICIPIO DE NEIVA – HUILA CON FINES DE MEJORAMIENTO ACADÉMICO Y ORGANIZACIÓN.

1.1 Logotipo: El color verde es un color esperanza enfocado en nuestro medio ambiente, los puntos van aglomerándose en el centro, los puntos que se encuentran un poco menos fuertes hace referencia a los nuevos estudiantes que van ingresando a la institución y van siendo parte del grupo de fans de Facebook “*Expresión Ricardista*”. El color violeta simula una estrella del éxito que van a obtener los estudiantes y su posición gira hacia adelante lo que quiere decir que van buscando un futuro exitoso. Las tipografías utilizadas fueron: Título “Expresión Ricardista” letra Amadeus; Subtitulo “Un viaje por la red para aprender en Facebook” letra Henny.

1.2 Eslogan: *Expresión Ricardista. Un viaje por la red para aprender en Facebook.* Los estudiantes de la institución educativa se pueden expresar por medio de esta red, se les invita a viajar por medio de ella y aprender de manera divertida, haciendo buen uso de la Red Social Facebook.

2. Descripción de la Estrategia

La creación de un perfil en Facebook para la institución Educativa Ricardo Barrero Álvarez del municipio de Neiva, surge como propuesta de intervención ante el proyecto de investigación de uso de esta red social en los estudiantes del grado 11 -1, que reveló falencias y fortalezas que las actividades virtuales mediadas por esta red social tienen sobre el desarrollo académico y social en la comunidad.

Debido a que los resultados arrojados por la investigación dieron luces sobre las ventajas de organización de grupos y chats de carácter académico en Facebook, se pretende utilizar esta página como medio virtual oficial de comunicación de la institución Educativa.

Así las cosas, se utilizarán los recursos de Facebook como el calendario de notificaciones, grupos, chats, actualizaciones de estados y galerías fotográficas para la creación de eventos que respondan a las necesidades académicas y sociales de la comunidad, con ello se conformarán grupos de trabajos para la ejecución de eventos educativos, institucionales, conformación de equipos de estudio por materias e intereses, se avisará sobre reuniones de padres, fechas de inicio y finalización de periodos académicos, y demás acontecimientos cuyo desarrollo se pueda potencializar mediante el uso de esta red de comunicación.

Además, se establecerán conexiones con fuentes de información que corresponden a intereses y necesidades de miembros de la comunidad educativa, tales como oportunidades de becas, información sobre universidades, páginas de preparación para el ICFES y afianzamiento de otros idiomas, artículos académicos, etc.

Justificación

El desarrollo de nuevas tecnologías en la comunicación y uso de redes sociales para este fin ha tenido un impacto importante en las interacciones personales en la actualidad.

La comunicación virtual es un mecanismo presente en la cotidianidad de la gran mayoría de la juventud. Este es el caso de los estudiantes de 11- 1 de la nombrada institución educativa, en la que el uso de la red social Facebook ha tenido diferentes tipos de repercusiones sobre el desempeño social y académico de estudiantes y demás miembros del plantel.

Con el fin de aprovechar las ventajas que la red social Facebook tiene sobre el establecimiento y desarrollo de actividades que le competen al ámbito educativo, y el elevado nivel de uso que se le da en la institución, resulta adecuada la creación de una perfil de la institución desde el que se difundan y organicen eventos que soporten el mejoramiento de la institución.

En este sentido, se trabajará sobre las ventajas halladas en la investigación sobre el uso de esta red social en la institución, para aplicarlas en todos los ámbitos y establecer un medio de comunicación efectivo y eficaz con el que todos están relacionados, y que asegure que los miembros reciban información de provechosa.

3. Objetivos

Objetivo general

Crear Perfil en Facebook de la Institución Educativa Ricardo Barrero que sirva como un medio de comunicación virtual que potencie y organice actividades académicas y sociales con fines de mejoramiento de la comunidad,

Objetivos específicos

- Informar sobre actividades académicas, institucionales y sociales de la comunidad educativa mediante la página de Facebook
- Crear un puente de comunicación virtual que una a la comunidad y esté a la vanguardia de los intercambios de comunicación de la juventud mediante redes sociales

- Establecer contactos con páginas educativas que ofrezcan información sobre becas, estudios universitarios, portales de práctica de inglés, matemáticas y preparación para el ICFES
- Conformar grupos de estudios por materias.
- Organizar asesorías Web académicas
- Utilizar el calendario de notificaciones para alertar sobre eventos, evaluaciones, periodos académicos y reuniones de padres.

4. Estrategias y actividades

El mantenimiento y actualizaciones del perfil de Facebook de la Institución Educativa se realizarán de manera ordenada mediante una asignación de roles y responsabilidades que permitan detectar las necesidades de información y organizaciones de eventos por este medio.

Para este fin, se implementarán las siguientes medidas:

Contacto con la dirección:

Se nombrará un estudiante para que semanalmente indague acerca de los eventos próximos propuestos por la rectoría, dirección académica y de disciplina para posteriormente hacerla oficial en la página del colegio.

Obtención de información por grados:

Con el fin de que toda la información importante para el plantel educativo sea compartida en el perfil de Facebook, los representantes académicos de cada grado estarán constantemente emitiendo información sobre fechas importantes y eventos en su grado tales como: Evaluaciones, trabajos, presentaciones, etc. Cada uno de ellos manejará el chat de su grupo y creará más grupos dentro de la página de acuerdo a los

eventos que se vayan desarrollando. Los representantes académicos de cada grado también podrán ser administradores de la página en Facebook.

Alianzas estratégicas:

Dentro del grado 11-1 se formará un comité responsable de contactar páginas de interés académico y científico de manera que la comunidad virtual del colegio reciba noticias que le sean útiles para el desarrollo de procesos educativos y esté informada sobre oportunidades de estudio, becas, talleres, etc.

Refuerzo académico

El estudiante encargado de mantener contacto con la dirección, mensualmente obtendrá datos sobre las materias que más necesitan ser reforzadas y le informará al comité de refuerzo académico. Tras esto, el nombrado comité buscará recursos online para el refuerzo de los temas y publicará en la página ejercicios y portales para el afianzamiento de esas actividades.

Comunicación de actividades sociales.

El comité de refuerzo académico también estará encargado de publicar los eventos sociales tales como: Izadas de bandera, Eucaristías, conmemoraciones, muestras culturales, etc.

Contacto de la comunidad educativa.

Los representantes académicos de cada curso tendrán la responsabilidad de asegurar que todos los integrantes del curso estén en contacto con la página del colegio en Facebook.

5. Personas responsables

RESPONSABLE	PERFIL
Alba Luz Ortiz	<p>Rectora de la institución. Estará encargada de entregar la información precisa y puntual al estudiante encargado de las indagaciones con la dirección.</p>
Yesid Castañeda	<p>Coordinador del colegio. Proporcionará la información en cuanto a desempeño académico y requerimiento de actividades de refuerzo y mejoramiento.</p>
Ingri Urrego.	<p>Encargado del grado 11-1. Será el administrador principal de la página. Publicará los eventos anunciados por la dirección y programará recordatorios en el calendario de Facebook. De igual modo informará al comité de refuerzo académico sobre los las falencias de los estudiantes de los estudiantes en determinadas competencias.</p>

Voceros de cada curso.	<p>Un estudiante por cada curso recolectará la información de importancia de acuerdo a las actividades próximas y las publicará en la página del colegio con las indicaciones pertinentes, además administrará los Chats de su grupo y los eventos que le pertenezcan al mismo.</p>
Comité de refuerzo académico	<p>Los estudiantes del comité de refuerzo académico estarán publicando frecuentemente portales de afianzamiento de materias cuyo desempeño académico ha sido bajo. De igual modo, informarán sobre eventos sociales, creando la publicidad con imágenes, publicando estados que recuerden la fecha y programando un evento con el calendario de Facebook.</p>

6. Metodología

La manera de proceder para el manejo del perfil de Facebook de la institución estará conducida por una metodología de intercambio constante de información que incluya todos los grupos de la comunidad y de la posibilidad a todos de compartir y recibir noticias que les permitan participar de las actividades propuestas para potencializar el desarrollo educativo y social de la comunidad.

Cada grupo de la comunidad contará con un encargado de reunir, organizar y emitir la información a ser publicada. La comunidad participa en el proceso al comunicar a sus voceros las necesidades que deben ser tenidas en cuenta para las actividades organizadas mediante el perfil en Facebook.

Cada publicación tiene la posibilidad y ventaja de recibir una retroalimentación inmediata mediante comentarios de los usuarios, lo cual servirá en gran medida como medidor de efectividad de la página, indicando la participación, y opiniones sobre el manejo que se le está dando.

7. Etapas del proceso

Las etapas que cumplirá el proceso de creación y mantenimiento de la Página en Facebook del colegio serán, en su respectivo orden:

- **Creación del perfil en Facebook**
- **Establecimiento de contacto con toda la comunidad.**
- **Alianza con páginas educativas.**
- **Creación de grupos en la página.**
- **Consecución y organización de la información en la institución.**

- **Búsqueda y publicación de portales de afianzamiento académico**
- **Publicación de la información.**
- **Retroalimentación de la información.**

8. Beneficiarios de la propuesta:

Los beneficiarios de la propuesta serán todos los miembros de la comunidad educativa ya que tendrán el beneficio de tener un medio de comunicación oficial al que todos pueden acceder en cualquier momento y desde cualquier lugar. Esto mantendrá a todos los miembros informados sobre las actividades y eventos, además de potenciar el desempeño académico al ofrecer alternativas de refuerzo en línea.

De igual manera, toda la comunidad estará conectada, contará con información disponible y estará en capacidad de recibir, emitir y compartir mensajes de interés común.

Recursos

RECURSOS	DESCRIPCION
HUMANO	<ul style="list-style-type: none"> • Rectora • Coordinador • Administrador principal de la página. • Voceros de cada curso • Comité de refuerzo académico. (5 estudiantes)

TECNOLOGICO	Computadores personales y dispositivos electrónicos.
PEDAGOGICOS	Páginas Web con contenido educativo
MATERIAL DE PAPELERIA	Formatos de organización de información. (20 copias mensuales)
ECONOMICO	No se incurrirá en gastos económicos
INSTALACIONES	Las actividades tendrán lugar en entornos virtuales.

9. **Productos e impactos.**

La presente estrategia de intervención no dará como resultado productos tangibles ya que se trata de una medida que ocurrirá en un entorno virtual. En este sentido, lo que se obtendrá será:

- 1) Un perfil en Facebook de la institución educativa que actuará como medio de comunicación oficial y mecanismo para organización y control de actividades.
- 2) Grupos organizados con material de interés disponibles
- 3) Chats temáticos de acuerdo a los intereses y/o eventos académicos
- 4) Una comunidad conectada e informada.
- 5) Una red de comunicación que satisface las necesidades académicas y sociales de la comunidad.

- 6) Efectividad en la comunicación de eventos gracias al mecanismo de los recordatorios y las actualizaciones de estado.
- 7) Estudiantes informados sobre oportunidades de estudios universitarios, becas, talleres, etc.
- 8) Conocimiento sobre portales Web para el afianzamiento académico de materias en particular.

PLAN GENERAL

ESTRUCTURACIÓN	IMPLEMENTACIÓN	RECOLECCIÓN DE DATOS
Acercamiento	En esta fase se busca presentar el macro proyecto a la población y buscar otras características plausibles por parte de ellos para el mismo.	Encuesta semiestructurada para recolectar aspectos a mejorar.
Presentación de proyecto base	A partir de los resultados de la anterior fase, se hace la proyección final de macro proyecto a las directivas.	Encuesta semiestructurada sobre el informe.
Sensibilización al respecto del tema	En esta fase se hace una sensibilización a la población con una muestra artística y refrigerio	-
Promoción de la idea	Se abre el Facebook grupal y se hace la respectiva propaganda.	Número de personas agregadas
Aplicación total	La institución ya tendrá la red social habilitada totalmente, y esta será utilizada de manera activa.	Número de personas agregadas que sobrepase a la media de la población.

ACTIVIDADES Y CRONOGRAMA

ACTIVIDAD	OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN	PARTICIPANTES
Acercamiento	Busca presentar el macro proyecto a la población y buscar otras características plausibles por parte de ellos para el mismo.	Presentación de video que explique el uso de Facebook como canal de comunicación entre estudiantes e institución	30:00 minutos	Población estudiantil

Presentación de proyecto base	Proyectar proyecto a las directivas.	Presentación PPT que explique los pros de Facebook como canal de comunicación entre estudiantes e institución	30:00 minutos	Población institucional.
Sensibilización al respecto del tema	Reconocer los elementos emergentes del uso de Facebook como puente comunicacional entre los estudiantes y la institución	Jornada pedagógica y deportiva	30:00 minutos	Población estudiantes e institucional
Promoción de la idea	Abrir el Facebook grupal y hacer la respectiva	-	-	Población estudiantes e institucional

	propaganda.			
Aplicación total	Habilitar totalmente la red social y utilizarla de manera activa	-	-	Población estudiantes e institucional