



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO**

TÍTULO:

Estudio descriptivo y analítico de los usuarios de internet y de los usos de las redes sociales en jóvenes universitarios de 17 a 26 años que habitan en la zona urbana de la ciudad de Guayaquil

AUTOR (AS):

Hidrovo Illescas, Silvia María
Peña Moreno, Patricia Joseline
Toaza Herrera, Karen Melisa

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de:
LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

TUTOR:

Santos Rumbea, Antonio

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Silvia María Hidrovo Illescas, Patricia Joseline Peña Moreno, Karen Melisa Toaza Herrera**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Licenciadas en Comunicación Social y Periodismo**.

TUTOR (A)

Antonio Santos Rumbea

REVISOR(ES)

DIRECTOR DE LA CARRERA

Efraín Luna

Guayaquil, a los 12 días del mes de Marzo del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **Silvia María Hidrovo Illescas, Patricia Joseline Peña Moreno y Karen Melisa Toaza Herrera**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación **Estudio descriptivo y analítico de los usuarios de internet y de los usos de las redes sociales en jóvenes universitarios de 17 a 26 años que habitan en la zona urbana de la ciudad de Guayaquil**, previa a la obtención del Título de **Licenciadas en Comunicación Social y Periodismo**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme a citas, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 12 días del mes de Marzo del año 2014

AUTORES (AS):

Silvia María Hidrovo Illescas

Patricia Joseline Peña Moreno

Karen Melisa Toaza Herrera



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Silvia María Hidrovo Illescas, Patricia Joseline Peña Moreno y Karen Melisa Toaza Herrera**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio descriptivo y analítico de los usuarios de internet y de los usos de las redes sociales en jóvenes universitarios de 17 a 26 años que habitan en la zona urbana de la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 12 días del mes de Marzo del año 2014

AUTOR(AS):

Silvia María Hidrovo Illescas

Patricia Joseline Peña Moreno

Karen Melisa Toaza Herrera

AGRADECIMIENTO

Yo, Silvia María Hidrovo Illescas, agradezco a Dios y a la Virgen María Auxiliadora por guiarme y darme fortaleza para seguir adelante. A mis padres, pilares fundamentales en mi vida, que siempre están a mi lado con su amor, consejos y apoyo incondicional.

Yo, Patricia Joseline Peña Moreno, agradezco a mi familia.

Yo, Karen Melisa Toaza Herrera, le agradezco a Dios por todo y a mis padres por su gran esfuerzo, lo cual me permitió avanzar en el ámbito personal y profesional.

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

ANTONIO SANTOS RUMBEA
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

PROFESOR DELEGADO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

CALIFICACIÓN

ANTONIO SANTOS RUMBEA
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

ÍNDICE GENERAL

1. INTRODUCCIÓN	1
2. IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	2
3. PROBLEMA.....	2
4. ANTECEDENTES.....	3
5. JUSTIFICACIÓN	5
6. MARCO TEÓRICO	6
6.1 internet	6
6.2 Web 2.0.....	11
6.3. Conceptos de “Red” y “Social”	13
6.4 Teoría de las Redes Sociales	14
6.5 Redes Sociales en Internet	15
6.5.1 Facebook	19
6.5.2 Twitter	21
6.6 Community Manager.....	23
7. Estado del arte	24
7.1 Cifras sobre Internet en Ecuador	30
8. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	31
9. HIPÓTESIS.....	32
10. METODOLOGÍA	32
10.1 Universo de la Investigación	33
10.2 Población a estudiar	33
10.3 Muestra	34

10.4 Técnicas de observación.....	35
10.4.1 Grupos de discusión	35
10.4.2 Encuestas	37
11. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN	38
14. BIBLIOGRAFÍA	61
15. ANEXOS.....	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

gráfico 1: Total de hombres y mujeres que utilizan Internet.....	44
gráfico 2: Ocupación usuarios Internet	45
gráfico 3: Estado civil usuarios Internet	45
gráfico 4: Edad usuarios Internet	46
gráfico 5: Usos de Internet.....	47
gráfico 6: Redes Sociales utilizadas	48
gráfico 7: Redes Sociales de preferencia.....	49
gráfico 8: Tiempo empleado en Facebook por día.....	50
gráfico 9: Tiempo empleado en Twitter por día.....	51
gráfico 10: Personas con quienes interactúan usuarios.....	52
gráfico 11: Principales usos de los usuarios de Facebook.....	53
gráfico 12: Principales usos de los usuarios de Twitter	54
gráfico 13: Contenido que se coloca en redes sociales	55
gráfico 14: Dispositivos para acceder a Internet	56
gráfico 15: Lugares de acceso a Internet.....	58

RESUMEN

El Internet, y dentro de éste las Redes Sociales, son las nuevas modalidades de interacción entre las personas, ya sea de manera local o global. De esta idea, se desarrolló el Trabajo de Titulación denominado “Estudio descriptivo y analítico de los usuarios de internet y de los usos de las redes sociales en jóvenes universitarios de 17 a 26 años que habitan en la zona urbana de la ciudad de Guayaquil”, el cual buscó especificar aspectos que se han abarcado de manera general en estudios nacionales e internacionales y mostrar datos específicos que puedan servir a la sociedad en diferentes temas que tengan que ver con la comunicación.

Se establecieron tres objetivos específicos, basados en el marco teórico investigado, que corresponden a los diferentes conceptos que abarca el estudio, y en el estado de arte con los diversos resultados de otros estudios. De ambos, también se estableció la hipótesis, la cual trató el tema del uso de las redes sociales en los dispositivos móviles, la que resultó válida.

Para la investigación, se aplicaron dos técnicas de observación complementarias en un sondeo de campo: los grupos focales y las encuestas, los cuales ofrecieron datos que fueron posteriormente descritos y analizados.

Palabras Claves: Internet - Redes sociales – Usuarios

1. INTRODUCCIÓN

El trabajo académico denominado “Estudio descriptivo y analítico de los usuarios de internet y de los usos de las redes sociales en jóvenes universitarios de 17 a 26 años que habitan en la zona urbana de la ciudad de Guayaquil”, previo a la obtención del título de Licenciatura en Comunicación Social y Periodismo, de la Facultad de Filosofía, en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, está orientado a ampliar el tema del nuevo sistema de comunicación entre las personas: el internet, y aportar con resultados cuantitativos y cualitativos.

Cuando surgió el internet, sólo se trataba de enviar y recibir información. Pero con el pasar de los años, el enfoque del uso del internet fue más social, en el que se buscaba que los usuarios y consumidores puedan participar y expresarse, fue de ahí que comenzaron a surgir portales sociales o páginas de internet que permitieron otro tipo de comunicación entre las personas.

En el año 1997 surge una de las primeras redes sociales, llamada Six Degrees, la cual permitía a los usuarios describir sus características principales (datos personales) y tener un círculo de amigos (Weinreich, 2007). Fue la red social que sirvió de prototipo para las que vendrían. En el 2003 empiezan a surgir las redes sociales que hoy en día se conocen globalmente, como Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Tumblr, LinkedIn, Tuenti, entre otras, las cuales han revolucionado la forma de cómo los usuarios utilizan el Internet.

Cabe recalcar que el tema escogido se relaciona con los medios de comunicación, ámbitos en los que un comunicador social se desenvuelve. Por lo tanto, es necesario, conocer las audiencias de las nuevas tecnologías y profundizar en las actividades que realizan en ellas, que servirán a un comunicador en el momento de ejecutar sus diligencias.

El comunicador debe tener una visión estratégica, y no sólo informativa. La estrategia en el comunicador se debe fundamentar en la formalización de un mensaje que tenga características de validez y que implique un “feedback” del público objetivo.

El presente trabajo académico empezó con el perfil del proyecto en el 2012, y en el 2013 se realizaron las investigaciones pertinentes y se aplicaron las técnicas de observación correspondientes para una descripción y análisis, que cumplan los objetivos planteados.

2. IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

2.1 Título del Trabajo de Titulación

Estudio descriptivo y analítico de los usuarios de internet y de los usos de las redes sociales en jóvenes universitarios de 17 a 26 años que habitan en la zona urbana de la ciudad de Guayaquil.

2.2 Ubicación del Trabajo de Titulación

- Guayas
 - Guayaquil
 - Parroquias urbanas de Guayaquil

2.3 Tipo de Trabajo Final de Pre grado

Investigación básica

3. PROBLEMA

Internet, y dentro de ésta: las redes sociales, son nuevas formas de comunicación donde las personas de cualquier edad, en especial los jóvenes, las utilizan y las hacen parte de su vida, pues en ellas, envían o reciben una

gran cantidad de información de acuerdo a sus gustos. Además, de que pueden generar lazos de vinculación.

¿Qué influencia a los jóvenes universitarios a dar un constante uso a las redes sociales en la zona urbana de la ciudad de Guayaquil?

Si bien es cierto, existen conceptualizaciones generales, y otras que explican la manera de funcionar del internet y redes sociales en lengua inglesa o de manera general por cada país del mundo, pero en la ciudad de Guayaquil, pocos son los estudios realizados en donde se describe y analiza el perfil de los usuarios de internet y redes sociales.

4. ANTECEDENTES

Los medios de comunicación han evolucionado de acuerdo al avance tecnológico que se ha presentado en la última década. En Ecuador, a finales de la década de los 90, el internet se convierte en una herramienta más de comunicación para las personas e instituciones, ya que se muestra como una gran herramienta comunicacional en pro de una interacción eficaz, directa e inmediata.

De acuerdo a estadísticas presentadas por el INEC, en el censo de población y vivienda del 2010, señalan que en Ecuador el uso de Internet desde el año 2008 al 2010, ha tenido un crecimiento del 25,7% al 29,0%. Por tal razón, surge la problemática de una investigación inmersa en estudiar de forma descriptiva y analítica a los usuarios de internet y los usos que dan a las redes sociales.

Las estadísticas de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) del Ecuador (INEC, 2010), provenientes de encuestas a hogares realizadas en diciembre del 2010 y datos de registros administrativos provenientes del Ministerio de Telecomunicaciones, muestra que la principal razón de uso del

internet a nivel urbano en el país, es para la educación y aprendizaje. Seguido de la obtención de información y la comunicación en general.

Entidades como Tendencias Digitales, SUPERTEL, CONATEL, SENATEL, INEC; han realizado estudios en los que involucran aproximaciones sobre el desarrollo del internet. Para Tendencias Digitales (2011), en los resultados presentados en el informe del 2011 a nivel de Latinoamérica, la evolución de los usuarios de internet es del 37%, tomando como referencia el año 2008, que fue del 29%, y se estima que para el 2014 será del 45%. Ecuador se situaba con un 23% para esa fecha. Mientras que la SENATEL (2010), revela que en el año 2010 ha existido un incremento del 27.61% al 44.91%.

The Global Information Technology (Weforum, 2012), sitúa a Ecuador en el puesto número 96 en alcance, uso del internet y crecimiento que han desarrollado las personas que conforman la sociedad virtual.

El internet llega a ser un espacio dinámico concebido para crear interacciones, de ahí que surgen las redes sociales, las cuales son usadas por las personas para compartir la información que deseen, y conocer las de otros también. Pero en el país existen dos que tienen una gran cantidad de usuarios.

Hasta Agosto del 2011,

*“...3'611.020 ecuatorianos en Facebook, lo cual comparado con el total de la población equivale al 25,2% de ecuatorianos. De ese total, 33,17% de los usuarios están en Guayaquil...”, “...en el país existirían aproximadamente más de 450.000 cuentas creadas en Twitter y más de 200.000 usuarios únicos estarían accediendo al sitio diariamente...”.*¹

¹SUPERTEL, Las cifras de Internet en el Ecuador, 2011, www.supertel.gob.ec.

5. JUSTIFICACIÓN

El notable crecimiento de usuarios que forma parte de un mundo virtual que genera y fomenta la producción de diferentes contenidos, como lo es el internet, ha causado un gran interés por descifrar, qué motivan a estas personas a ser parte del internet, el cual es considerado una vía de comunicación que cada vez se muestra más estable ante otras formas tradicionales (medios de comunicación como la radio, prensa y televisión), que pese a la existencia de esta nueva modalidad, no han dejado de existir.

En la actualidad, uno de los auges inmersos en el internet son las redes sociales, debido a la forma de interacción entre personas con diversas características, como las condiciones socio-demográficas y socio-económicas. Adicionalmente, se ha evidenciado que en Ecuador, los estudios recientes no proyectan cifras exactas y continuas sobre los usos de las redes sociales, siendo necesario realizar un estudio remitido a una población local, como la de la zona urbana de Guayaquil. Este estudio, podría ser la base de otro trabajo de investigación mayor que dé una aproximación al tema en cuanto a país.

De tal forma, se contempla aportar con un estudio de interés social en el ámbito de la comunicación, tratando una dinámica tecnológica como el internet y la incidencia que ocupa como una forma de lazo social. Destacando lo útil que es un contenido descriptivo y analítico para empresas, entidades públicas o privadas, incluso, para instituciones de estudios superiores que a futuro puedan utilizar esta investigación, darle una continuidad o contrastarlo en un marco local sobre la evolución de la plataforma virtual.

El propósito general es obtener resultados que permitan establecer el perfil sistemático del usuario (joven universitario) que maneja las redes sociales, a través de un análisis expresado por conceptos, cifras y gráficos. Generando así, información que sirva de referencia para la investigación del tema.

6. MARCO TEÓRICO

6.1 Internet

Internet se ha desarrollado en una sociedad completamente globalizada, que constantemente interactúa con las nuevas tecnologías que han hecho posible la aparición de modernas herramientas que facilitan diferentes formas de comunicación, que si bien, al inicio resultan novedosas, no pasaría mucho tiempo para que sean indispensables.

Para entender cómo surge esta red de redes, hay que remontarse a sus inicios, pues todo comenzó con la creación del proyecto ARPANET (*Advanced Research Project Agency Net*) en 1969, por parte del Gobierno de turno estadounidense. Se trataba de una red en la que los ordenadores que estaban conectados a ella, disponían de diversas rutas para alternar las comunicaciones, pero luego fue destruido por ataque bélico. (Rubio, 2002)

Rubio (2002) expone que ya en los años setenta, se reinició el proyecto y comenzaron a unirse a la red, empresas e instituciones educativas, desligándose así del ámbito estrictamente militar. De igual forma, iban surgiendo redes similares a ARPANET a lo largo del planeta, pero presentaban complicaciones. Posteriormente, en 1974, Vinton Cerf junto con Bob Kahn, publicaron el Protocolo para Intercomunicación de Redes por Paquetes, en el que se detallaban las características del nuevo protocolo TCP/IP (*Transfer Control Protocol/Internet Protocol*), cuya definición como estándar culminó en 1982. Esta especificación se concibió como “el idioma” común de todos los ordenadores conectados a “la Red”. De este modo, “diversas redes pudieron conectarse a una única, la cual pasó a denominarse Internet.”². Durante la

² Historia del internet: aproximación al futuro de la labor investigadora, Rubio, Ángel, Madrid, 2002

década de los 80, la Red se expandió en gran medida gracias a la conexión de un gran número de ordenadores. Fue entonces cuando se creó el sistema de denominación de dominios (*DNS, Domain Name System*).

A pesar de que se ha escrito mucho sobre las potencialidades que ofrece el uso de la red con fines educativos, se tiende a olvidar el origen del Internet, pues una vez que rebasó el ámbito del complejo militar industrial norteamericano, empezó a ser académico, y creció desde universidades y centros de investigación. (Gaytán, Martínez, Quezada, & Valencia, 2005)

El Internet también es utilizado para otras actividades.

“Posibilita nuevas formas de integración social, crea nuevos contextos para la acción y la interacción, reestructura a las relaciones sociales existentes, contribuye con nuevos espacios para la auto presentación y la percepción de los demás, así como ayuda a transformar las instituciones y organizaciones de las que forma parte.”³

Lo que en un comienzo fue una “nueva frontera”, Rheingold (1993) manifiesta que la vida cotidiana y la vida en pantalla, van acercándose paulatinamente una a la otra, “volviendo al nuevo espacio geográfico del ciberespacio, un lugar más donde estar y hasta vivir”.⁴

S. Turkle (1995), profesora en el MIT, se ha ocupado de la identidad en Internet, señalándola como la cultura de la “simulación”, hasta llegar a hacer común la realidad. Manifiesta que comunicarse en Internet es simular ser otro a lo que es. La identidad digital en la red es fundamental, por ello, utilizan la tecnología y el tiempo con la finalidad de construirse una identidad para el medio digital.

³ El uso del internet en los jóvenes universitarios. Gaytán, Verónica. Madrid. 2005.

⁴ The virtual Community. Rheingold, Howard. 1993

Tappscott (1997) acuña el término “Net-generation”, para describir una fuerza social de transformación representada por una cultura que terminará por imponerse.

Wolf (2007) , menciona que varias de las sospechas negativas sobre la influencia de la tecnología en las nuevas generaciones, tienen poco fundamento empírico. Pero la importancia de esta revolución es “grande”, por lo que considera necesario profundizar o activar una especie de “cartografía experimental” sobre su utilización.

A más de ello, Wolf señala que el internet es un “puente” entre un “espacio web artificial” con un “espacio real”. Y es que mediante las diferentes redes sociales, intervienen un sin número de personas, y ellas, se acoplan a los parámetros que presuponen dichas redes. Aunque, este proceso y juego entre lo virtual y real, provoca que muchos de los usuarios de internet tengan que crear o modificar su identidad, tanto así que pueden generar una nueva, ser alguien que no es o alguien que pretende ser.

Actualmente, ha surgido un gran interés por estudiar y determinar los principales factores que provocan un crecimiento en el Internet, para muchos resulta algo perjudicial y para otros algo favorable. Para James Katz y Ronald Rice (2002) , este medio se aduce como nuevo y que ha causado gran impacto, cierta curiosidad, e incluso, una importante ración de poder en medio de los sistemas de comunicación e información. En referencia a la participación e interacción social, los autores mencionan que el Internet ayuda a las personas a relacionarse más con otros.

Y es que el Internet se ha establecido como un estilo de vida, en donde la proyección de la personalidad, estar inmerso en un consumismo de información y ser un proveedor de información, resaltan el dinamismo en lo que se llama: “nueva era digital”, así lo señalan Katz y Rice, quienes también recalcan que los

usuarios, a través de los soportes utilizados para publicar información mediante el internet, prefieren

“los gráficos que al texto, trabajan mejor en red que aisladamente, pierden el miedo a equivocarse, son más creativos, menos estructurados, más expresivos y extremadamente sociales; pero también a tener un discurso más fragmentado y menos capacidad de concentración al convertirse en un usuario virtual del internet.”⁵

Internet es más que una conexión entre computadoras, pues en la actualidad, es una red que permite interacción entre individuos independientemente de su ubicación geográfica, es una red de comunicación social de alcance masivo (Chong, 2003).

Según Castells, (2010), existe una “sociedad red”, que es la que se analiza como una sociedad, cuya estructura, está construida en torno a redes de información a partir de la “tecnología de información microelectrónica estructurada en Internet”. Pero Internet en ese sentido, no es simplemente una tecnología, “es el medio de comunicación que constituye la forma organizativa de nuestras sociedades”.⁶

Para Mauricio Luque (2010), Abogado de la Universidad de Granada-España, menciona los siguientes usos de internet.

- “Acceso Global”: los usuarios ingresan a la red a través de una vía telefónica, una línea alquilada directa a Internet, o redes inalámbricas, y pueden encontrar la misma información en cualquier parte del mundo.
- “Acercamiento con clientes”: Mediante Internet y el correo electrónico, se llega a diversas personas.

⁵ Consecuencias sociales del uso de internet. Katz, James E. y Rice, Ronald E. 2002

⁶ Internet y la sociedad red. Castells, Manuel. 2010

- “Relaciones mediante hiperlinks”: Con un clic de un botón, se pasa de un servidor de información a otro, en forma sencilla y gráfica.
- “Compatibilidades tecnológicas”: Se puede acceder a Internet desde equipos con sistemas operativos gráficos como Windows 98/NT o Mac, sistemas operativos tipo Unix, DOS, y los destinados a funcionar en dispositivos móviles, ya que la red se encarga de resolver esta compatibilidad.

El internet es el único medio que permite la retroalimentación constante, así como la respuesta de cualquiera de los usuarios, hay un intercambio continuo de información entre los que publican y los que reciben el mensaje.

Por otra parte, Meza (2011) explica que el Internet no es un medio de comunicación “democratizado”, en el sentido de que no todos cuentan con acceso a la red de información, a diferencia de los medios masivos de comunicación tradicionales como la televisión, la radio o la prensa.

Debido a la importancia que se le ha dado desde sus inicios al internet y su efectivo uso en la sociedad, innumerables autores lo describen y/o conceptualizan, queriendo desmenuzar, comprender y explicar esta herramienta como tal, por ende, surgen nuevos términos para describir las diferentes acciones que se realizan con la llegada del Internet al mundo.

Según Quiroga (2011), surgen y se fortalecen nuevas “Generaciones Net o Nativos Digitales”, aquellos grupos de personas que van surgiendo dentro de la era del internet, y van desarrollando a la misma.

El proceso de cambio es constante en internet y se ha convertido en el medio de comunicación más utilizado ya que los usuarios tienen la libertad de escoger ver cierta información de acuerdo a sus intereses. Además, el Internet ha cambiado los esquemas tradicionales de comunicación, tanto así que los teléfonos fijos y el faxes están quedando atrás.

Y es que al ser una red donde circula una gran cantidad de información, existe una diversidad de pensamientos, en la que ciertos usuarios se ven afectados. Y según Ricardo Trotti (2011), la información en internet está sujeta a comentarios que no siempre son favorables desde cierto punto de vista, y en algunos casos, traen consecuencias legales y éticas no muy gratas para el usuario. Así, debido a la libertad de expresión, a veces se divulgan “rumores” que afectan a la integridad de la persona o institución, creando un “desorden”.

6.2 Web 2.0

El nuevo escenario público generado en la red, a partir de la nueva generación web, “la web 2.0 o web social”, supone una evolución hacia un Internet como un espacio de participación y colaboración, caracterizado por la importancia de las relaciones en la redes. Estas aplicaciones se construyen alrededor de dos características: la interactividad y la información compartida entre las personas. (O'REILLY, 2005)

O'Reilly (2005) identificó ocho patrones relacionados con el diseño de la “Web 2.0”, que son:

1. “La larga cola”: Los sitios web pequeños constituyen la gran mayoría del contenido del Internet.
2. “Los datos son Intel-Inside”: Las aplicaciones de Internet se basan cada vez más en los datos.
3. “Los usuarios añaden valor”: La ventaja competitiva en las aplicaciones de Internet, es cuando los usuarios le añaden sus datos.
4. “Efectos de la Red por defecto”: Pocos son los usuarios que califican las aplicaciones.
5. Existen derechos reservados.

6. “Estado de beta perpetuo”: Cuando los dispositivos y los programas están conectados a Internet, las aplicaciones ya se transforman en servicios en curso.

7. “Cooperar”: Las aplicaciones web 2.0 se construyen a partir de una red de servicios de datos que cooperan entre sí, como una forma de desarrollarse.

8. “Software no limitado a un solo dispositivo”: Las computadoras no son actualmente los únicos dispositivos de acceso para las aplicaciones de Internet, pues van surgiendo y desarrollando otros dispositivos, y en todos, los usuarios pueden tener acceso a la Web 2.0.

Internet va en constante cambio y desde su creación, por lo que se va renovando permanente, debido a que es un hecho que permite la interacción social, y la sociedad va cambiando. Al principio se la denominaba Web 1.0, la cual se caracterizaba por ser un espacio de publicación de contenidos corporativos y servicios, donde usuarios eran espectadores pasivos (Cobo & Pardo, 2007).

El término Web 2.0 nace alrededor del 2004, sobre las bases de la existente “Napster”⁷, creada en 1999, y en ese mismo año surgen los Blogs, y luego alrededor del 2001, Wikipedia⁸, es decir que, la esencia de la misma es la “escritura colaborativa”. La idea directriz es que “el producto mejora con el uso y el crecimiento de una comunidad que no cesa de subir contenidos” (Cobo & Pardo, 2007, pág. 28) y toma mayor peso hacia el 2006. Y surge intentando cambiar la concepción que se tenía hasta el momento de los usuarios. La red empezó a captar “usuarios/ generadores de contenidos” (Cobo & Pardo, 2007,

⁷ 5 Napster fue el primer servicio de distribución de archivos de música, entre pares, que surgió en 1999. A través de él, sus aficionados podían compartir sus colecciones de MP3 con otros usuarios. Varias empresas discográficas empezaron juicios contra éste, y en el 2001 se ordenó el cierre de los servidores Napster para prevenir violaciones de derechos de autor.

⁸ Wikipedia, surge en el 2001, es una enciclopedia libre y políglota. Posee variedad de artículos que han sido redactados conjuntamente por voluntarios de todo el mundo. Esta característica ha controversia, debido a que muchos han cuestionado su fiabilidad.

pág. 15). Las principales aplicaciones con las cuales se popularizó fueron: Wikipedia, YouTube, Blogger, My Space, Hi5, entre otras.

La Web 2.0 permite que usuarios sean libres de usarla como ellos prefieran, ya sea ser sólo consumidores de información, o ser co-constructores de conocimiento creando nuevas publicaciones.

La Web 2.0 señala 2 principios básicos: “los contenidos generados por el usuario; y la arquitectura de la participación” (Cobo & Pardo, 2007, pág. 102). Además, los autores señalan que la Web 2.0 está ordenada en 4 líneas fundamentales:

- “Las redes Sociales (Social Networking)”
- “Contenidos”
- “Organización Social e inteligente de la Información”
- “Aplicaciones y servicios”

Ramón (2011) manifestando algo similar a lo anterior, al referirse a la Web 2.0, la define como un espacio virtual que se acopla a las necesidades de cada ser humano, en donde el usuario, como emisor, aportará con nueva información pertinente.

La Web 2.0 es un conjunto de “aplicaciones y plataformas” que se encuentran en Internet, que permiten a las personas o usuarios “compartir” diversa información e “interactuar y colaborar en línea”. (Rojas, 2011)

6.3. Conceptos de “Red” y “Social”

El diccionario de la Real Academia Española registra algunos conceptos de “red” y “social”, pero se ha seleccionado los que más se ajustan a la investigación.

“Red: Aparejo hecho con hilos, cuerdas o alambres trabados en forma de mallas, y convenientemente dispuesto para pescar, cazar, cercar, sujetar, etc. / Conjunto de elementos organizados para determinado fin. / Conjunto de ordenadores o de equipos informáticos conectados entre sí que pueden intercambiar información.

Social: Perteneciente o relativo a una compañía o sociedad, o a los socios o compañeros, aliados o confederados.”⁹

6.4 Teoría de las Redes Sociales

El trabajo de titulación denominado “Estudio descriptivo y analítico de los usuarios de internet y de los usos de las redes sociales en jóvenes universitarios de 17 a 26 años que habitan en la zona urbana de la ciudad de Guayaquil”, tiene como pilar las diferentes teorías sobre redes sociales, mucho antes de que el término se lo vincule con el internet.

Según Mitchell (1969), las redes sociales se definían como “un conjunto bien delimitado de actores, organizaciones, comunidades, sociedad, etc., vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales.”

La teoría de redes tuvo un supuesto básico que consistía en las “relaciones”, además de la correlación entre comportamientos, opiniones, etc., y las variables sexo, raza, edad, educación, ocupación, etc. Las relaciones entre los actores de un grupo, producían efectos a partir de una causalidad. (Structure, 1991)

La teoría de grafos ayuda a analizar cómo funciona la estructura de las redes sociales, la cual identifica a las entidades como “nodos” o “vértices”, y las relaciones que se dan entre ellos se las denominan “enlaces” o “aristas”. El resultado es “un conjunto de nodos, que van conectándose unos a otros y

⁹ Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. Red. Social. 2012.

asimilando luego a nuevos nodos, que también comienzan a conectarse.” (Rojas, 2011)

6.5 Redes Sociales en Internet

Las redes sociales son estructuras compuestas por un conjunto de personas que, “de forma simple o natural”, conectan a sus usuarios a través de diversas relaciones, las cuales están asociadas a pensamientos y sentimientos comunes. (Rojas, 2011)

Las primeras redes sociales nacen en el contexto académico o universitario, pues sirvieron para conectar con antiguos y actuales compañeros de estudio. Con este fin, fue creada en 1995 “classmates.com”, por Randy Conrads, que puede ser considerada la primera red social en Internet. Sin embargo, su desarrollo más amplio se produce a medida que se van poniendo en marcha redes con propósitos más grandes y mayor número de usuarios, como Híspase (2003), Hi5 (2003), y a partir del año 2004, con Facebook.

Boyd y Ellison (2007), establecieron una definición de referencia de redes sociales como aquellos servicios basados en web que permiten a los individuos:

- Construir un perfil público, o semi-público, dentro de un sistema cerrado.
- Articular una lista de otros usuarios con los que se desea estar en contacto
- Ver y recorrer su lista de las conexiones hechas por otros dentro del sistema.

Uno de los factores de gran aceptación de las redes sociales, es la posibilidad de participación. Un elemento esencial para crear una red exitosa y diseñar una arquitectura de participación, consiste en establecer las preferencias de los usuarios para compartir contenido, en forma automática, de modo que los usuarios aporten al valor de la red. (O'REILLY, 2005)

Se puede establecer que las redes sociales “son aplicaciones online que permiten a los usuarios, de forma completamente descentralizada, generar un perfil público, compartir información, colaborar en la generación de contenidos y participar de forma espontánea en movimientos sociales y corrientes de opinión.”¹⁰

Como lo señala “La Sociedad en Red” (2008), lo importante en las redes son las relaciones denominadas “horizontales” entre los propios usuarios: “Una red social es una comunidad de usuarios que establecen relaciones personales o profesionales y que comparten conocimiento y experiencias.”¹¹ Estas relaciones entre usuarios se establecen a través del intercambio de mensajes, fotos, archivos, y otros tipos de contenidos que se comparten.

Según Weinberg (2009), los portales de redes sociales son “páginas web” que permiten que los individuos se conozcan entre sí a partir de intereses compartidos, estableciendo “perfiles”; generalmente se utilizan para conectarse con antiguos amigos o encontrar nuevos amigos. Señala también que los portales de redes sociales, actualmente son algunas de las páginas más populares en el Internet.

Según The Web Information Company (2009), las redes sociales más conocidas son: Facebook, MySpace, Bebo, Orkut, Hi5, Friendster, Tumblr, Flickr, Ning, Twitter, Tagged, Sónico; de las cuales, las más famosas eran Facebook, MySpace, Twitter y Hi5, ocupando las posiciones #2, #11, #15, y #38 respectivamente, en el ranking mundial de páginas web más visitadas.

En un estudio de Domínguez (2010), se obtuvo que el uso de la red social Facebook se ha pluralizado, siendo las mujeres, los usuarios con mayor

¹⁰ Guías Legales: Redes Sociales, Menores y Privacidad en la Red. Instituto Nacional de Tecnologías de la Educación. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

¹¹ La Sociedad en Red 2008. Informe anual. Secretaria de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

presencia, gracias a la adhesión generalizada y masiva a las redes sociales. Destaca que “la red transmuta el escenario de la comunicación mundial”. Domínguez en una investigación muestra los siguientes datos:

- Más de 5 millones de dólares por minuto se gastan en Facebook cada día (en todo el mundo).
- El usuario tiene como promedio 120 amigos en el sitio.
- Más de 120 millones de usuarios inician sesión en Facebook al menos una vez al día.
- Más de 30 millones de usuarios actualizan sus datos al menos una vez al día.
- Más de mil millones de fotos subidas al sitio cada mes.
- Más de mil millones de piezas de contenido (enlaces, noticias, blogs, notas, fotos, etc.) se comparten cada semana. (Domínguez, 2010)

Fernández (2010) menciona que en Internet se puede encontrar una mezcla de medios, pues se pueden apreciar componentes textuales, audiovisuales (prensa digital, radio por Internet, programas de televisión por Internet, series, descargas de música, etc). Pero recalca que Internet también es un medio de comunicación interpersonal (Messenger, Skype, E-mail, entre otros). Esta combinación permite a Internet cubrir las necesidades instrumentales y también las de entretenimiento/ocio.

Arroyo (2010) plantea que las redes sociales son las diferentes formas en que la comunicación se vuelve más accesible y estrecha, sobre todo para entablar relaciones profesionales. Además, propone objetivos para un usuario de red social que quiera darse a conocer como profesional:

- Establecer contactos profesionales en las redes sociales
- Crear grupos de interés con los que se pueda compartir temas de interés y de esta manera se generan dinámicas entre profesionales.

- Crear una identidad profesional para darse a conocer en el mercado laboral.
- Difundir y plantear información y experiencias laborales en los sitios webs.

En el documento del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2011), muestra que la red social YouTube, tiene como principal objetivo, permitir un mejor manejo por parte de sus usuarios, a través de una constantemente innovación, mejorando sus herramientas y sus API (interfaz de programación de aplicaciones).

Ramón (2011) menciona también que el poder que han generado las redes sociales en las personas ha hecho que se acepte una “realidad”, que de cierta forma, moldea el estilo de vida de cada individuo, a tal punto que se convierte en una “herramienta fundamental” para la comunicación, y en muchas ocasiones, una “puerta de expresión” hacia el mundo exterior.

Y es que una red social en Internet es una extensión de aquellas redes presenciales que se conocía con anterioridad, pero ahora se encuentra en una “plataforma” diseñada tecnológicamente para “facilitar las interacciones, la participación y el intercambio.”. (Rojas, 2011)

Rojas (2011) clasifica, de manera temporal, las redes sociales por el tipo de contenido en:

- Generalistas: en las que los usuarios se relacionan por determinados motivos, como el ocio, la distracción, el impulso de relaciones personales, el intercambio de información y diferentes opiniones.
- Profesionales: donde se fomenta la gestión de contactos con fines laborales, sobresaliendo el aspecto profesional.
- Verticales: en las que los usuarios tienen interacciones con un determinado propósito, dentro de una temática específica.

Además, Rojas (2011) resalta que “una red social no es necesariamente una comunidad, pero toda comunidad es una red social”. Y para explicar “comunidad virtual”, cita a McMillan y Chavis, quienes emplearon por primera vez el término “comunidad”, la cual la determinaron como una sensación por formar parte de un grupo. De ahí que Rojas menciona que una “comunidad virtual” es el conjunto de personas que se “concentran” de forma voluntaria dentro de una o varias “plataformas” disponibles en la web 2.0, y en donde empiezan a interactuar.

Ugarte (2012) alude que la actual sociedad está en un tiempo de cambios, y que esos cambios tienen que ver de alguna manera con las “redes sociales”. Ugarte ejemplifica que “si las redes son las que forman las personas cuando se relacionan unas con otras, la sociedad siempre fue una red. Y si se habla de movimientos activistas también estuvieron siempre ahí, relacionándose unos con otros en una especie de universo hiperactivo y paralelo.”¹²

Para entender las redes, Ugarte menciona que hay dos elementos nuevos: por un lado, Internet y su consecuencia más directa: “la eclosión” o manifestación de una nueva esfera de relación social que pone en contacto a millones de personas cada día; por otro, la aparición de aplicaciones al marketing y juegos publicitarios. Por ello Ugarte (2012), define que las redes sociales son en esencia “dinámicas”, en las cuales las relaciones cambian, se desarrollan, por ello resulta interesante y atractivo el estudio de redes sociales.

6.5.1 Facebook

Facebook surge en el 2004 como una afición de Mark Zuckerberg, en aquel momento estudiante de Harvard, y como un servicio para los estudiantes de su

¹² El poder de las redes sociales. David Ugarte. Argentina. 2012.

universidad. En el primer mes de funcionamiento, Facebook contaba con la suscripción de más de la mitad de los estudiantes de Harvard y se expandió luego a las universidades MIT, Boston University y Boston College y las más prestigiosas instituciones de Estados Unidos. (La Historia de Facebook, 2009)

En 2006, Facebook introdujo más universidades extranjeras, y desarrolló nuevos servicios en su “plataforma”, tales como Facebook Notes (una herramienta que parecía a un blog con imágenes y otras utilidades).

En febrero de 2007, con una versión de red social en inglés, tenía una gran cantidad de usuarios registrados en todo el mundo, en comparación con otros sitios web orientados a estudiantes que cursaban el nivel superior.

A fines de octubre de 2007, “la red de redes” vendió el 1.6%, a Microsoft, a cambio de \$240 millones de dólares con la condición de que Facebook se convirtiera en un modelo de negocio para marcas de fábrica en donde se ofrezcan sus productos y servicios.

En 2008 lanzó su versión en francés, alemán y español. Y en diciembre del 2009, Mark Zuckerberg, fundador de la empresa hizo público que había alcanzado los 350 millones de usuarios a nivel mundial. (La Historia de Facebook, 2009)

Facebook¹³ permite a los usuarios registrarse y publicar información en su “perfil” (una página web personal dentro de Facebook). En este, pueden “subir” textos, videos, fotografías y cualquier otro tipo de “archivo digital”. El usuario tiene la posibilidad de compartir estos contenidos con cualquier otro usuario o sólo con aquellos que forman parte de su red de contactos o “amigos”.

A partir de 2007, Facebook comenzó a desarrollar versiones en español, portugués, francés, alemán y otros idiomas. El muro o “wall” es el espacio en el

¹³Definición de Facebook. Definición de. <http://definicion.de/facebook/>

perfil de cada miembro que permite a sus amigos publicar diferente información, los cuales a su vez sólo son visibles para los usuarios registrados.

Además, Llavina (2011), recalca que otros servicios Facebook son: el envío y recibo de solicitudes de “amistad”; limitar el acceso a la cuenta personal; crear páginas, eventos, grupos de interés; ver otros perfiles y páginas de fans; hacer uso de diferentes aplicaciones, entre estos los juegos, convirtiéndose así en una plataforma que trasciende el “contacto social entre amigos”.

Hasta el 2011, Llavina mostró las siguientes cifras:

- De casi 700 millones de usuarios, la mitad de estos se conectaban a diario.
- El 70% de los usuarios era fuera de Estados Unidos.
- Más del 30% de los usuarios tenían 35 años.
- Cada 15 minutos compartían millones de diversas informaciones.
- Facebook, en el 2009 y 2010 fue el término más buscado en Internet en Estados Unidos.
- El 28% de los usuarios se conectaba a Facebook desde su “smartphone”, “tableta” o “laptop”.
- El 48% de los jóvenes estadounidense admitió que se informaba de las noticias a través de Facebook.
- El 50% de las personas que usaban Facebook en los móviles, eran más activos que los que no tenían móviles.

6.5.2 Twitter

Así mismo, como se expresa en Computación Aplicada Al Desarrollo (2009), en cuanto a la historia de Twitter, ésta es una red social gratuita de “Microblogging”, y de red social. Permite a sus usuarios publicar o enviar mensajes basados en texto, denominadas "tweets" o “tuits” en español, de una

longitud máxima de 140 caracteres, aunque puede tener adjuntado links, fotos, videos, etc

Dichos mensajes se muestran en la página de perfil del usuario y son también enviados de forma inmediata a otros que han elegido la opción de recibirlos, debido a un "Follow".

Twitter nació en el año 2006. Una serie de jóvenes emprendedores que trabajaban para la compañía de Podcasts Odeo, Inc., de San Francisco, Estados Unidos, tuvieron ideas que las llevaron a cabo.

El nombre original durante un tiempo fue "Status" (Stat.us), luego "twitch" (tic) a causa del tipo de vibraciones de los móviles, pero al final se eligió "Twitter", pues se trataba de "una corta ráfaga de información intrascendente", y se relacionó con el "pío" de un pájaro, que en inglés es "twitt".

El primer mensaje enviado por Twitter fue de Dorsey (fundador) a las 12:50 del 21 de marzo de 2006 y decía "just setting up my twitter" (sólo ajustando mi twitter).

Para el 2007, Twitter pasó de 20,000 tweets al día a 60,000. El servicio rápidamente comenzó a ganar seguidores y en marzo de 2007 ganó el premio "South by Southwest Award" en la categoría de blog.

Según Martínez (2012), en el libro, "Conectados en 140 caracteres", explica de una mejor manera la utilización de Twitter, recordando que los "tuiteros"¹⁴ han cambiado la manera de comunicarse entre sí.

Twitter tiene sus propios términos para utilizar las herramientas que posee:

- ¿Qué está pasando?": es el lugar donde se escriben los tweets.
- "Línea de Tiempo": línea de tiempo en donde aparecen los tuits de los usuarios a los que se sigue.

¹⁴ Tuitero: persona que utiliza Twitter. Definición RAE.

- “Conecta”: muestra los tuits que hacen mención de la cuenta.
- “Búsquedas”: muestra las búsquedas que se haya hecho y guardado.
- “Descubre”: todas las noticias que son de interés.
- “Listas”: para armar listas y administrar las que creadas.
- “Tendencias”: son las palabras o frases que más están siendo tuiteadas de manera global o nacional.
- “A quién seguir”: de acuerdo a ciertos parámetros, Twitter recomienda usuarios para seguir.
- “Siguiendo”: son las cuentas a las que se sigue y que aparecerán en la línea de tiempo.
- “Seguidores”: son las cuentas de los usuarios que les siguen.
- “Tus tuits”: muestra la cantidad de tuits que se posee en el historial
- “Mensajes Directos”: mensajes privados que se pueden mandar entre usuarios que se siguen.

Otras definiciones de Twitter, es que es un servicio que permite compartir pensamientos, información, enlaces, etc, con cualquier usuario, así como comunicarse privada o públicamente, por lo que se dice que “Twitter es una red social y blog a la vez”. (Carballar, 2012)

Twitter es uno de los sistemas de comunicación más utilizados, no sólo para información intrascendente social, sino como herramienta de comunicación entre profesionales.

6.6 Community Manager

Las redes sociales en Internet fueron utilizadas desde sus inicios por personas que sólo buscaban contactarse con otros, pero con el tiempo, empresas incluso hacen uso de éstas para promocionarse, por lo que necesitan a una persona que las domine de manera profesional. Este tema es necesario nombrarlo, de

manera general en el presente trabajo, pues ya no sólo se utilizan a las redes sociales de manera personal.

Con el desarrollo de las diferentes redes sociales en la sociedad, surge un término en lengua inglesa: “Community Manager”, quien no necesita ser exclusivamente una persona aficionada a las redes, pues ser un “Community Manager” conlleva ejecutar funciones complejas y adoptar ciertas responsabilidades. (Rojas, 2011)

Y es que en las redes sociales, cada persona maneja la imagen que desea proyectar, y las empresas también lo pueden hacer. Pero como una empresa está formada por muchos miembros, establecen un “Community Manager” para que les gestione profesionalmente, pues necesita saber cómo aportar beneficios tangibles a la institución.

Según la Asociación Española de Responsables de Comunidad Online (AERCO), un “Community Manager” es:

*"Aquella persona encargada o responsable de sostener, acrecentar y, en cierta forma, defender las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y los planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes. Una persona que conoce los objetivos y actúa en consecuencia para conseguirlos."*¹⁵

7. Estado del arte

Con un Marco Teórico establecido sobre los temas más relevantes del presente estudio, en este capítulo se muestra información sobre resultados de investigaciones que se han realizado internacionalmente sobre el tema tratado.

¹⁵ AERCO. ¿Qué es un Community Manager? <http://www.aercomunidad.org/>

Según un informe de IAB & Elogia (2011), se tuvo como resultado algunos datos importantes tales como: El 75% de los individuos conectados a internet en 2011, son usuarios de redes sociales. La frecuencia de conexión está aumentando: 3 de cada 4 usuarios se conectan a diario, lo que indica una alta vinculación con las redes sociales en España. Además, se muestra que el envío de mensajes y publicar actividades diarias se las realiza principalmente en el móvil.

En el artículo de Blanca Chong López (2003) se hace referencia sobre la manera en que el internet se ha incorporado a la vida cotidiana de los jóvenes cibernautas con edades de 15 a 25 años, que viven en la ciudad de Torreón. Se trata de un estudio cualitativo que pretendió identificar los usos que le dan al internet los jóvenes y analizar los cambios en las formas de comunicación.

Chong, muestra que Internet aporta cambios en la comunicación interpersonal, tradicionalmente considerada de “cara a cara”. Asegura que actualmente el espacio físico compartido no es condición para que este tipo de comunicación exista. En cuanto al frecuente uso que los jóvenes dan a Internet, descubrió que para los jóvenes, representa sólo un “medio de entretenimiento”, un espacio social de interacción y una herramienta que les brinda múltiples alternativas. Además, que algunos de los atractivos que encuentran en Internet son las redes sociales, y las ventajas en relación con los medios masivos tradicionales son: mayor información y libertad, y acceso a mensajes alternativos con una presentación más atractiva. Cabe mencionar que estos resultados se obtuvieron mediante distintos grupos de enfoques con indicadores puntuales.

Zenith Optimedia Group (2008) presentó los resultados de su investigación denominada “El Fenómeno de las redes sociales: Percepción, Usos y Publicidad”, cuyo objetivo principal era averiguar el uso, interés, conocimiento y percepción que los usuarios españoles de 16-45 años tenían sobre la utilización

de las redes sociales. Se encuestaron a 2,000 personas. Algunas de las conclusiones fueron:

- El 50% de los encuestados son usuarios de las redes sociales, 38% las conoce y no las utiliza, el 12% restante no las conoce y los encuestados que utilizan las redes sociales pasan más tiempo navegando en Internet que viendo televisión.
- Los usuarios de Internet invierten un tercio de su tiempo en las redes sociales (al día).
- La principal motivación de uso de las redes sociales es hacer amistades.
- El 54.4% recuerda la publicidad que ha visto en las redes sociales frente a un 45.6% que no; de los primeros, el 74.9% recomienda marcas a sus conocidos y un 73.9% habla de marcas comerciales.

“The Cocktail Analysis” y la “IAB Spain Research” (2008), presentaron una primera parte de su investigación, donde abordaron 1,035 personas de España, específicamente, usuarios de las redes sociales Hi5, Fotolog, MySpace, Facebook, Sónico, Badoo, Tuenti y Twitter. Dicho estudio, arrojó los siguientes datos:

- El 78% de los encuestados pertenecen a alguna de las redes sociales analizadas. De éstos, el 55% ha abierto un perfil en Facebook.
- A medida que aumenta la edad del entrevistado se va reduciendo el uso de las redes sociales.
- Los usuarios de las redes sociales no perciben, en general, que la publicidad que se les ofrece en estas páginas sea más acorde a sus gustos e intereses que la que reciben en otras páginas web. Para el caso, Facebook y Tuenti cuentan con más usuarios que piensan que la publicidad que reciben si les interesan.

- En su mayoría, los usuarios creen que no reciben “demasiada” publicidad mediante las redes sociales, aunque un 29% entiende que en Facebook la publicidad sí es demasiada.

Según el Informe de la Fundación Telefónica “Sociedad de la información en España”, existía hasta el 2010, 945 millones de usuarios de redes sociales en el mundo, Facebook es la red social por antonomasia, superando ya los 500 millones de usuarios. En España, un 50% de los internautas es usuario de las redes sociales, en el caso de los adolescentes, las cifras ascienden al 78%.

En el 2012, Por medio del Observatorio de Audiencias Digitales, iLifebelt presentó los primeros estudios públicos de penetración y uso de redes sociales en Centroamérica (2012), el estado de las redes sociales a nivel mundial son:

Twitter: El crecimiento de cuentas en el año 2010 al 2011 fue de un 130% y del 2011 al 2012 de más de 150%. A inicios de 2011 Twitter tuvo 175 millones de cuentas, mientras que a principios de 2012, Twitter registró más de 450 millones de cuentas. En un año la cantidad de cuentas, casi se ha triplicado. El crecimiento diario de registros, en promedio más de 500 mil personas se unen cada día a la red.

Facebook: A principios de 2010 registró 350 millones de cuentas. En enero 2011 contabilizó 640 millones de usuarios e iniciando 2012, Facebook tuvo más de 800 millones de usuarios. El crecimiento de 2011 a 2012 en esta red fue de 25%. Según el comportamiento observado, el crecimiento de la red social se ha ido desacelerando.

El estudio se lo realizó a 6 países de Centroamérica: Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá. Se llevó a cabo del 11 de febrero al 20 de marzo del 2011, la muestra es de adultos mayores de 18 años que utilizan el Internet, en todos los niveles socio económicos, las contestaciones, vía correo electrónico, se recibieron 618 contestaciones y enlaces..

El informe “Social Media around the World” (2010) realizado por la empresa consultora belga InSites Consulting en siete regiones del mundo, donde se incluyeron 14 países (Bélgica, Holanda, Inglaterra, España, Italia, Portugal, Francia, Alemania, Rumania, Estados Unidos, Brasil, Australia, Rusia y China), muestra que el 72% de los usuarios de Internet pertenece al menos a una red social, lo que concluyeron que hay 940 millones de usuarios en todo el mundo. El envío de mensajes, las conversaciones en la página de inicio y la incorporación a páginas y/o grupos, son las actividades realizadas en las redes sociales más destacadas por los usuarios. El número medio de redes sociales utilizadas por los usuarios es de dos.

En Europa, según los datos de Eurobarómetro (2010), se aprecia que el uso de las redes sociales en Europa se incrementó. Entre los usuarios de las redes sociales, el 29% se conecta todos o casi todos los días, el 32% lo hace dos o tres veces por semana, el 18% una vez por semana y el 7% dos o tres veces al mes. El 14% restante participa en las redes sociales todavía con menos frecuencia.

Según un estudio de IAB (2010), el usuario de redes sociales dedica más tiempo a este servicio que a otros servicios en Internet, ya que es el medio que más le gusta, por considerarlo el más divertido y uno de los más “actuales y dinámicos”.

Los resultados de Tuárez (2012), trataron de dar a conocer la influencia de las redes sociales Facebook, Twitter en los adolescentes de 4 colegios de Guayaquil: Fiscal Mixto Francisco Huerta Rendón, Colegio Altamar, Colegio Fiscal Mixto César Borja Lavayen y el Colegio Eloy Alfaro, en el período 2011-2012, con una muestra de 160 alumnos por cada colegio.

Lo obtenido fue:

- El 46% de los estudiantes están muy de acuerdo que utilizan frecuentemente el internet y un 6% está muy en desacuerdo que no utilizan el internet.
- El 28% de los estudiantes están muy en desacuerdo que los docentes no utilizan las redes sociales para enviar deberes y/o comunicarse académicamente y un 24% está muy de acuerdo que los docentes utilizan las redes sociales para enviar deberes y/o comunicarse académicamente.
- 72% de los docentes están muy de acuerdo que es necesario crear un sistema educativo que ayude a conocer la forma correcta de utilizar las redes sociales y un 28% están de acuerdo.

En la investigación que se realizó a nivel nacional en República Dominicana (Visión, 2010), se logró determinar que el 36.8% de los usuarios de Twitter, utilizan esta red social más de 3 horas mientras que el 38.9% de Facebook le dedica entre 1 y 3 horas.

En la investigación de Copello (2011) tuvo el propósito de realizar una aproximación a la relación entre el sujeto adolescente contemporáneo y Facebook (red social virtual) como fenómeno social.

La pregunta que motiva ésta investigación es ¿Qué lleva a los adolescentes a mostrar aspectos de su vida en Facebook?. La muestra es de 30 sujetos adolescentes comprendidos entre los 12 y 20 años. En este estudio se mostró que el 80% de los encuestados, se crearon su cuenta de Facebook “porque sus amigos ya tenían una”, el 60% expreso “conectarse cuando está con amigos”, un 90% postea “fotos con amigos”.

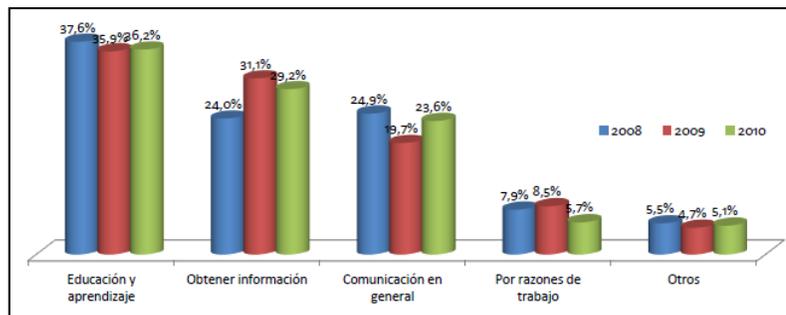
Según estos resultados encontrados en diferentes investigaciones, se escogió Facebook y Twitter para proceder a estudiarlos en el presente trabajo y

profundizar diferentes aspectos, ya que muestran gran cantidad de usuarios en diferentes partes del mundo.

7.1 Cifras sobre Internet en Ecuador

Según el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de Información, se mostró que desde el 2006 (6,14%) hasta el 2010 (21,14%), la penetración de Internet en el país ha ido aumentando. (INEC, 2010)

El Reporte anual de Estadísticas sobre Tecnologías de la Información y Comunicaciones Tic's 2010, de un estudio a 21.768 viviendas, mostró en sus resultados de la encuesta del mes de diciembre de los años 2008 – 2009 – 2010 las variaciones en las razones por las cuales se utiliza el Internet (a nivel Urbano).



Fuente: INEC 2010. Reporte anual de Estadísticas sobre las Tic's.

La ENEMDUR (Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo) 2011, a nivel nacional a zonas urbanas y rurales, sobre las Tecnologías de la Información y Comunicación, TIC's, mostró que el 32% de hombres y el 31% de las mujeres utilizan el Internet. En cuanto a la edad, el rango de 16 a 24 años, presenta casi un 60% de las personas que usan Internet, seguido del de 25 a 34 años.

El estudio presentó que el 32,6% de las personas, utilizan más el internet para comunicarse. En cuanto al lugar, el mayor porcentaje lo muestra Hogar. Y la

frecuencia de uso, presentó que el 54,4% de los encuestados utilizan el Internet al menos 1 vez al día.

El 8,4% del total, hasta el 2011 tenían un “Smartphone”¹⁶, en el cual, hombres y mujeres lo utilizan más para acceder a Redes Sociales (69,9%), continuado por el uso de Internet (69,8%) y Correos Electrónicos (65,9%). (ENEMDUR, 2011)

8. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se plantea los siguientes objetivos:

Objetivo General

- Especificar datos sobre el internet y redes sociales que son usados por jóvenes universitarios de 17 a 26 años en la zona urbana de la ciudad de Guayaquil, a través del uso de dos técnicas de observación: Grupos de discusión y Encuestas

Objetivos específicos

- Caracterizar perfil de usuarios (jóvenes universitarios de 17 a 26 años)

Realizar un estudio descriptivo para definir el perfil de las personas que acceden a internet y utilizan redes sociales, considerando aspectos socio-demográficos.

- Caracterizar los usos de internet y redes sociales que les dan los jóvenes universitarios de 17 a 26 años

Realizar un estudio descriptivo y analítico sobre el uso del internet y de las redes sociales, para conocer los aspectos de su demanda en el auge del internet, a través de Grupos de discusión y Encuestas.

- Caracterizar los contenidos que colocan los jóvenes universitarios de 17 a 26 años en las redes sociales y los soportes tecnológicos que utilizan

¹⁶ Es un término comercial para denominar a un teléfono móvil que ofrece la posibilidad de instalación de programas para incrementar el procesamiento de datos y la conectividad. INEC Ecuador. TIC's. 2011

Realizar un estudio descriptivo y analítico sobre los contenidos que colocan los usuarios de las redes sociales, y establecer los dispositivos tecnológicos que utilizan para acceder y proceder a intercambiar información en el internet y las redes sociales, a través de Grupos de discusión y Encuestas.

9. HIPÓTESIS

Planteado el marco teórico y habiendo encontrado resultados de estudios similares, se obtuvo un conocimiento mayor sobre el internet y las redes sociales. Y haciendo un enfoque en el tema de las redes sociales, se estableció la siguiente hipótesis:

“El uso de teléfonos inteligentes con acceso a internet, incrementa el uso de las redes sociales en jóvenes universitarios que habitan en la zona urbana de Guayaquil”.

10. METODOLOGÍA

Este capítulo detalla el tipo de estudio de la investigación, el universo, población, determinación de muestras, instrumentos de observación. La metodología empleada en el presente estudio descriptivo y analítico de los usuarios (jóvenes universitarios) de redes sociales, se basó en las unidades de análisis pertenecientes a los objetivos planteados anteriormente:

- a) Perfiles de usuarios
- b) Uso de las redes sociales
- c) Contenidos
- d) Soportes tecnológicos empleados

Las unidades de análisis que marcan la problemática del trabajo de investigación, proyectaron las variables necesarias para el levantamiento de información.

10.1 Universo de la Investigación

Hombres y mujeres que habitan en la zona urbana de Guayaquil

10.2 Población a estudiar

La población seleccionada para la investigación, principalmente en la fase cuantitativa, está formado por mujeres y hombres, con un rango de edad de 17 a 26 años, que habitan en la zona urbana de la ciudad de Guayaquil: 1'040.480. (INEC, 2010)

Se eligió este rango de edad, basado en el segmento de las Tecnologías de la información y comunicación o TIC (2011), en donde se muestra que el grupo etario con mayor uso de Internet es la población que se encuentra entre 16 y 24 años, con el 59,4 % de la población a nivel nacional.

De acuerdo a los datos registrados en el INEC, en relación a las Tecnologías de la información y comunicación, en el Ecuador (2012), el perfil de los usuarios de redes sociales en su mayoría consta de 5 aspectos: área urbana, soltero (a), instrucción superior, ocupación plena, empleado privado. Una información que será base para este estudio. Y el dispositivo que más utilizan para acceder a las redes sociales, es el "smartphone".

Según sostienen profesores de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, (2010), han aparecido marcas promocionándose y haciendo publicidad en los nuevos espacios, redes sociales, donde el público más influyente son jóvenes, de targets de entre 18 y 24 años.

Adoptando la propuesta de León (2004) se aseguró que las personas a describir no tengan antecedentes del estudio a realizarse, para lo cual, se

ejecutará una investigación de campo previa para definir una noción básica del uso de internet de estas personas.

La investigación de campo se dio a través de una entrevista a los jóvenes universitarios. Y las preguntas fueron: ¿Ha participado en un estudio de investigación de uso de redes? ¿Conoce usted a alguien que haya realizado un estudio sobre redes sociales?

10.3 Muestra

Una muestra es la unidad de análisis o subconjunto representativo y suficiente de la población. Y debido a la gran cantidad de jóvenes que residen en la zona urbana de la ciudad de Guayaquil, se utilizó una muestra probabilística por estrato: sexo, edad, zona urbana. (Tuárez, 2012)

Considerando el tamaño de población planteado, 1'040.480, se realizó un cálculo de muestra (Torres, 2005), para obtener la cantidad en encuestas necesarias que abarquen a un grupo de individuos, con un rango de edad de 17-26 años, que habitan en la zona urbana de la ciudad de Guayaquil.

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (Torres, 2005)

Con base al cálculo muestral de Muñoz (2011), en el presente estudio se escoge un margen de confianza de 95, con tamaño de población de 1'040.480 y con un nivel de error de +/-5, con las probabilidades de 50%, se obtuvo una muestra de 396.

10.4 Técnicas de observación

El presente estudio se basó en los planteamientos de Fernández (2010, pág. 106), quien opta por los métodos cuantitativos y cualitativos. Sostiene que diferentes aproximaciones a un mismo problema, aportan visiones complementarias y dan mayor consistencia a los resultados.

Al igual que Fernández (2010, pág. 106), se realizaron las dos técnicas de observación mencionadas, en el orden planteado: se inició con los grupos de discusión y luego con las encuestas. Asegurando que en los “focus group” o Grupos de discusión, sus integrantes llegan a aportar con ideas y matices a la complementaria técnica cuantitativa, la encuesta.

10.4.1 Grupos de discusión

Fernández (2010, págs. 106-107) sustenta que las respuestas obtenidas mediante los grupos de enfoque, tienen mayor profundidad y permiten conocer las motivaciones y los significados otorgados al consumo mediático de los participantes. En este caso, se obtuvo información sobre las opiniones de los participantes, sus actitudes y experiencias con el internet y las redes sociales.

Para los grupos de discusión, o también conocidos como Grupos Focales¹⁷, se tomaron en cuenta los siguientes aspectos: el rango de edad de las personas sea de 18 años a 23 años, pues como se mencionó anteriormente, estas

¹⁷ Definición Grupos Focales. Gerza.

edades se encuentran dentro del target que más utiliza internet; que hayan creado cuentas en las redes sociales escogidas: Facebook y/o Twitter; y haber ingresado, al menos una vez, en los últimos dos meses al momento de aplicarse el instrumento de recolección de datos. Cabe recalcar que la edad seleccionada en esta técnica no afecta al estudio, pues el método cualitativo es netamente exploratorio.

Se realizó 4 grupos focales de 8 integrantes cada uno: 2 Grupos estuvieron conformados de mujeres de 18 a 20 años y otro de mujeres de 21 a 23 años. 2 Grupos conformados de hombres de 18 a 20 años y otro de hombres de 21 a 23 años. El lugar a desarrollar los grupos se dio en las instalaciones de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, ubicada en la zona urbana. Cada grupo por día.

Los “focus group” (Fernández, 2010, pág. 105), permiten comprender, analizar el fundamento de las opiniones expresadas por los participantes de los diferentes grupos. Se convierte en el medio para recopilar rápidamente información y puntos de vista u opinión. También, muestra la expresión y la explicación de los distintos posicionamientos, así como la profundización de sus opiniones.

De los resultados encontrados en otros estudios, de los conceptos y datos de las redes sociales Facebook y Twitter, y para cumplir los objetivos planteados en el presente estudio, se consideraron los siguientes aspectos para la descripción y análisis:

- *Top of mind*: Internet. Explicación.
- Usos de Internet (Variable: uso)
- *Top of mind*: Redes sociales. Explicación
- Facebook. Usos y opinión (Variable: uso)
- Twitter. Usos y opinión (Variable: uso)
- Tiempo empleado en las redes sociales mencionadas (Variable: tiempo)

- Equipos tecnológicos utilizados (Variable: dispositivo)
- Contenidos que muestran en las redes sociales (Variable: contenido)
- Otras redes sociales (Variable: redes que utiliza)

En los Grupos de enfoque o “focus group”, hubo un mediador (una de las autoras del trabajo de titulación), quien realizó las preguntas a cada uno de los integrantes de los grupos (Fernández, 2010). Se realizó un registro fotográfico de lo realizado.

10.4.2 Encuestas

Para un estudio cuantitativo, se efectuaron 396 encuestas a jóvenes universitarios de 17 a 26 años que residen en la zona urbana de Guayaquil, y que circulan cerca de los centros educativos: Universidad Guayaquil, Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Universidad Casa Grande y Puente Zigzag. Esta técnica de observación, al igual que la anterior, responderá a los objetivos: los perfiles de los usuarios, usos del internet y redes sociales, contenidos y soportes tecnológicos utilizados para acceder a las redes sociales.

Citando a Fernández (2010, pág. 108), se plantea que para ejecutar encuestas se tiene que tener presente que la caracterización fundamental es la observación, ya que sirve para poder extraer conclusiones correctas y necesarias. De tal manera que la “Aproximación cuantitativa: encuesta”, se requiere ser presencial, y capaz de producir información para responder a los indicadores presentados en la encuesta.

Las preguntas que se encuentran planteadas en las encuestas, para responder al estudio, fueron preguntas cerradas y de opción múltiple. Sirvieron para obtener datos en cifras, con sus respectivas variables e indicadores, que luego sirvieron para realizar cuadros estadísticos.

11. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se detallan los resultados obtenidos en la investigación de campo realizada. Los resultados de las encuestas se presentan por medio de barras con sus respectivas descripciones, y la presentación de los gráficos, mantienen el mismo orden de los objetivos planteados. El análisis de contenido del proceso cualitativo se basó en un cuadro comparativo de los datos conseguidos en los grupos focales.

Los datos de la presente investigación se obtuvieron en agosto de 2013. Las técnicas de observación que se utilizaron para este estudio fueron los grupos focales o grupos de discusión y las encuestas. Se ejecutó como primer instrumento de observación, los grupos focales, que corresponden a la fase cualitativa de la investigación.

Para llevar a cabo los grupos focales, se convocaron con anticipación a las personas de acuerdo a las características establecidas en la metodología. Se realizaron cuatro grupos, dos de mujeres y dos de hombres universitarios que correspondían al rango de edad de 18 a 20 años, y de 21 a 23 años. Para el registro de este estudio de campo, se grabó el audio en una grabadora digital y se tomó fotos.

El primer grupo investigado fue el de mujeres de 21 a 23 años. Al siguiente día, se procedió a trabajar con los grupos de hombres y mujeres de 18 a 20 años en distintos horarios. Y después de dos días, se efectuó el último grupo focal, que correspondía al de hombres de 21 a 23 años. El lugar donde se llevaron a cabo las reuniones, fue en la Biblioteca de la Facultad de Filosofía de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

De los datos obtenidos en los grupos focales, se plantearon preguntas para las encuestas, tomando en cuenta las variables e indicadores. Se establecieron 11 preguntas cerradas para la obtención de datos cuantitativos, que muestran

porcentajes que responden a los objetivos propuestos. La siguiente tabla fue de referencia para establecer el formato de la encuesta:

Categoría de análisis	VARIABLES	Indicadores	Mecanismo operativo
Perfil Socio demográfico	Edad	17-26	¿Cuál es su edad?
	Sexo de los usuarios	F - M	Sexo
	Nivel de instrucción	Educación Básica Educación media Superior universitario	¿Cuál es su nivel del estudio?
	Ocupación	Estudiante Trabajador Estudiante - Trabajador	Ocupación del usuario
	Estado civil	Soltero (a) Casado (a) Divorciado (a) Unión libre Viudo (a)	Estado civil del usuario

Internet y usos	Dispositivo de conexión a internet	Computadora Tabletas Laptops Teléfonos inteligentes (smartphones)	¿En qué dispositivos usted accede a internet?
	Lugar de acceso al uso de internet	Hogar Centros educativos Centros de acceso público Trabajo Otros	¿En qué lugares usted accede a internet?
	Usos de internet	Enviar y recibir correos electrónicos Chatear Leer Visitar redes sociales Ver videos Jugar buscar información para trabajo buscar información para estudio Descargar archivos, música, programas, etc Otros	¿Qué uso le da al internet?

Usos Redes sociales	Tipo red social utilizado	Facebook Twitter Otros	¿Qué red social utiliza?
	Horas diarias dedicadas a Facebook	Menos de 1 hora De 1 a 3 horas De 4 a 6 horas De 7 a 10 horas Más de 11 horas	Aproximadamente, ¿Cuántas horas dedica al día a visitar la red social Facebook?
	Horas diarias dedicadas a Twitter	Menos de 1 hora De 1 a 3 horas De 4 a 6 horas De 7 a 10 horas Más de 11 horas	Aproximadamente, ¿Cuántas horas dedicas al día a visitar la red social Twitter?
	Relaciones en las redes sociales	Con antiguos amigos Con familiares Con compañeros de estudio Con compañeros de trabajo Otros	Cuando utiliza las redes sociales ¿Con quiénes suele interactuar?
	Uso de Facebook	Compartir estados personales, fotos, videos y más Leer noticias o información variada	¿Qué uso le da a Facebook?:

		<p>Chatear</p> <p>Comentar, <i>Likes</i></p> <p>Ver información de otras personas</p> <p>Enviar mensajes privados</p> <p>Compartir información variada de otros</p> <p>Aplicaciones (Juegos)</p> <p>Seguir personas o grupos de interés</p> <p>Participar concursos</p> <p>Otros.</p>	
	Uso de Twitter	<p>Tuitear: con fotos, con links</p> <p>Retuitear información de interés</p> <p>Responder</p> <p>Dar seguimiento a personas o grupos de interés</p> <p>Dar seguimiento a noticias</p> <p>Ver información de otras personas</p> <p>Enviar mensajes privados</p>	¿Qué uso le da a Twitter?:

		Participar en concursos Otros	
	Contenidos que se coloca en redes sociales	Información Personal Fotos, videos, audios Textos citados Opiniones sobre diferentes situaciones Micro-relatos Información compartida Comentarios, Respuestas Otros	Contenidos que coloca en las redes sociales

Esta tabla, posee variables en base a estudios realizados sobre usos de internet y redes sociales por Tendencias Digitales (2012), IAB (Interactive Advertising Bureau) Spain Research (2013) e INEC (TIC'S, 2011), y ampliada por los resultados de los Grupos de Discusión.

Las 396 encuestas se realizaron durante 15 días en el mes de agosto a personas que cumplían con el perfil determinado, el cual es de hombres y mujeres universitarios de 17 a 26 años que utilicen internet. Esta técnica cuantitativa se desarrolló en los alrededores e interiores de los centros educativos: Universidad de Guayaquil, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Universidad Casa Grande y en el puente zigzag (cerca del Parque Lineal de la ciudad).

Antes de iniciar con el análisis, es importante recalcar que en algunos gráficos los totales pueden no mostrar cifras exactas a la realidad, ya que los encuestados se reservaban el derecho a contestar, o no los correspondía/aplicaba responder.

Una vez realizado el cuadro comparativo de los grupos focales, y de haber creado una base de datos de la información extraída de las encuestas, se empezó con el análisis de los resultados.

Caracterizar el perfil de los usuarios de internet (jóvenes universitarios de 17 a 26 años)

En cuanto a los grupos focales, se realizaron cuatro grupos de hombres y mujeres universitarios, y cada uno integrado por ocho personas. Es decir que en total, se obtuvieron datos de 16 mujeres y 16 hombres universitarios que usan el internet y las redes sociales, para verificar y completar las variables que fueron parte del método de investigación cuantitativo, las encuestas, que correspondían a una muestra de 396.

Como se muestra en el gráfico 1, de los usuarios encuestados que utilizan internet, el 56% son de sexo femenino, en comparación con el sexo masculino que es del 44%.

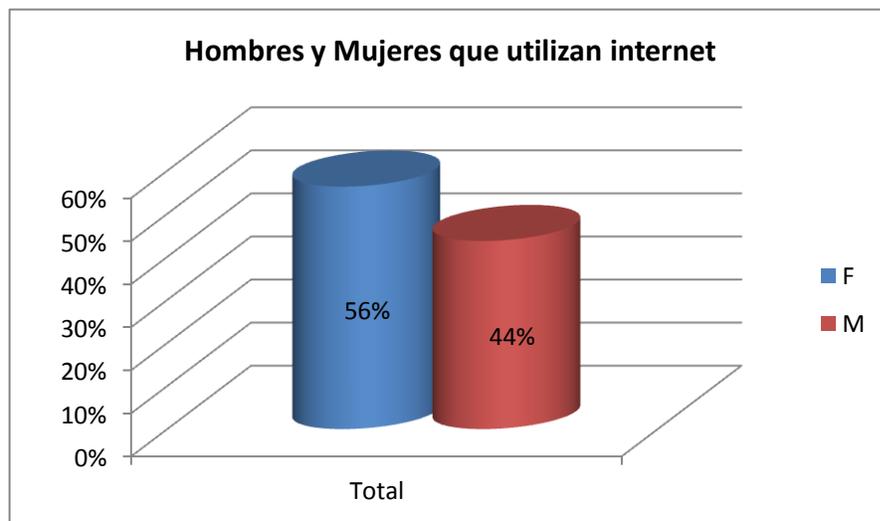


gráfico 1: Total de hombres y mujeres que utilizan Internet

El gráfico2, que corresponde a la ocupación de los usuarios de internet, muestra que el 45% de mujeres y el 34% representan a jóvenes estudiantes. De los estudiantes que trabajan (estudiante, trabajador), el 10% son mujeres y el 9% son hombres. Y el 1% de hombres y mujeres son trabajadores.

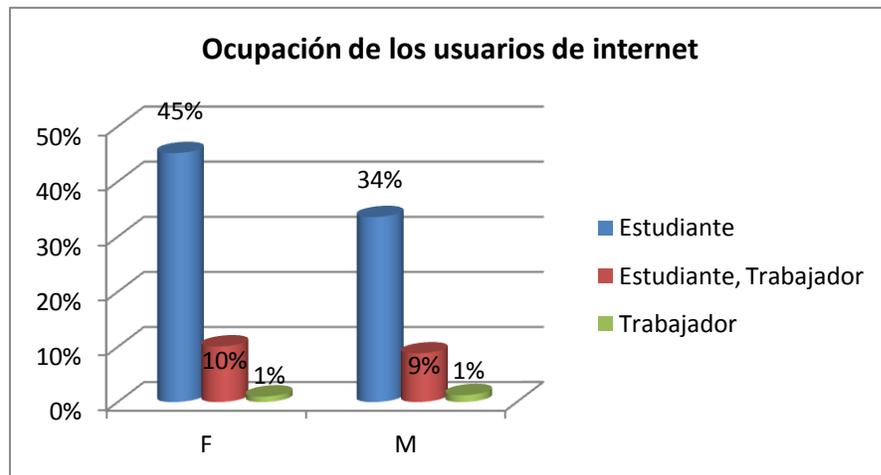


gráfico 2: Ocupación usuarios Internet

Del estado civil de los usuarios de internet, el gráfico 3 presenta que el 51% de mujeres y el 42% de hombres están solteros, frente a un 4 % de mujeres y 2% de hombres que están casados. Y se muestra una minoría en divorciados con el 1% de mujeres y 0% de hombres. Mientras que unión libre, del total, representa el 0% en ambos sexos.

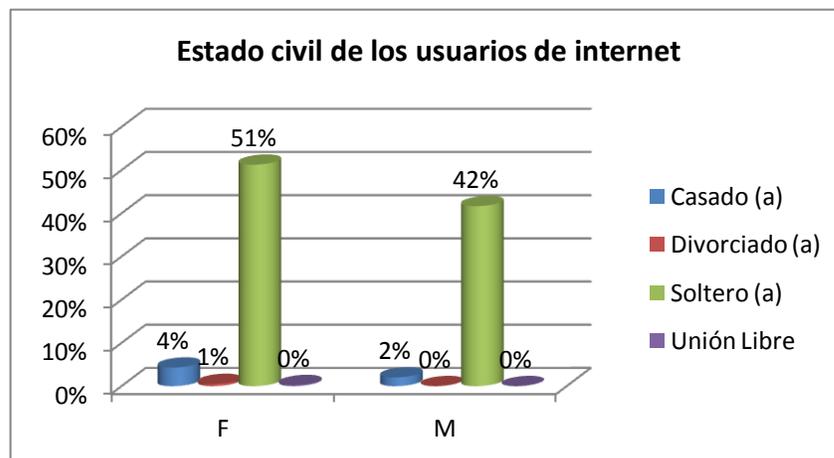


gráfico 3: Estado civil usuarios Internet

En el gráfico 4, los usuarios de internet de las edades de 17 a 26 años se obtuvieron una mayor cantidad de hombres y mujeres de 20 años. Seguido de los usuarios de 21 años, con un 16%; 19 años con 14 %; 22 años con un 13%; 18 años con un 12%; 23 años con 11%; 24 años con un 7%. Y se obtuvo un porcentaje inferior en las edades de 17, 25 y 26 años.

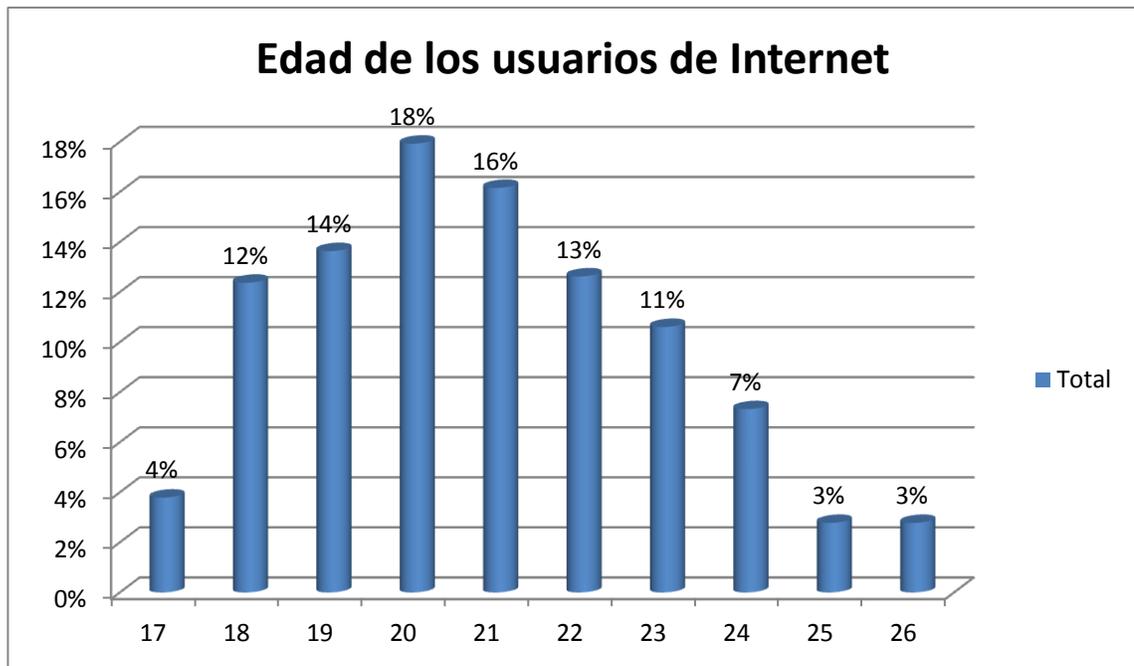


gráfico 4: Edad usuarios Internet

Caracterizar el uso de internet y redes sociales que les dan los jóvenes universitarios de 17 a 26 años

De los resultados obtenidos en los grupos focales, al haber realizado un “Top of Mind” o lo primero que se viene a la mente, se evidenció que los usuarios tanto hombres como mujeres relacionan la palabra “Internet” con: redes sociales, información, comunicación, velocidad, entretenimiento, tecnología, conexión, globalización y variedades.

En el caso de los usos que se le da a internet nuevamente los integrantes aseveraron que las Redes Sociales son las más visitadas. Asimismo, utilizan el

internet para: chatear con distintas personas, usar correos electrónicos, ingresar al buscador de Google para ver información de interés, leer información de todo tipo, ver videos que vayan acorde a sus gustos, descargar todo tipo de cosas y jugar en línea.

De la investigación realizada a través de las encuestas, el gráfico 5 muestra que los usuarios usan el Internet principalmente para “enviar y recibir correos electrónicos” (20%), “chatear” (18%) y “visitar redes sociales” (18%). Entretanto, “buscar información para estudio” refleja un total del 15%, seguido de las “descargas de archivos, música, programas, etc.”, con un 10%. En menor porcentaje, se encuentran “ver videos” (6%), “leer libros” (5%), “buscar información para trabajo” (5%) y “jugar” (3%). Y escasamente, usan el internet para “comprar en Línea”, “leer otras informaciones” y “visitar páginas de moda”.

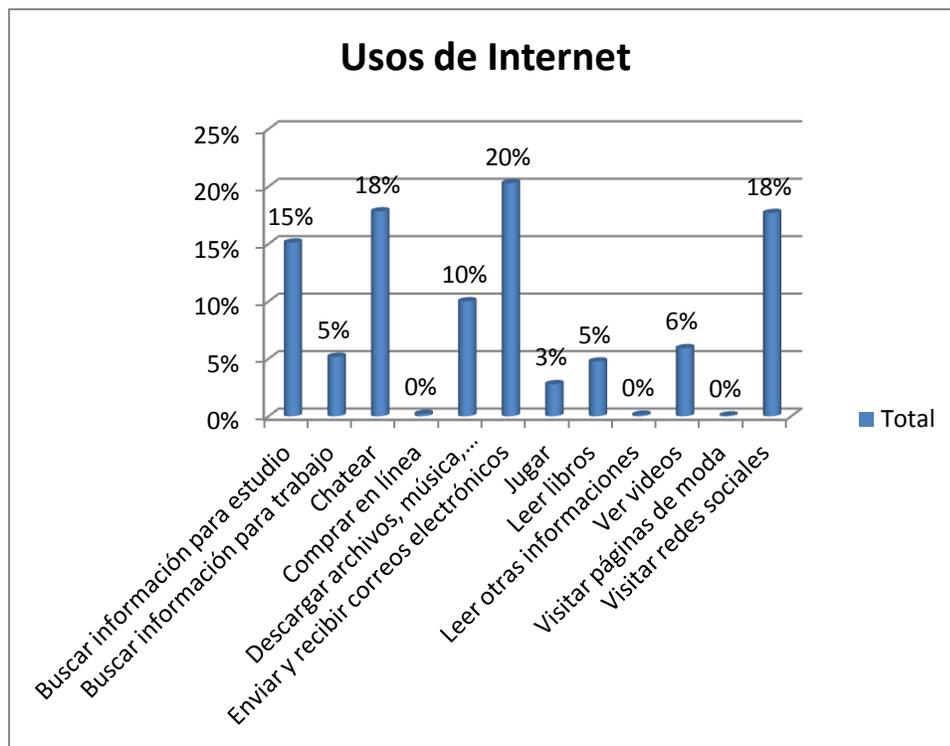


gráfico 5: Usos de Internet

En los grupos focales también se efectuó un “top of mind” de las Redes Sociales, y lo participantes concordaron en que para ellos las redes sociales significan “comunicación” e “información” otras ideas que surgieron fueron palabras como: conexión, interacción comunidad, compartir, entretenimiento, amistad y tejido virtual.

Sobre las redes sociales utilizadas, los integrantes respondieron que le dan mayor uso a Facebook y Twitter, sin embargo, las redes sociales como Youtube e Instagram también mostraron altas preferencias. También fueron mencionadas las redes sociales Pinterest, Tumblr y Google+. Siguiendo con el análisis, el gráfico 6 presenta que la red social más utilizada por los usuarios encuestados, es Facebook, que muestra un 32% del total, seguido de Twitter con un 28%. Estos resultados comprueban que las redes sociales más recurridas son Facebook y Twitter, así como se demuestran en los estudios revisados para el inicio de la investigación. Además, se puede apreciar que hay dos redes sociales que también muestran un alto nivel de visitas, los cuales son Youtube, con un 23%, e Instagram con un 15%. Esto genera un dato relevante, ya que muestra que Instagram es una red social que tiene un número elevado de usuarios, a pesar de que algunos estudios no han señalado su auge.

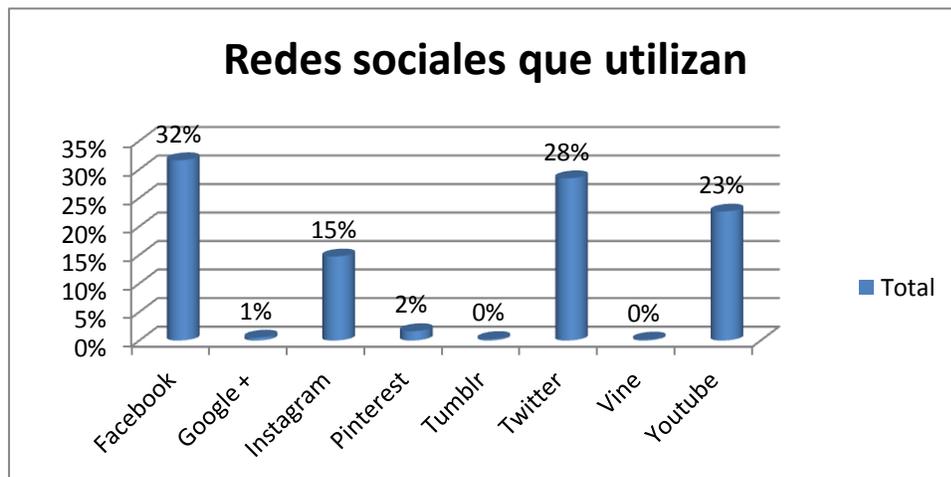


gráfico 6: Redes Sociales utilizadas

El gráfico 7, resaltando que es un estudio realizado en el mes de agosto del 2013, muestra que Twitter es la red social que mayormente prefieren las mujeres con un resultado del 23%, mientras que en los hombres es de un 17%, tanto en Twitter como en Facebook. Sin embargo, la red social Facebook pasa a segundo plano para las mujeres, con un 18%. En el caso de Instagram y Youtube, las mujeres le dan preferencia a Instagram con un 9% que a Youtube, con un 5% del valor total. En cambio, en el caso de los hombres se muestran resultados de manera inversa, ya que prefieren Youtube (7%) antes que Instagram (2%). Y con bajos porcentajes se muestran las redes sociales restantes: Hotmail, Line, Pinterest y Tumblr.

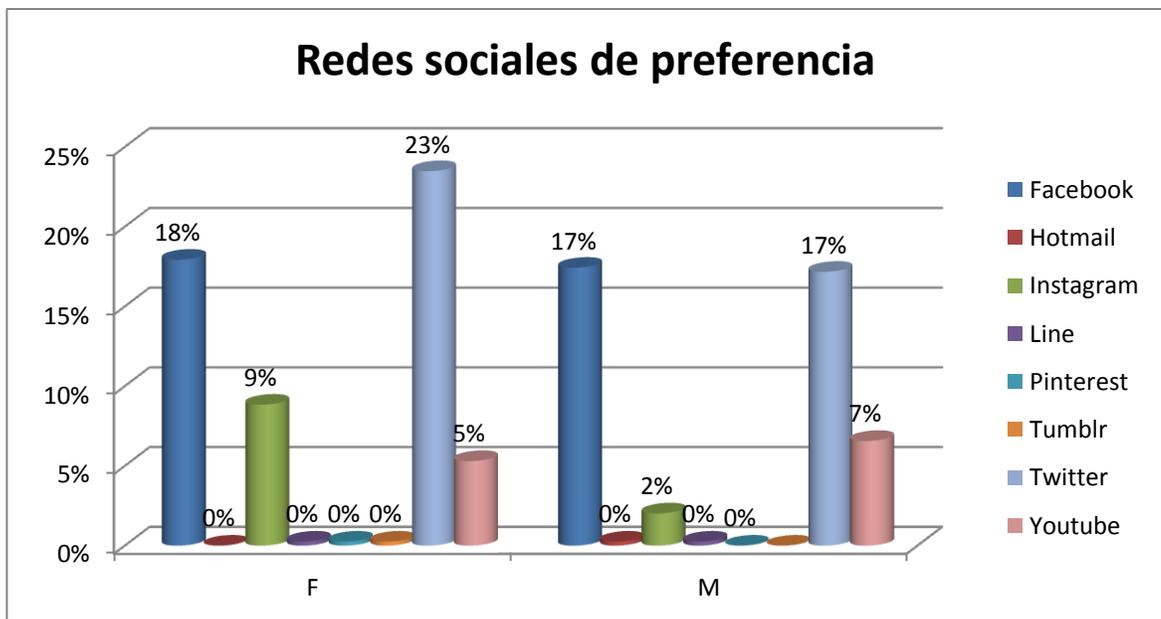


gráfico 7: Redes Sociales de preferencia

Como el gráfico 8 lo evidencia, el 26% de las mujeres encuestadas le dedica aproximadamente menos de una hora diaria para usar la red social Facebook, a diferencia de los hombres quienes presentan un porcentaje inferior (19%). Sin embargo el 16% de las mujeres utilizan Facebook de 1 a 3 horas al día, similar al porcentaje de los hombres que alcanza el 15% del promedio total.

El 6% de los hombres y mujeres le dedican de 4 a 6 horas al día en Facebook. El 4% de las mujeres y el 3% de los hombres recurren más de 7 horas a Facebook por día. Mientras que el 5% restante de las mujeres y el 2% de los hombres, no sabían con exactitud un aproximado del tiempo que usaban por día la red social Facebook, y en otros casos no respondían a esta interrogante expuesta porque no la tenían activada.

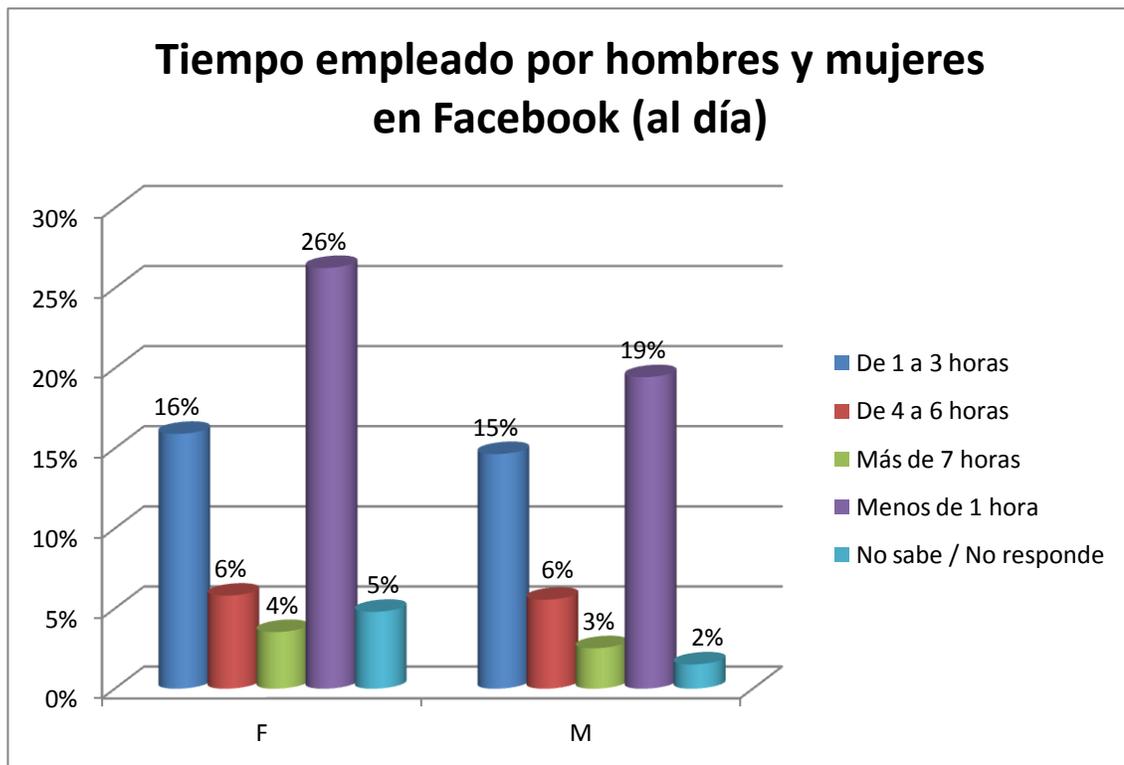


gráfico 8: Tiempo empleado en Facebook por día

De los datos adquiridos en las encuestas, se observa en el gráfico 9 que un 23% de las mujeres y el 18 % de los hombres permanecen en Twitter, aproximadamente, menos de una hora diaria, esto quiere decir que en el caso de las mujeres es menor el uso por día de esta red social. Además, se encontró que el 15% de las mujeres y el 10% de los hombres utilizan Twitter de 1 a 3 horas al día. Mientras que hombres y mujeres que usan Twitter de 4 a 6 horas

diariamente, tienen un porcentaje del 6% y 5% respectivamente. Y más de 7 horas por día, es el tiempo empleado por mujeres, marcando un 5%, y por hombres, un 4%. Y el resto de los encuestados, un 8% de mujeres y 6% de hombres escogieron la opción “No sabe/ No responde” porque desconocían el tiempo que empleaban en esta red social, sin embargo, otros se abstenían a responder ya que en ciertos casos no usaban Twitter.

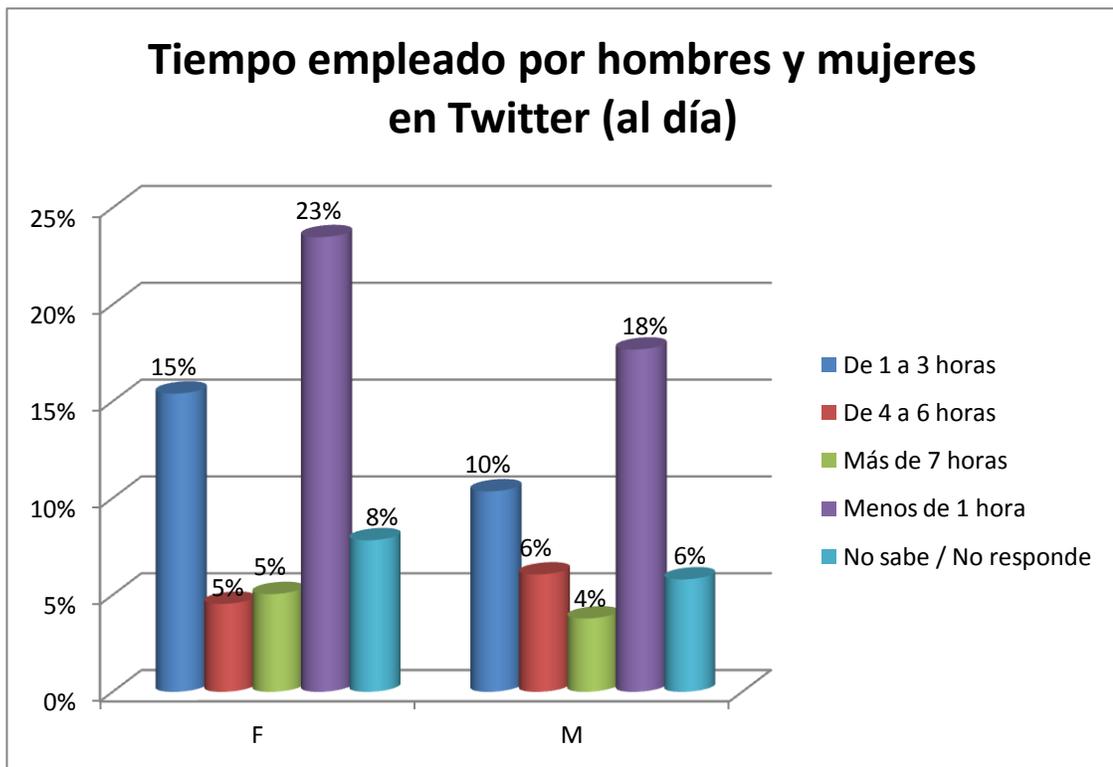


gráfico 9: Tiempo empleado en Twitter por día

El gráfico 10 muestra que los usuarios encuestados, principalmente interactúan “con antiguos amigos”, con un total del 39%, mientras que el 31% interactúa “con compañeros de estudio”. Los usuarios que interactúan “con familiares” alcanzan un fragmento del 24%. En menor cantidad, están los usuarios que interactúan “con mejores amigos” alcanzando un 4%, muy cerca de aquellos que interactúan “con la pareja sentimental” que es el 1% del total entrevistado.

Y escasamente están los usuarios que interactúan con clientes y con compañeros de trabajo.



gráfico 10: Personas con quienes interactúan usuarios

Según lo obtenido en los grupos focales, los integrantes coinciden que el principal uso que le dan a Facebook, es compartir estados, fotos personales, y otra información de interés. También prefieren chatear en las redes sociales; ver, leer y seguir diversa información; comentar; dar likes a diferentes informaciones y enviar mensajes directos o privados. Y un dato relevante que se encontró, y que pocos estudios lo han analizado, es que hay algunos jóvenes que dan uso de las redes específicamente para jugar en la aplicación “candy crush”.

En cuanto al gráfico 11, de los principales usos que le dan a Facebook, los cuatro principales son: en primer lugar el 20% de los usuarios se dedican a “chatear”; en segundo lugar, con un porcentaje cercano del 19%, sigue el “compartir estados personales, fotos, videos y más”; en tercer puesto está “leer

noticias o información variada”, el cual marca un resultado del 16%; y en cuarta posición, con un 13% está el “comentar y dar likes”.

Hubo un quinto uso que muestra un alto número de datos, que es el de “enviar mensajes privados”, con un 12%, muy seguido al anterior.

Ordenadamente, en bajos porcentajes están los siguientes usos: “ver información de otras personas” (6%), “usar aplicaciones” (Juegos) (6%), “seguir personas o grupos de interés” (5%), “compartir información variada de otros” (3%) y finalmente, “participar en concursos” (1%).

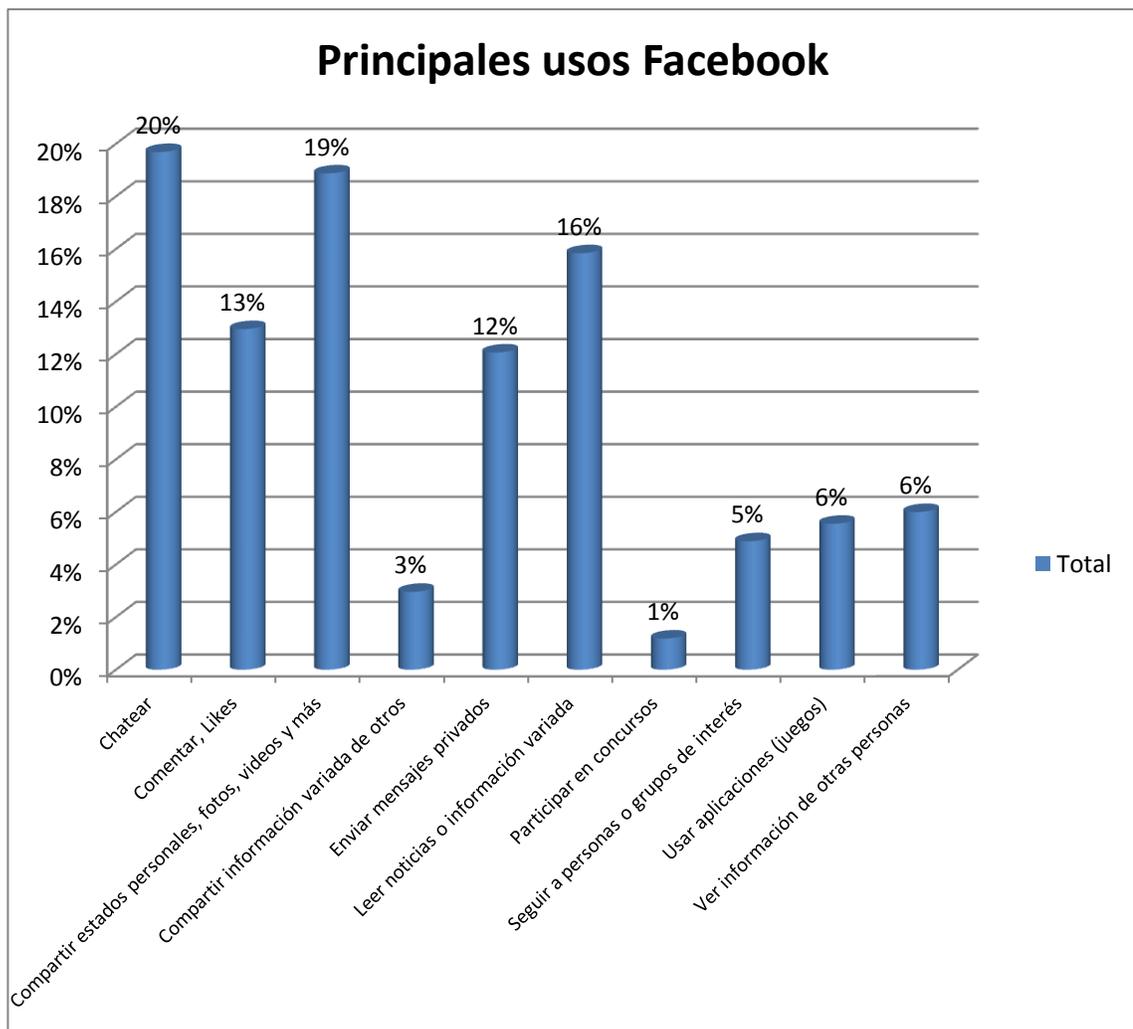


gráfico 11: Principales usos de los usuarios de Facebook

De la investigación en los grupos de discusión, los participantes compartieron que las principales actividades que hacen en Twitter es leer información de interés, como noticias, estados, frases, consejos, etc. Además, en sus usos, hacen referencias a los términos característicos que posee Twitter, como tuitear, retuitear, reponder tuits y marcar como favorito diversa información que sea de interés.

Del gráfico 12, los principales usos que le dan los usuarios a Twitter, se proyecta que el 23% “retuitea información de interés”, el 22% “tuitea, solo texto, texto con fotos o con links”, y el 20% se dedican a “responder tuits”. Entre tanto, el 13% de los usuarios de Twitter, le da seguimiento a personas o a grupos de interés, así como el 12% de los usuarios que le dan seguimiento a noticias. El 9% de los encuestados, usa Twitter para “enviar mensajes privados” y el 1% restante, utiliza esta red social para “participar en concursos”. Y con una cifra inferior se encuentra lo que es “citar tuits” y “revisar hashtags”.

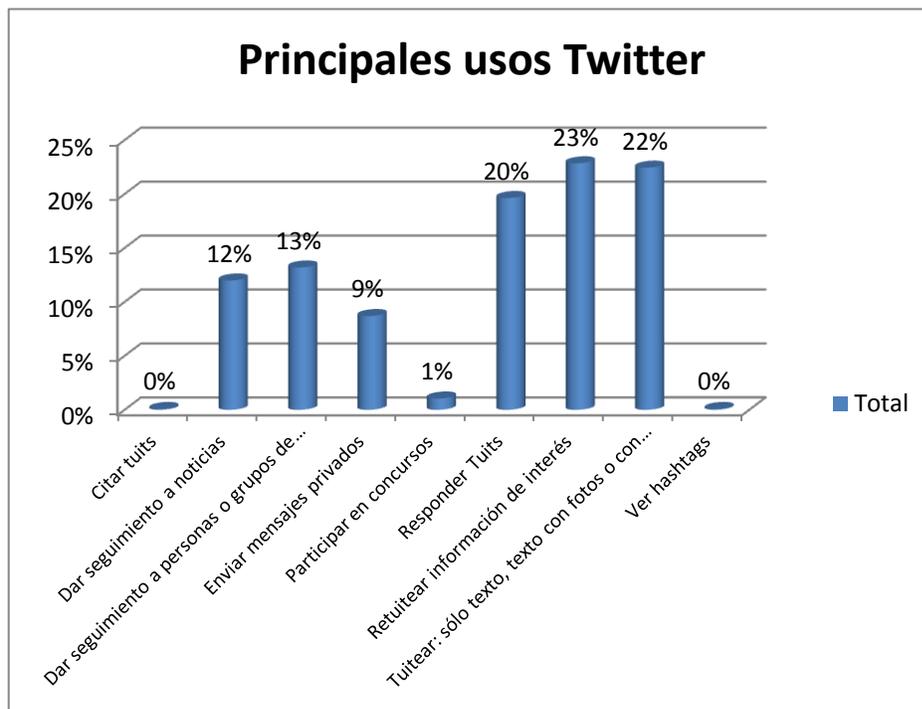


gráfico 12: Principales usos de los usuarios de Twitter

Caracterizar los contenidos que colocan los jóvenes universitarios de 17 a 26 años en las redes sociales y los soportes tecnológicos que utilizan

En el gráfico 13, de los contenidos que los usuarios colocan en las redes sociales, se obtuvo que el 27% publica principalmente “fotos, videos, audios”. Seguido “información personal”, con un 17%. “comentarios, respuestas”, “opiniones sobre diferentes situaciones” y “textos citados”, son los contenidos que cuentan con un valor del 15%. Luego está “información compartida” con un total del 8%, mientras que “micro – relatos” cuenta con un 3%. Este dato muestra, que de los encuestados, hay jóvenes que les gusta escribir, y como Twitter da opción a 140 caracteres, hay textos que se transforman en micro-relatos. “compartir noticias”, “información de moda” y “noticias de fútbol” muestran las cantidades más bajas que los otros contenidos que colocan los usuarios en las redes sociales.

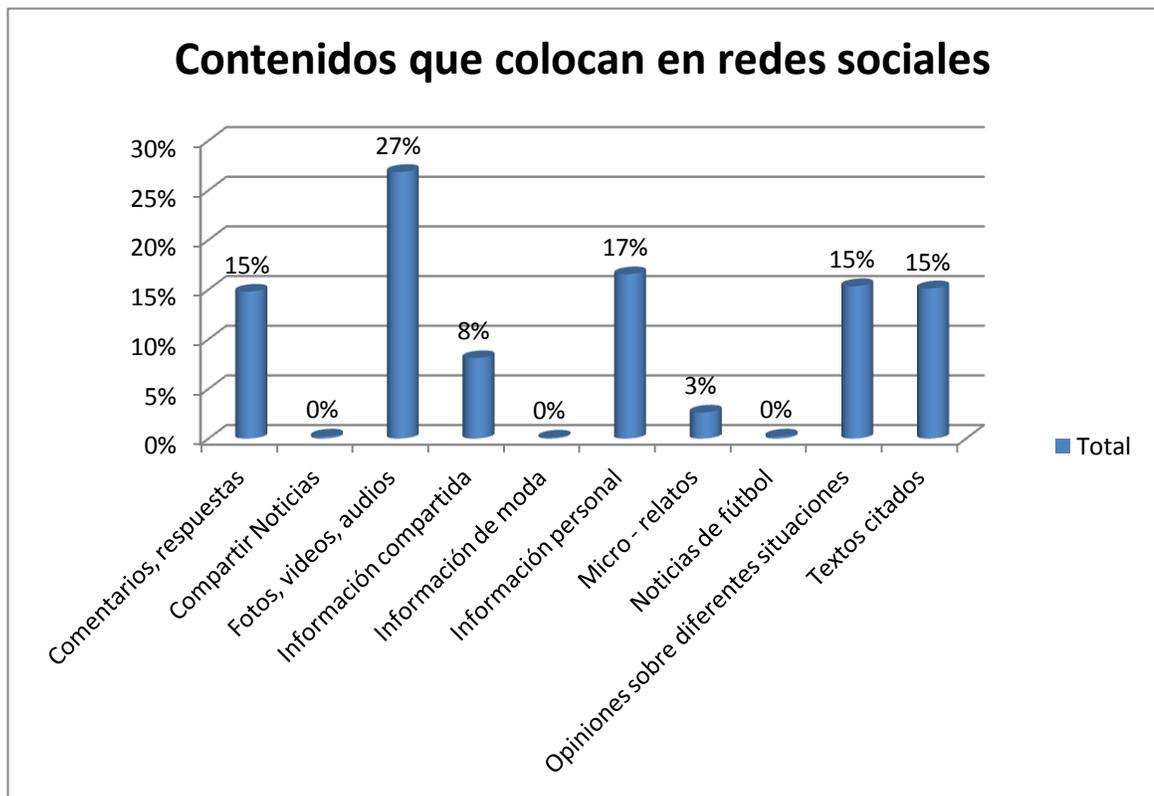


gráfico 13: Contenido que se coloca en redes sociales

De los resultados de los grupos focales, todos los integrantes tienen como primera opción acceder a internet a través de los teléfonos inteligentes (smartphones). Gran parte de los integrantes de los grupos de discusión manifestaron que están las “24 horas conectados”, pues los teléfonos que poseen plan de datos, les permite ingresar al internet y redes sociales, en el momento que sea, o en el lugar que quieran.

Sin embargo, existe un registro elevado de usuarios que accedían a internet mediante las laptops. Y una minoría dijo que se conecta a internet por medio de tabletas y computadoras. Este dato presenta que las tabletas, están siendo recurridas, mientras que las computadoras las están usando menos.

De las encuestas, en cuanto a los dispositivos tecnológicos que los usuarios utilizan para acceder a internet, el gráfico 14 registró un mayor uso de “teléfonos inteligentes (smartphones)” con un 32%. Seguido del uso de “laptops” con un 29%. Mientras que con un 23%, los usuarios se conectan a través de “computadoras”. Y por último, las “tabletas” registran un 16%.

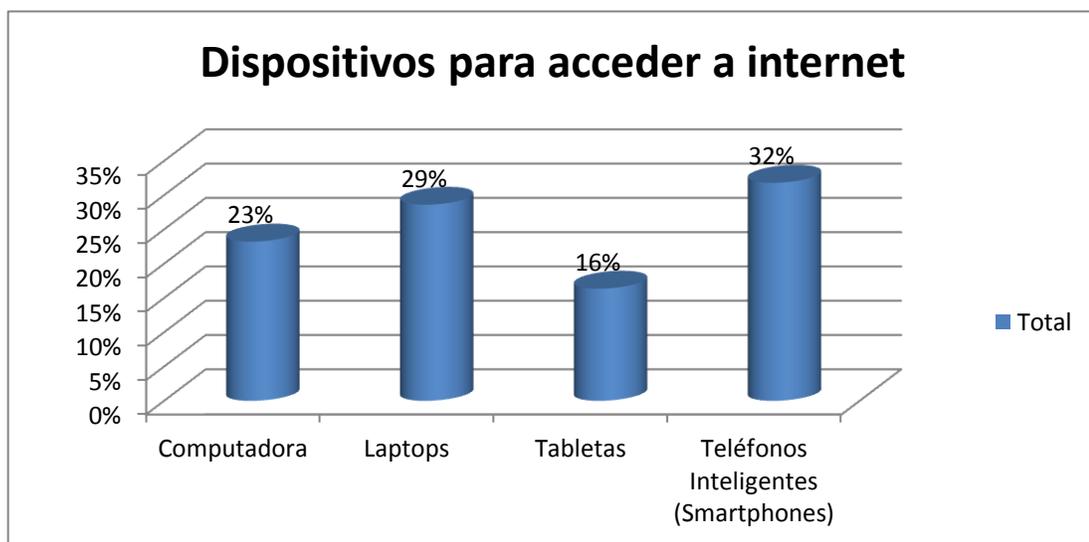


gráfico 14: Dispositivos para acceder a Internet

Sobre estos resultados se puede inferir que la hipótesis “El uso de teléfonos inteligentes con acceso a internet, incrementa el uso de las redes sociales en jóvenes universitarios que habitan en la zona urbana de Guayaquil”, es válida, pues todos los encuestados que poseían un teléfono inteligente, tenían acceso a internet y a redes sociales, y según el gráfico anterior, la mayoría lo hacen a través de los teléfonos inteligentes o “smartphones”, ya sea por plan de datos y/o Wi-Fi. Cabe recalcar que con estas formas de acceso a internet, les llegan “notificaciones” u otros avisos que las diferentes aplicaciones móviles les brindan a los usuarios para que estén actualizados, por ende, tienden a ingresar a las redes sociales.

Los participantes de los grupos focales manifestaron que el lugar donde mayormente ingresan a internet, es desde sus hogares. Además mencionaron que también acceden desde centros educativos, lugares públicos y trabajo; estas conexiones en ciertos casos se dan por medio de Wi-Fi, el cual es un mecanismo de conexión de dispositivos electrónicos de forma inalámbrica. Cabe mencionar que algunos de los integrantes manifestaron que no siempre tienen un lugar fijo de conexión, ya que poseen un plan de datos para celulares y por ende se conectan en cualquier lugar.

El gráfico 15, muestra que el 44% de los usuarios acceden a internet desde sus hogares, el 28% ingresa al internet y a las redes sociales desde “centros educativos”, el 16% entra desde “centros de acceso público”, y a menor escala, se encuentra el “trabajo”, con un 11%, reflejando que la mayoría de los encuestados son jóvenes estudiantes y pocos son los que trabajan y/o estudian.

Finalmente, los usuarios recurren menos a los “cybers” y “casas de algún amigo”, para acceder a Internet.

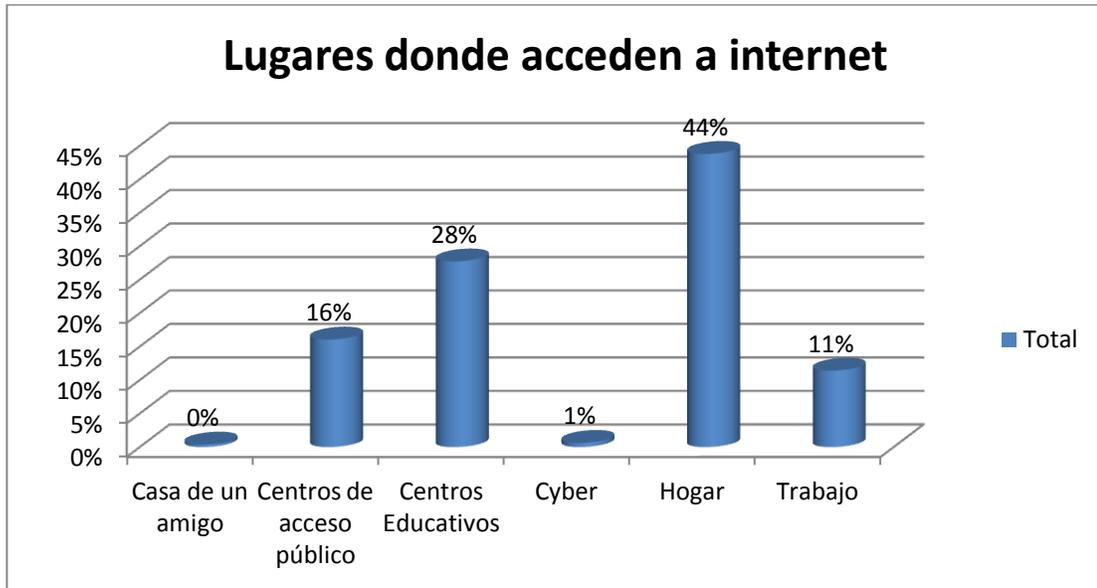


gráfico 15: Lugares de acceso a Internet

12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Un gran número de jóvenes que fueron parte de este trabajo, a través de los métodos cualitativos y cuantitativos relacionaron el Internet con las Redes Sociales, este aspecto permitió el desarrollo efectivo del trabajo de titulación, puesto que el estudio se trataba de realizar una descripción y un análisis del uso del Internet y las redes sociales, además se vincula directamente con el problema planteado y la hipótesis.

En su mayoría, la forma de acceder a Internet por parte de los usuarios estudiados, lo hacen a través de sus teléfonos inteligentes o “smartphones”, a través de Wi-Fi y plan móvil. Un aspecto que sobresale en cuanto a los resultados que mostró el INEC en el 2010, pues en los hogares antes predominaba el “módem”, pero pocos fueron los jóvenes que nombraron esta forma de acceso durante la indagación, por lo que se puede recalcar que con el tiempo, la tecnología puede llegar a cambiar hábitos de las personas.

Se concluye que las redes sociales Facebook y Twitter son las más utilizadas y preferidas por los jóvenes que viven en la zona urbana de la ciudad de Guayaquil. En su mayoría, jóvenes universitarios de 17 a 26 años realizan actividades personales como chatear o establecer conversaciones, compartir fotos, estados, videos, entre otros, y leer diversas informaciones. Y del tiempo invertido por día en Facebook y Twitter, gran parte de los jóvenes, las visitan por menos de 1 hora. La recomendación de acuerdo a este caso, es que se deberían usar las redes sociales como estrategias de comunicación. Y en el momento de crear los planes de inversión se recomendaría invertir de acuerdo a las redes sociales más recurridas.

Cabe recalcar, que después de Youtube, hubo una red social que también tuvo acogida, ocupando el cuarto lugar de preferencia: Instagram, la cual se caracteriza por la publicación de imágenes. Una recomendación para este tema, es que podrían crear campañas que tengan sentido digital para que las empresas puedan llegar a su grupo objetivo a través de las redes sociales

El presente estudio mostró que las computadoras se las usa a menor escala, a pesar de que fueron los primeros dispositivos que sirvieron para poder acceder a Internet. Los dispositivos móviles como Teléfonos Inteligentes y Laptops son preferidos por ser más fáciles de transportar y acceder a las redes sociales, mientras que las computadoras son fijas. Un recomendación es que comunicadores, empresas y otros, podrían establecer aplicaciones que sean compatibles para los celulares.

Las redes sociales se van desarrollando y los dispositivos tecnológicos se van adaptando para mantener a sus usuarios y atraer a nuevos, innovando herramientas para facilitar el acceso, por ello, existe una gran demanda de las redes sociales.

Con este trabajo de titulación, futuras líneas de investigación podrían contemplar la profundización del estudio, agregando nuevas variables, tales como la toma de decisiones o la conflictividad en estos sistemas virtuales.

Un dato adicional que surgió en los grupos de discusión, es que hubo personas o usuarios de Facebook y Twitter, que no estaban de acuerdo con la seguridad de las cuentas que se ejecuta, ya que mencionaron casos de que a veces existen personas que copian datos o crean cuentas falsas para actividades que afectan a otros. Por tal motivo, algunos de los usuarios desisten de usar, principalmente, Facebook, y en pocos casos, Twitter. Por esta razón se recomienda a los usuarios leer las respectivas políticas de las redes sociales planteadas, para evitar ser víctimas del uso incorrecto que otros usuarios le dan y que violan dichas políticas.

La tecnología avanza cada año, por lo que los estudios realizados cada año sobre Internet y redes sociales, necesitan constante actualización. Por lo que se espera que el presente estudio, forme parte de las cifras estudiadas en el 2013 y sirva de referencia en el futuro.

14. BIBLIOGRAFÍA

- *Alexa: The web information company.* (2009). Recuperado el 2012, de Top 100 de las páginas más visitadas en República Dominicana: <http://www.alexa.com/topsites/countries/DO>
- Arroyo, N. (2010). *El uso profesional de las redes sociales.*
- BOYD, D., & ELLISON, B. (2007). *Journal of Computer-Mediated Communication.* Recuperado el 2012, de Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- BRASS, D. B. (1998). *Relationships and Unethical Behavior: A Social Network Perspective.*
- Bureau, I. A., & Elogia. (2013). *IV Estudio Anual Redes Sociales.* España.
- Carballar, J. (2012). *Twitter : marketing personal y profesional.*
- Castells, M. (2010). *Internet y la sociedad red.*
- Chong, B. (2003). *Internet desde la visión de los jóvenes.* México.
- Cobo, C., & Pardo, H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food.* México/Barcelona: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic.
- *Computación Aplicada al Desarrollo.* (2009). Obtenido de La Historia de Twitter: http://www.cad.com.mx/historia_de_twitter.htm
- Copello, A. (2011). *¿Facebook, un medio para mostrarse?* Mendoza.
- Desarrollo, C. A. (2009). *La Historia de Facebook.* Obtenido de http://www.cad.com.mx/historia_de_facebook.htm
- Desarrollo, C. A. (2009). *La Historia de Twitter.* Obtenido de http://www.cad.com.mx/historia_de_twitter.htm
- Digitales, T. (2012). *Evento Tendencias Digitales 2012.* Caracas.

- Domínguez, D. (2010). *Las Redes Sociales, Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual*.
- ENEMDUR. (2011). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Ecuador.
- Fernández, A. (2010). *Televisión e Internet: ¿Efecto substitución? Comparativa entre los usos y hábitos por parte de los y las adolescentes de institutos de Valencia y Cusco*. Barcelona.
- Freeman, L., White, D., & Romney, A. K. (1992). *Research Methods in Social Network Analysis*. New Brunswick.
- Gaytán, V., Martínez, M., Quezada, R., & Valencia, X. (2005). *El uso del internet en los jóvenes universitarios*. Madrid.
- Group, Z. O. (2008). *El fenómeno de las redes sociales: Percepción, Usos y*. Obtenido de www.uch.ceu.es
- IAB, & Eloia. (2011). *Hábitos de redes sociales en España 2011*. España.
- iLifebelt. (2012). *Estudio de las Redes Sociales en Centroamérica 5*. Ciudad de Guatemala.
- INEC. (2010). *Reporte anual de estadísticas sobre las Tencologías de Información y Comunicación*.
- INEC. (2012). *Tecnologías de la Información y educación*. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/sitio_tics2012/
- Katz, J. E., & Rice, R. E. (2002). *Consecuencias sociales del uso de internet*.
- *La Historia de Facebook*. (2009). Obtenido de Computación Aplicada al Desarrollo: http://www.cad.com.mx/historia_de_facebook.htm
- Leo. (2011). *Tipos de muestreos*.
- León, G. (2004). *La interacciones sociales en la sociedad informacional, "de amistades, amores y desamores en la red"*. México DF.

- Llavina, X. (2011). *Facebook: Mejore sus relaciones conociendo la red social que conecta al mundo*. Profit Editorial.
- Mitchell, J. (1969). *Social Networks in Urban settings*. Manchester.
- Muñoz, L. (2011). *Las empresas en las redes sociales, uso y percepción de utilidad*.
- Nielsen. (2010). *Social Networks/Blogs Now Account for One in Every Four and a Half Minutes Online*.
- ONTSI, O. N. (2011). *El Estudio Las Redes Sociales en Internet*.
- O'REILLY, T. (2005). *Qué es Web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software*. Recuperado el 2012, de <http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=2146>
- Pazmiño, P. (2010). *El impacto de las redes sociales y el internet en la formación de los jóvenes de la Universidad Politécnica Salesiana: Caso carrera de Comunicación Social Sede Quito*. Quito.
- Quiroga, P. (2011). *El Impacto de las Nuevas Tecnologías y las Nuevas Formas de Relación en el desarrollo*. España.
- Research, T. C. (2008). *The Cocktail Analysis*. Obtenido de Estudio de eficacia de formatos publicitarios de Display y actitudes de los usuarios de Redes Sociales ante la publicidad en estas plataformas: <http://tcanalysis.com/>
- Rheingold, H. (1993). *The virtual Community*.
- Rojas, P. (2011). *Community Management, en una semana*. Gestión 2000.
- Rubio, Á. (2002). *Historia del internet: aproximación al futuro de la labor investigadora*. Madrid.
- SENATEL. (2010). *Informe: Usuarios y densidad de internet a nivel nacional*.

- Structure. (1991). *Nueva York: Center for Social Sciences*. Nueva York.
- SUPERTEL. (2011). *Las cifras de Internet en el Ecuador*. Obtenido de <http://www.supertel.gob.ec>
- Tapia Frade, A., Gómez Nieto, B., Herranz de la Casa, J. M., & Matellanes Lazo, M. (2010). *Los estudiantes universitarios ante las redes sociales: cuestiones de uso y agrupación de estructuras estilistas y pluralistas*. Madrid: Vivat Academia.
- Tapscott, D. (1997). *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*.
- TELEFÓNICA, F. (2010). *Informe de la Sociedad de la Información*. Madrid.
- TendenciasDigitales. (2011). *Tendencias digitales 2011*.
- TIC'S. (2011). *Reporte anual de estadísticas sobre Tecnologías de la Información y Comunicaciones 2011*. Ecuador.
- Torres, M. (2005). *TAMAÑO DE UNA MUESTRA PARA UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADO*. Guatemala.
- Tuárez, V. (2012). *Las redes sociales y su influencia en los adolescentes*. Guayaquil.
- Turkle, S. (1995). *La vida en la pantalla*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Ugarte, D. (2012). El poder de las redes sociales. En D. Ugarte. Argentina: Ediciones Aurelia Rivera.
- Visón, I. (2010). *Impacto de la promoción realizada por las empresas dominicanas a través de las redes sociales Facebook y Twitter, desde la perspectiva de los usuarios*.
- Weforum. (2012). *The Global Information Report 2012*.
- Weinberg, T. (2009). *The New Community Rules: Marketing On The Social Web*.
- Weinreich, A. (2007). *Comunicación Personal*.
- Wolf, M. (2007). *Proust and the squid, the story and science of the reading brain*. New York.

15. ANEXOS

15.1 Grupos de discusión: Formato - Guía de temas para diálogo

Temas en Grupos de discusión

- Datos: Nombre, Edad, Estado Civil, Ocupación.
- Dispositivos tecnológicos de conexión a internet
- Tiempo que dedican a internet por día (horas)
- Top of Mind: Internet
- Usos de internet
- Top of Mind: Redes Sociales
- Usos que dan a Facebook
- Opinión Facebook
- Usos que dan a Twitter
- Opinión Twitter
- Tiempo en las redes sociales (horas): Facebook y Twitter
- Otras redes sociales que utilizan

15.2 Registro Gráfico Grupos Focales

Grupo Mujeres 18 a 20 años



Grupo Hombres 18 a 20 años



Grupo Mujeres 21 a 23 años



Grupo Hombres 21 a 23 años



15.3 Modelo encuesta

ENCUESTA INTERNET Y REDES SOCIALES

Nombre: _____ Edad: _____
Ocupación: _____ Sexo: F ___ M ___
Estado civil _____ Nivel de estudio _____

INTERNET

1. ¿En qué **dispositivos** usted accede a internet?

- | | |
|--------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Computadora | <input type="checkbox"/> Tablet |
| <input type="checkbox"/> Laptops | <input type="checkbox"/> Teléfonos inteligentes (Smartphones) |

2. ¿En qué **lugares** usted accede a internet?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Hogar | <input type="checkbox"/> Centros educativos |
| <input type="checkbox"/> Centros de acceso público | <input type="checkbox"/> Trabajo |
| <input type="checkbox"/> Otros _____ | |

3. ¿Cuáles son los **4 principales usos** que le da a internet?

- Enviar y recibir correos electrónicos
- Chatear
- Leer libros
- Visitar redes sociales
- Ver videos
- Jugar
- Buscar información para trabajo
- Buscar información para estudio
- Descargar archivos, música, programas, etc.
- Otros _____

REDES SOCIALES

4. ¿Qué redes sociales utiliza?

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Facebook | <input type="checkbox"/> Twitter |
| <input type="checkbox"/> Instagram | <input type="checkbox"/> Youtube |
| <input type="checkbox"/> Pinterest | <input type="checkbox"/> Otros _____ |

5. ¿Qué red social prefiere? **Escoja una**

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Facebook | <input type="checkbox"/> Twitter |
| <input type="checkbox"/> Instagram | <input type="checkbox"/> Youtube |
| <input type="checkbox"/> Pinterest | <input type="checkbox"/> Otros _____ |

6. Aproximadamente, ¿Cuántas horas dedica al día a **visitar** la red social Facebook?

- Menos de 1 hora
- De 1 a 3 horas
- De 4 a 6 horas
- Más de 7 horas
- No sabe / No responde

7. Aproximadamente, ¿Cuántas horas dedica al día a visitar la red social Twitter?

- Menos de 1 hora
- De 1 a 3 horas
- De 4 a 6 horas
- Más de 7 horas
- No sabe / No responde

8. Cuando utiliza las redes sociales ¿Con quiénes suele interactuar?

- Con antiguos amigos
- Con familiares
- Con compañeros de estudio
- Otros _____

9. ¿Cuáles son los 4 principales usos que le da a Facebook?

- Compartir estados personales, fotos, videos y más
- Chatear
- Leer noticias o información variada
- Comentar, *Likes*
- Ver información de otras personas
- Enviar mensajes privados
- Compartir información variada de otros
- Aplicaciones (Juegos)
- Seguir personas o grupos de interés
- Participar en concursos
- Otros _____

10. ¿Cuáles son los 4 principales que le da a Twitter?

- Tuitear: sólo texto, texto con fotos o con links
- Retuitear información de interés
- Responder tuits
- Dar seguimiento a personas o grupos de interés
- Dar seguimiento a noticias
- Enviar mensajes privados
- Participar en concursos
- Otros _____

11. Contenidos que coloca en las redes sociales por semana

- Información personal
- Fotos, videos, audios
- Textos citados
- Opiniones sobre diferentes situaciones
- Micro relatos
- Información compartida
- Comentarios, Respuestas
- Otros _____

15.4 Transcripción de Entrevistas – Grupos focales o Grupos de discusión

GRUPO DE HOMRRES DE 18 a 20 AÑOS

Nombre: Andrés Goya
Edad: 19 años
Ocupación: Estudiante
Estado Civil: Soltero

Nombre: Andrés Triviño
Edad: 20 años
Ocupación: Estudiante
Estado Civil: Soltero

Nombre: Stanly Sánchez
Edad: 20 años
Ocupación: Estudiante
Estado Civil: Soltero

Nombre: Mauro Freire
Edad: 20 años
Ocupación: Estudiante
Estado Civil: Soltero

Nombre: David Molina
Edad: 18 años
Ocupación: Estudiante
Estado Civil: Soltero

Nombre: Aquiles Borquez
Edad: 20 años
Ocupación: Estudiante
Estado Civil: Soltero

Nombre: Jacob Rubio
Edad: 18 años
Ocupación: Estudiante
Estado Civil: Soltero

Nombre: Andrés Navarro
Edad: 19 años

Ocupación: estudiante
Estado Civil: Soltero

MODERADORA: ¿Qué es lo que primero se les viene a la mente con la palabra internet?

Andrés Goya: Información

Andrés Triviño: Información

Stanly Sánchez: Información

Mauro Freire: Información

David Molina: Información

Aquiles Borquez: Información

Jacob Rubio: Nube

Andrés Navarro: Información

MODERADORA: ¿Por qué escogiste esa palabra?

AG: Es una revolución en los medios de comunicación y es la máxima forma de expresión de comunicación y de libertad de acceso.

AT: Porque el internet es un conjunto centralizado de redes, entonces posee información de todo el mundo sobre diversos temas y cada persona puede publicar lo que desee.

SS: Porque te permite publicar de todo.

MF: Porque el internet nos brinda todo tipo de información y podemos entrar a distintas páginas y podemos tener información más abierta.

DM: porque es una red donde podemos encontrar diferentes contenidos y es una fuente de ayuda que se puede encontrar cualquier tipo de información.

AB: Es el lugar donde encontramos toda la información que necesitamos por ejemplo música, videos, e interactuamos con las demás personas.

JR: Porque podemos observar cualquier información que este dentro del internet.

AN: Hay mucha información en internet.

MODERADORA: ¿A través de que dispositivo se conectan en internet?

AG: Celular, lpad y laptop

AT: Laptop y celular

SS: Computadora y celular

MF: Celular y laptop.

DM: Laptop y celular.

AB: Celular y laptop.

JR: Celular.

AN: Celular.

MODERADORA: ¿En qué lugar usted accede a internet?

AG: En casa, universidad.

AT: En casa, universidad, trabajo

SS: En casa, y donde lleve mi celular que puede ser universidad, o la casa de otro amigo.

MF: En casa, Universidad

DM: en universidad.

AB: universidad, trabajo casa.

JR: Casa y lugar que sea público.

AN: Universidad y casa.

MODERADORA: ¿Qué hacen en internet?

AG: Chatear usando Whatsapp y estar a twitter.

AT: Revisar el correo, chatear con los amigos por Facebook, Twitter, Skype.

SS: Jugar en línea, leer y buscar videos en Youtube.

MF: Para hacer trabajos de la Universidad, chatear con el hermano que está en otro país, ver videos, descarga películas.

DM: Leer, jugar online y usar Skype.

AB: Leo noticias de mis artistas favoritas y sobre fútbol.

JR: Yo paso casi todo el día en twitter y en Facebook. Además de hacer investigaciones de la universidad.

AN: Chatear y poco ver información en Facebook

MODERADORA: ¿Qué es lo primero que se les viene a la mente con la palabra "Redes Sociales"?

AG: Compartir

AT: Conectar

SS: Conexión

MF: Nube

DM: Leer

AB: Interacción

JR: Comunicarse

AN: Comunicación

MODERADORA: ¿Por qué se les vino a la mente esa palabra?

AG: Porque al postear algo en twitter lo que uno hace es de cierta forma que tus seguidores leerán tus pensamientos, retuitearlo o simplemente se lo comparte.

AT: Porque son redes conectadas entre sí, que te permite tener contacto con otras personas en el mundo.

SS: Porque las redes sociales nos permiten ver noticias y chatear.

MF: Porque a través de las redes sociales yo me puedo comunicar con todas las personas que yo conozco.

DM: Porque lo primero que hacemos cuando accedemos a una red social es leer los perfiles.

AB: Porque interactúo con mis amigos que están en el extranjero o familiares.

JR: porque siempre a lo que entramos a una red social o al internet se puede uno enterar sobre las noticias que están pasando alrededor del mundo y comunicar al resto que no tenga internet.

AN: Porque podemos interactuar y comunicarnos con los demás.

MODERADORA: ¿Qué opinan de Facebook? Ventajas/Desventajas

AG: No me gusta el Facebook.

AT: Una desventaja es para aquellas personas que no tienen buen criterio de uso. Y la ventaja que se puede postear videos, fotos.

SS: Facebook nos permite estar comunicado entre los amigos e informando paso a paso lo que está pasando.

MF: La ventaja es que puedes personalizar Facebook y aceptar a las personas que tú quieres. Además, las empresas lo utilizan mucho para sus negocios. Y la desventaja es cuando no le dan el buen uso.

DM: Para mí la ventaja o desventaja tiene que ver con el uso que le da la persona, la madurez que tenga esa persona y el tipo de manipulación que se le dé.

AB: es una buena red social que la usas todas las personas de diferentes edades, y si se le da un correcto uso puede ser una herramienta de trabajo.

JR: Una ventaja que se puede publicar información para que los demás se enteren y una desventaja estar publicando cosas de índole privado.

AN: Creo que es un depósito de pensamientos. No me gusta mucho, por eso no le veo ventajas. Una desventaja es la seguridad.

MODERADORA: ¿Qué es lo más común que hacen en Facebook?

AG: No uso Facebook.

AT: Generalmente yo tampoco uso mucho Facebook, no posteo tantas cosas pero me parece que es mucho más fácil encontrar personas a diferencia del twitter.

SS: Yo utilizo más Facebook para chatear con las personas que no veo mucho porque realmente tampoco me meto mucho al Facebook.

MF: Yo lo uso como una herramienta de entretenimiento, comentar cosas con mis amigos, leer contenido que postean, subir imágenes, revisar información de las personas que no he visto hace mucho tiempo.

DM: Conversar con mis personas más allegadas, revisar cuando algún familiar del extranjero me escribe y analizar las noticias que leo a diario.

AB: Yo lo que más hago es interactuar con mis amigos.

JR: Yo lo que más hago es poner mis estados de ánimo para que las demás personas lean.

AN: Leo cosas de otros.

MODERADORA: ¿Qué piensan de Twitter? Ventajas / Desventajas.

AG: Como toda red social tiene más desventajas ya que la gente puede llegar a escribir insultos, y no se cuida mucha lo que se publica. Y la ventaja es que es interesante conocer los puntos de vista de las personas cercanas a mí.

AT: Twitter me parece muy divertido ya que es más entretenido que Facebook. La desventaja es que tiene 140 caracteres y eso provoca que las personas cometan errores ortográficos para que todo el texto ingrese en 140 caracteres. Las ventajas son que la información es actualizada e inmediata.

SS: Para mí una desventaja es que en el twitter se información se manipula porque no se puede mentir la muerte de un personaje que sea conocido a nivel mundial. Una de las ventajas son los 140 caracteres porque te permite ser más concreto.

MF: yo uso mucho twitter lo tengo más como un medio de información o noticias, me gusta porque es muy constante la información es actual, no tengo información pasada, sino que cada momento se está actualizando. Las ventajas lo de los 140 caracteres es muy bueno porque procesas mucho el contenido que vas a poner y eso te permite ser concreto y directo y desventaja todo depende de la persona que lo manipule.

DM: Es una red social muy usada actualmente que la usa la mayoría de las personas en todo el mundo. Una ventaja es que en 140 caracteres puedes poner un pensamiento con una velocidad única puedes llegar a todas las personas.

AB: Para mí una desventaja son los caracteres porque me quiero expresar más y no puedo y tengo que hacer faltas ortográficas para poder terminar lo que quiero expresar y una ventaja es que puedo ver los pensamientos que los futbolistas han tuiteado.

JR: La desventaja es que todos pueden entrar a la red social y pueden también tergiversar la información y la ventaja es que twitter es mejor que Facebook.

AN: Lo creé hace tiempo, no sabía muy bien, y ya no lo volví a usar.

MODERADORA: ¿Qué es lo más común que hacen en Twitter?

AG: Publicar pensamientos, consejos, frases, noticias, leer noticias del momento.

AT: Curiosear, leer noticias.

SS: Leer noticias siempre.

MF: Leer noticias.

DM: Leer noticias.

AB: Buscar información variada de diferentes deportistas, cantantes.

JR: Actualizarme con la información.

AN: Nada porque no me gustó.

MODERADORA: ¿Cuánto tiempo emplea al visitar las redes sociales?

AG: Una hora Twitter y Facebook no uso.

AT: Es difícil porque es una constante porque estoy conectado desde mi computadora pero sin visitar las páginas.

SS: Una hora por cada red social.

MF: Estoy conectado las 24 horas del día en las dos redes sociales a través de mi celular. Lo reviso cada hora y estoy 5 a 10 minutos chateando o posteando.

DM: Facebook una hora y twitter las 24 horas.

AB: En las dos muy poco, al menos que me escriban y respondo.

JR: Yo estoy las 24 horas en twitter nada en Facebook.

AN: Menos de una hora en Facebook, y Twitter cero.

MODERADORA: ¿Que otra red social utilizan a parte de Facebook y Twitter?

AG: Ninguna

AT: Ninguna

SS: Instagram

MF: Instagram, tumblr

DM: Pinterest,

AB: Instagram

JR: Instagram

AN: No, pero sí utilizo mucho Whatsapp, aunque es más mensajería que red social.

GRUPO DE MUJERES DE 18 a 20 AÑOS

Nombre: Lorena Orellana

Edad: 20 años

Ocupación: Estudiante

Estado Civil: Soltera

Nombre: Julie Erazo

Edad: 20 años

Ocupación: Estudiante

Estado Civil: Soltera

Nombre: Jesenia Macías

Edad: 18 años.

Ocupación: Estudiante

Estado Civil: Soltera

Nombre: Camila Santos

Edad: 18 años

Ocupación: Estudiante
Estado Civil: Soltera

Nombre: Brigitte Endara
Edad: 18 años
Ocupación: Estudiante
Estado Civil: Soltera

Nombre: Andrea González
Edad: 18 años
Ocupación: Estudiante
Estado Civil: Soltera

Nombre: Sandy Haz
Edad: 18 años
Ocupación: Estudiante
Estado Civil: Soltera

Nombre: Stefania Alvarado
Edad: 18 años
Ocupación: Estudiante
Estado Civil: Soltera

MODERADORA: ¿Qué es lo que primero se les viene a la mente con la palabra internet?

LO: Globalización.

JE: Red social.

JM: Comunicarse.

CS: Información.

BE: Red social.

AG: Facilidad.

SH: Tecnología.

SA: Conocimiento.

MODERADORA: ¿Por qué se les vino esa palabra a la mente?

LO: Porque es una forma en la cual hoy en día se está desarrollando mediante los medios de comunicación.

JE: Porque es una de las más importantes en la actualidad.

JM: Porque hay muchas redes sociales por las cuales podemos comunicar.

CS: Porque nos facilita mucha información que necesitamos.

BE: Porque nos permite comunicarnos fácilmente con cualquier persona que esté en otro lugar.

AG: Porque actualmente se necesita siempre estar comunicado entonces internet nos facilita todo esto.

SH: Porque es un dispositivo electrónico que facilita la comunicación a cortas distancias.

SA: Porque el internet facilita la puerta al conocimiento desde cualquier lugar y momento.

MODERADORA: ¿En qué lugares se conecta a internet?

LO: Casa, universidad.

JE: Más en la casa, de ahí en la universidad.

JM: Cualquier lugar donde lleve mi celular.

CS: Casa, universidad.

BE: En mi casa, universidad.

AG: Casa, universidad, y otro lugar público.

SH: Universidad, hogar.

SA: Lo mismo, con mi celular en cualquier lugar.

MODERADORA: ¿A través de qué dispositivo se conectan?

LO: Celular, computadora.

JE: En mi laptop y celular.

JM: En mi celular, tablet y pocas veces en computadora.

CS: Celular, a veces en la computadora.

BE: Computadora, laptop, celular.

AG: Celular, laptop, tablet.

SH: computadora, celular.

SA: Celular, computadora, tablet.

MODERADORA: ¿Qué es lo que más hacen en internet?

LO: Uso Facebook, Twitter y Google

JE: Facebook, Skype.

JM: Facebook, Twitter, Hotmail.

CS: Facebook y Twitter, ver videos.

BE: Facebook y Twitter.

AG: Twitter, Hotmail, Instagram.

SH: Redes Sociales y buscadores.

SA: Facebook, Twitter, Instagram, Google plus, Google Chrome, Dropbox, Youtube.

MODERADORA: ¿Qué es lo primero que se les viene a la mente cuando escuchan "Redes Sociales"?

LO: Comunicación entre la sociedad.
JE: Comunicación.
JM: Modo para buscar a las personas.
CS: Contacto con personas.
BE: Comunicarse de una manera más rápida.
AG: Amigos.
SH: Tejido virtual de comunicaciones.
SA: Amigos.

MODERADORA: ¿Qué opinan de Facebook?

LO: Facebook es una página en la cual tiene sus ventajas y desventajas. Las ventajas es porque puedes encontrar a la mayoría de tus amigas en las cuales no has visto has perdido la comunicación y este es un medio el cual te facilita y la desventaja una de ellas es que se está atentando bastante contra la privacidad.

JE: Facebook al menos yo lo utilizo para ver información y para chatear entre amigos.

JM: una ventaja es poder comunicarnos de alguna u otra manera con nuestros amigos y una de las desventajas es que no puedes tener mucha privacidad ya que a veces las jaquean.

CS: Es una red social que te sirve para comunicarte. Y la desventaja es la privacidad.

BE: La desventaja que a veces usan la información de uno para ponerte cualquier cosa y la ventaja que te puedes comunicar con tus amigos.

AG: Una de las ventajas de ahora de Facebook es que te permite ahora hacer video llamadas.

SH: Lo positivo es que te puedes comunicar y dar apertura a tus amigos y lo negativo esta que te puede jaquear la cuenta.

SA: Cuando pienso en Facebook, me viene la idea de corporación, de trabajo, porque Facebook es una de las redes sociales permiten mostrar la empresa al mundo con mayor facilidad, permite promocionarte más a menor costo. Entonces me parece una forma más sencilla para mostrar. Pero también pienso en amigos. Ventaja es que es mucho más barato en promoción y desventaja, es que te pueden ver dónde estás, qué hacen con tu tiempo, a veces esto da miedo. Y desventaja es que la gente se acostumbra a no expresarse debidamente, y con pocos caracteres te limitas a ser muy sencillo, y si eres muy joven, no puedes argumentar algo complejo.

MODERADORA: Los usos que le dan a Facebook.

LO: Compartir estados que tenga que ver con varios temas, como filosofía, literatura, me gusta también la fotografía artística, así que me gusta compartir fotografías que yo tomo y de otras páginas.

JE: Fotos, también chatear.

JM: Comparto fotos y chateo.

CS: Converso con mis amigos.

BE: Fotos, publicar ciertos estados, chatear, planear eventos.

AG: Fotos de salidas, compartir estados míos y de otras páginas.

SH: Compartir estados, fotos, chatear, realizar videoconferencias.

SA: Lo utilizo para seguir páginas oficiales, leo mucho contenido, publico ciertas fotos, coloco ideas.

Moderadora: De Twitter, ¿Cuáles son ventajas y desventajas?

LO: En Twitter, yo veo ventajas en el sentido de que es una forma en la que puedes expresar lo que estás haciendo, o crear pensamientos, e inclusive, existen muchas cuentas en la que puedes hacer micro cuentos. Hay personas que comparten micro cuentos y se pueden dar a conocer. Y una desventaja puede ser que con la ley de comunicación, pueden sancionar algunos tuits.

JE: Ventajas, que puedes poner ideas que te vienen a la mente, puedes compartir fotos. Y desventaja es que pueden poner cosas malas a una persona

JM: Ventajas, es que hay cuentas verificadas y no veo desventaja

CS: Una ventaja es que puedes colocar pensamientos, y desventaja es que puedes poner algo ofensivo

BE: Una ventaja es que podemos poner cualquier tipo de cosas, propias. Y desventaja, puede ser que pueden ser muy ofensivos

AG: Me gusta Twitter porque te da mucha libertad para expresarte, y puedes ver cuentas verificadas. Y desventaja es que te limita por los 140 caracteres, por eso debes acortar palabras

SH: Positivo es que puedes retuitear y puede llegar a muchas personas y llegar a tener constante retroalimentación. Desventaja es que están noticias falsas.

SA: Ventajas es que ayuda a colocar información en proceso y se informa al momento, también los hashtags en donde lees lo que piensa las otras personas sobre un tema. Y desventaja es que la gente se acostumbra a no expresarse debidamente, y con pocos caracteres te limitas a ser muy sencillo, y si eres muy joven, no puedes argumentar algo complejo.

MODERADORA: ¿Qué hacen en Twitter?

LO: escribir micro cuentos.

JE: publicar fotos.

CS: pensamientos.

JM: pensamientos, publicar fotos.

BE: hablar con mis amigos.

AG: leo las últimas noticias de los periódicos.

SH: leo las noticias.

SA: leo, me informo.

MODERADORA: Las horas que dedican a Facebook y a Twitter.

LO: Facebook 2 horas, Twitter no te podría decir porque paso todo el día conectada, escribo un micro cuento.

JE: Facebook 1 hora y media Twitter si paso todo el tiempo mucho más de 2 horas.

CS: conectada las 24 horas

JM: en Facebook una hora y en Twitter 12 horas.

BE: Facebook 1- 2 horas Twitter todo el día

AG: Facebook 2 horas, excepto cuando subo fotos ahí si me demoro millón unas 5 horas, Twitter todo el día.

SH: En Facebook 2 horas y en twitter todo el día.

SA: El celular me permite estar conectado todo el día, así que reviso cada momento que quiero

MODERADORA: ¿Otra red social que utilizan?

LO: Instagram.

JE: Tumblr.

CS: Instagram, Youtube.

JM: Instagram.

BE: Instagram.

AG: Youtube.

SH: Instagram.

SA: Youtube.

GRUPO FOCAL - HOMBRES 21-23 AÑOS

Nombre: Byron Mosquera

Edad: 22 años

Ocupación: Estudiantes

Estado civil: Soltero

Nombre: Miguel Muñoz

Edad: 22 años

Ocupación: Estudiante

Estado civil: Soltero

Nombre: Arturo Cervantes

Edad: 23 años

Ocupación: Estudiante

Estado civil: Soltero

Nombre: Marco Alvarado

Edad: 22 años
Ocupación: Estudiante
Estado civil: Soltero

Nombre: Fernando Monroy
Edad: 21 años
Ocupación: Estudiante
Estado civil: Soltero

Nombre: Miguel Quiroga
Edad: 23 años
Ocupación: Estudiante
Estado civil: Soltero

Nombre: Carlos Bravo
Edad: 23 años
Ocupación: Estudiante
Estado civil: Soltero

Nombre: Carlos Sacoto
Edad: 21 años
Ocupación: Estudiante
Estado civil: Soltero

MODERADORA: ¿Qué es lo primero que se les viene la mente cuando escuchan la palabra internet?

BM: Red mundial.

MM: Redes sociales.

AC: Inmediatez.

MA: Conexión.

FM: Twitter.

MQ: Google.

CB: Información.

CS: Variedad.

MODERADORA: ¿Por qué escogieron esa palabra?

BM: Por lo que el internet es la unión de varias redes alrededor del mundo. Puedes conectarte a la red y puedes descargar o subir información a ella.

MM: Porque es lo que más uso en internet...

AC: Porque todos están compitiendo para ser inmediatos, rápidos

MA: Porque es una forma de world wide web, entonces estamos en interacción con todos.

FM: Creo que la mayoría de las personas utilizan ahora el Twitter para informarse sobre acontecimientos que pasan día a día.

MQ: Yo cogí google porque es lo primero que hago cuando entro al internet, y todos están familiarizados con él. Además, buscar información en la web.

CB: Porque es una plataforma de información, en donde puedes enviar y recibir información.

CS: Yo dije variedad por la diversificación de contenidos.

MODERADORA: ¿A través de qué dispositivos ustedes acceden a internet?

BM: A través de la laptop, celular, ya que es lo primero que tengo a la mano y utilizo internet.

MM: Laptop, celular, tablet.

AC: Computadora, celular.

MA: Laptop, celular.

FM: Computadora y tablet.

MQ: Computadora y celular, pero más celular.

CB: tablet, celular y computadora.

CS: laptop y celular.

MODERADORA: ¿En qué lugares ustedes se conectan a Internet?

BM: En cualquier lugar porque tengo un plan en el celular, en mi casa con laptop cuando tengo Wi-Fi.

MM: En la casa en la mayoría del tiempo y en cualquier lado donde no me puedan robar, como centros comerciales...

AC: Más en el trabajo, pero con el celular en cualquier lugar.

MA: En mi casa por Wi-Fi, y cuando salgo, utilizo el paquete de datos del teléfono.

FM: En la mayoría del tiempo en la universidad y en el trabajo, y poco en la casa.

MQ: Yo más en mi casa, y bueno, en el celular, en cualquier lugar.

CB: en mi casa, en el trabajo, en la universidad.

CS: Yo en mi casa con la laptop y celular con el Wi-Fi, y en el celular no le pongo plan, y es que no siento la necesidad porque me parece que todavía el formato del internet no es bueno, las interfaces no son buenos.

MODERADORA: ¿Qué hacen en Internet?

BM: Ver las redes sociales.

MM: Visitar redes sociales.

AC: Leer información que considero relevante.

MA: Utilizo en redes sociales, más Instagram.

FM: Más utilizo el internet para las redes sociales.

MQ: En Google, ver vídeos, descargar diferentes cosas, y en las redes sociales.
CB: En diferentes páginas webs, y en las redes sociales.
CS: Para ver diversa información.

MODERADORA: ¿Cuándo escuchan las palabras redes sociales, qué es lo primero que se les viene a la mente?

BM: información.

MM: interacción.

AC: idiotez.

MA: comunidad.

FM: amigos.

MQ: perfiles.

CB: amigos.

CS: perfiles.

MODERADORA: ¿Por qué escogieron esa palabra?

BM: Información porque la red social que más utilizo es Twitter, para saber de información. En el día siempre me levanto por las mañanas y lo primero que hago al levantarme es revisar Twitter para ver que hay y qué acontecimientos se han dado.

MM: Interacción porque es una de las características más importantes de las redes sociales, que es interactuar con las personas.

AC: Porque la mayoría de información no es necesaria, porque hay temas que en su mayoría no sirven.

MA: Escogí comunidad porque las redes sociales existen, pero es el usuario, la persona la que decide ser parte de esto, entonces, antes de información es más comunidad porque tú te adaptas a eso.

FM: es una manera más rápida de comunicarse con los amigos, más fácil...

MQ: Bueno, lo primero que hacen en las redes sociales es llenar tu perfil, y en base a eso otras personas te contactan o buscan similitudes entre sí, para poder contactarse.

CB: Amigos porque tengo a la mayoría de mis amigos en las redes sociales y es la manera en la que me comunico con ellos, más cuando son de otros países.

CS: Creo que perfiles porque las redes sociales presentan la oportunidad de formar tu identidad web, y no solo en la parte básica, que es en donde dice tu edad, relación, y esas cosas, sino que lo que lo que publicas responde por tí.

MODERADORA: ¿Qué opinan de Facebook. Cuáles son las ventajas y desventajas?

BM: es una de las redes sociales que más utilizo, pero más lo utilizo para ver si está una persona conectada a la red social, en el caso de que no tenga celular, o mail, creo que es la única forma, porque sabes porque tarde o temprano. Las desventajas puede ser que quizás en ese momento necesitas a esa persona, y tendrás que enviar un mensaje directo, y también quizá que lo privado puede ser público.

MM: Una ventaja de Facebook es que es la red social que mayor usuarios posee, si quieres contactar a alguien lo buscas por Facebook, y le pasas un mensaje, se contacta a alguien muy rápido. Y la desventaja creo que es el mal uso que le da mucha gente, cuando se empiezan a mandar contenidos indiscriminadamente, o te llenan de spam los mensajes por interno, o gente que se queja de su privacidad pero no saben manejar las configuraciones de privacidad.

CB: Y creo que uno está exponiendo su vida a la sociedad, y si alguien no quiere que lo lean entonces que no escriba.

CS: Pasa que las condiciones, que nadie las lee, hay un contrato implícito.

MA: Y ahora te obligan a crear listas, donde modificas tu privacidad, en vez de compartir con quien querías y aceptabas de manera general.

BM: y es verdad, es un contrato implícito, porque igual, cuando publicas algo Facebook lo puede coger y publicar y hacer como que fueran ellos, ya lo hacen suyo.

MA: Y por no saber el sistema de la privacidad muchas cuentas clonadas se crean. Todos estamos expuestos.

CS: Lo privado es dentro de la dinámica de Facebook, pero en sí, algo que es privado es algo que tú lo sabes, así que en sí, pierdes tu privacidad.

Moderadora: Volvamos a las ventajas y desventajas...

AC: yo creo que una desventaja es que nunca se termina el contrato con Facebook, que aunque cierres tu cuenta, igual siguen los datos.

CS: Pero cuando dejas de publicar cosas, tu vida virtual expira.

AC: No expira, porque expirar es borrar algo.

CS: Expira en el sentido de que queda caduco, porque a Facebook no le importa tu información.

MA: pero si tus publicaciones no fueron muy "importantes" desaparece de la línea.

Moderadora: Bueno Arturo, y tus ventajas...

AC: La ventaja puede ser el localizar gente, que se puede decir que es inalcanzable.

BM: Y yo creo que no pasa de moda porque se sigue actualizando y se relacionan entre redes.

MA: La ventaja es que me sirve para las vidas de Candy Crush. Y las desventajas, es lo que te pueden clonar perfiles, y la gente ociosa lo hace.

CS: Hay varios métodos para la privacidad, pero no lo saben y por eso se exponen. Una desventaja es que hay poca información en cuanto a la configuración de la privacidad. Y una ventaja es para comunicarte con personas de otras partes.

MQ: Una ventaja es el nivel de información que puedes obtener en esta red, por ejemplo sabes lo último que hizo cierto personaje, lo puedes buscar porque prácticamente, colocas lo que pones en tu vida. A su vez, una desventaja para el usuario, porque no sabes hasta que punto te pueden perjudicar cuando leen todo lo que están poniendo.

CB: Bueno, yo creo que una desventaja es que no sabes a quien agregas, porque pueden ser clonaciones, porque hay gente que crea cuentas falsas. Puedes pensar

que es uno de tus amigos, y luego te das cuentas que no. Y ventaja, es la facilidad de encontrar a tus amigos.

CS: Yo creo que las ventajas básicamente giran en torno a que puedes llegar a muchas personas en muchas partes del mundo y las desventajas, es que cada vez hay más herramientas que te permiten publicar diferentes cosas, y tantas cosas no me gustan. Y eso abre a que la gente publica lo que sea en cualquier momento, entonces todo se vuelve cúmulo de información basura.

MODERADORA: Ahora Twitter, Cuáles son las ventajas y desventajas?

BM: La ventaja de Twitter es que puedes mantenerte informado, o sea es más inmediatez que antes, con esta red social se actualiza todo tipo de información. Y tú eliges a cuál tipo de usuario quieres seguir y a cual no. Y la desventaja es que creo es que son los 140 caracteres, porque quizá cuando quieres escribir más, te ves un poco limitado.

MM: Una ventaja de Twitter es que está suplantado al periodismo por la información. La mayor parte de acontecimientos y sucesos que pasan en la actualidad se encuentran ahora en Twitter, y luego pasan a otras redes sociales. La rapidez que fluye la información. Y desventaja es que quizá da paso a que muchas cosas se falsifiquen y hay muchas cuentas falsas.

BM: Pero se puede comprobar algunas cosas

AC: Algo que pasa en Twitter, es que te avala más el anonimato. La gente también es más espontánea para decir las cosas, dice lo que no te diría en la cara, como que se esconden en esa plataforma. Y la ventaja es que se puede agrupar una temática, tú puedes ver lo que la gente está hablando, y puedes ver cómo puedes profundizar un tema.

MA: Ventaja es que no importa en qué sector del mundo estás, puedes ver los tuis de todos los que usan y publican, claro está de quien sigues. Y desventaja, es quizá las cuentas verificadas, porque uno crea su perfil y merece una cuenta verificada, y debería haber una opción de que las personas naturales, no sólo los famosos, tenga verificación. Y esto no generaría muchas cuentas falsas.

FM: Yo creo que las ventajas de Twitter es que depende mucho a quien sigues, porque de esto puedes ver la veracidad de la información, si sigues a otras personas no oficiales estás propenso a recibir y leer información basura, y te puedes mal informar.

MQ: Pero hay casos cuando ves que la información aún no es publicada por medios, pero ya se hace pública por otras personas.

FM: Y desventaja la inmediatez.

MQ: La ventaja es la inmediatez, y la magnitud que tienes al tuitear algo. Hasta qué punto puede alcanzar lo publicado, muchas personas te leen. Y desventaja podría ser que mucha gente no es real. En Twitter yo creo que la mayoría de gente escribe algo para criticar, y no aprobar algo, siempre la gente trata de ser negativo.

CB: La inmediatez puede ser la ventaja, pero puede ser a su vez una desventaja, porque con esta no hay veracidad de la información que pones. Por eso después de leer algo, sería bueno que leas algo para saber si es verdad.

CS: Yo creo que la ventaja es que tienes los 140 caracteres, donde te obliga a condensar lo que quieres decir en ese mensaje. Y desventaja, yo creo que el conflicto que es el hashtag, porque hay gente que los ve, pensando que es el tema popular, pero realmente no lo es, pero realmente son las mismas personas, repitiendo más de 15 veces, entonces eso no es real y habría que revisarlo.

MODERADORA: ¿Cuántas horas aproximadamente, por día, visitan las redes sociales?

BM: Facebook unos 30 minutos, y en Twitter unos 20 a 30 minutos.

MM: Facebook de 2 a 3 horas, y en Twitter unas 5 horas.

AC: Muy poco, entres los dos 20 minutos.

MA: Una hora al día ambas. Menos de media hora en cada uno.

FM: Una hora diaria en Facebook y 20 minutos en Twitter.

MQ: Yo 5 horas en Facebook, y en Twitter una hora.

CB: Una hora y media en Facebook, y en Twitter 45 minutos.

CS: Una hora en cada una.

MODERADORA: ¿Otras redes sociales que utilicen?

B: Ninguna.

MM: Ninguna.

A: No, no tengo.

MA: Instagram.

F: Instagram.

MQ: Instagram, Pinterest.

CB: Instagram.

CS: No, no tengo.

GRUPO FOCAL MUJERES DE 21 A 23 AÑOS

Nombre: Johanna Solórzano

Edad: 21 años

Ocupación: Estudiante

Estado civil: Soltera

Nombre: Bárbara Montoya

Edad: 21 años

Ocupación: Estudiante

Estado civil: Soltera

Nombre: Alicia del Rosario Borrero

Edad: 21 años

Ocupación: Estudiante

Estado civil: Soltera

Nombre: Tania Rodríguez Lara

Edad: 22 años

Ocupación: Diseñadora gráfica

Estado civil: Soltera

Nombre: Nicole Romero

Edad: 22 años

Ocupación: Secretaria

Estado civil: Soltera

Nombre: Raquel Jordán

Edad: 21 años

Ocupación: Pasante y Estudiante

Estado civil: Soltera

Nombre: Karla Porras

Edad: 22 años

Ocupación: Estudiante y Empleada en una empresa

Estado civil: Soltera

Nombre: María Lorena Murillo

Edad: 21 años

Ocupación: Estudiante y asistente

Estado civil: Soltera

MODERADORA: Lo primero que se les viene a la mente cuando escuchan la palabra internet.

JS: Velocidad.

BM: Facebook.

AB: Twitter.

TR: Conectarse.

NR: Google.

RJ: Megas.

KP: Entretenimiento.

MM: mundo

MODERADORA: ¿Por qué creen que esa palabra fue la primera que se les vino a la mente?

JS: porque todo lo que quiero lo consigo rápido en el internet.

BM: porque lo primero que hago cuando llego a mi casa es ver Facebook

AB: porque todo el mundo publica cosas en Twitter.

TR: porque me permite estar conectadas con otras personas en el trabajo, amistades, todo está conectado.

NR: porque siempre que quiero buscar algo lo busco en google, es lo primero que me sale al abrir internet.

RJ: porque a veces se me acaban los megas.

KP: porque es el lugar donde nosotros entramos, por lo menos yo, entro para entretenerme, más que todo antes de hacer tareas o de investigar, me meto a Facebook Twitter, Youtube o sea en general a las redes sociales.

MM: porque cuando te conectas al internet tienes acceso al mundo entero, o sea no existen fronteras.

MODERADORA: ¿En dónde se conectan a internet?

JS: en mi casa, y en mi celular.

BM: en mi casa, universidad y en lugares concurridos.

AB: casa, universidad.

TR: en la casa y el trabajo.

NR: trabajo y de la casa.

RJ: casa, trabajo, universidad y a veces en los centros comerciales.

KP: trabajo, casa y en lugares donde lleve el celular.

MM: casa, trabajo y universidad.

MODERADORA: Ahora, ¿qué soporte tecnológico ustedes usan computadora, celulares, tabletas, laptop?

JS: computadora y celular.

BM: laptop y celular.

AB: tablet, laptop y celular.

TR: tablet, laptop y celular.

NR: computadora, laptop y celular.

RJ: tablet, computadora y celular.

KP: computadora, laptop y celular.

MM: computadora celular.

MODERADORA: ¿Cómo usan el internet, a qué sitios ingresan al internet?

JS: Google, Twitter, Gmail.

BM: Facebook, Skype, Hotmail.
AB: Hotmail, Google, Facebook.
TR: Facebook, Google, Gmail.
NR: Gmail, Facebook, Twitter.
RJ: google, Facebook, Instagram.
KP: Twitter, Facebook, Google.
MM: Google, Gmail, Facebook.

MODERADORA: Dentro del internet están las redes sociales ¿qué es lo primero que se les viene a la mente cuando escuchan redes sociales?

JS: comunicación.

BM: Candy Crush!

AB: compartir.

TR: conocer.

NR: información.

RJ: información.

KP: entretenimiento.

MM: comunicación.

MODERADORA: ¿Por qué escogieron esa palabra?

JS: porque me comunico así mismo con personas que están en el extranjero con amigos que no he visto hace tiempo, con amigos de la universidad.

BM: porque eso hago, juego Candy Crush.

AB: porque las redes sociales es un compartir constante e importante.

TR: me ayuda a conocer a las personas, visitando su perfil etc.

NR: me da información de la persona que quiero conocer.

RJ: porque me entero de lo q está pasando a nivel nacional.

KP: me entretengo viendo todo lo que postean, información porque me entero de todo.

MM: comunicarme con amigos e informarme.

MODERADORA: ¿Qué hacen en Facebook?

JS: Siempre chateo con mi madrina, también veo el Facebook de mi enamorado, de mis hermanas y primas que son chiquitas, y reviso notificaciones.

BM: busco cosas especiales como servicios y eso.

AB: la verdad ya no me llama la atención como antes, pero cuando lo abro estoy en la página principal (inicio) si no veo nada interesante lo cierro.

TR: pongo me gusta, no me gusta y de ahí nada más.

NR: reviso mensajes, notificaciones, veo que hay en la página principal y nada más.

RJ: veo el Facebook de mi enamorado porque casi no paso con él, juego Candy Crush, noticias.

KP: lo veo y si no hay nada más que hacer, Candy Crush.

MM: mensajes, notificaciones, noticias.

MODERADORA: ¿Qué hacen en twitter?

JS: si hay algo que me gusta retuiteo, converso con mis amigos, Twitter casi no uso

BM: yo casi no lo uso, reviso cuando me llega una notificación al mail respondo y eso a la semana. Casi no leo Twitter.

AB: la verdad casi no lo uso casi nada, solo para ver si tengo algún seguidor, o contesto una semana después.

TR: lo uso para leer y escribir.

NR: Leo y escribo.

RJ: veo si hay alguna una noticia.

KP: veo noticias, si hay algún Trends chistoso y todas las barrabasadas que dicen en cuanto a eso, leer las TT. Reviso noticias relevantes, y me gusta stalkear.

MM: respondo tuits, tuiteo y leo.

MODERADORA: Tiempo que le dedica a Facebook y a Twitter.

JS: Facebook 2 horas y 1 hora Twitter.

BM: Facebook 5 horas Twitter 5 minutos.

AB: Facebook 5 minutos Twitter 5 minutos.

TR: Facebook 1 hora, en Twitter de 10 a 5 minutos.

NR: Facebook 5 horas y Twitter media hora.

RJ: Facebook 5 horas y Twitter 3 minutos.

KP: tengo abierto en el trabajo Facebook y Twitter todo el tiempo o sea más o menos 10 horas cada una.

MM: Y paso conectada todo el tiempo desde mi trabajo o sea unas 6 horas cada una.

MODERADORA: Ventajas y desventajas Facebook y Twitter.

JS: Ventaja que es rápido y puedo chat con mis amigos, desventaja así mismo porque es rápido se crean problemas, peleas.

BM: Ventaja, la información desventaja el morbo de las personas, que compartes cosas muy fuertes.

AB: Ventaja, comunicarse y desventaja que se mal interpreta muchas cosas.

TR: Ventaja llegas a muchas personas, empresas trabajos etc. y una desventaja es que uno está muy expuesto, aunque digas no, solo mis amigos lo ven, igual estás ahí expuesto.

NR: Ventaja, en una empresa es que puedes promocionar tu marca, poder comunicarte con las demás personas desventaja en los niños es un peligro y ver porquerías, fotos de niños despedazados, hay personas que publican cosas muy íntimas.

RJ: Ventaja información desventaja te puedes volver adicto.

KP: Ventaja podemos chatear acercarnos a las redes sociales, desventaja, que no tienes control y en cualquier momento puedes encontrarte con hacker.

MM: Ventaja puedes acceder para encontrar mucha información, desventaja que te puedes alejar de las personas que tienes a tu alrededor por estar en las redes sociales, así como distraerte en clases y esas cosas.

MODERADORA: Aparte de Facebook y Twitter, ¿Qué otra red social utilizan?

JS: Youtube.

BM: Youtube.

AB: Instagram, Tumblr.

TR: Instagram, Tumblr.

NR: Youtube.

RJ: Instagram, Google plus.

KP: Pinterest, Instagram y Youtube.

MM: Instagram y Pinterest.