



1859

unl

Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación

Carrera de Comunicación Social

FACEBOOK COMO MODIFICADOR DEL VOCABULARIO Y LA CULTURA DEL HABLA EN LOS ESTUDIANTES DE PRIMERO A TERCERO DE BACHILLERATO DE LA UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL MATER DEI, PROVINCIA DE LOJA DURANTE EL PERIODO MARZO-SEPTIEMBRE DEL 2021

Trabajo de titulación previa a la obtención de grado de Licenciada en Ciencias Sociales de la Comunicación Social.

AUTORA:

Emily Salomé Muñoz Torres

DIRECTORA:

Dra. PhD. Erika Lucia González Carrión

LOJA- ECUADOR

2022

Educamos para **Transformar**

Certificación

Dra. PhD. Erika Lucia González Carrión

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

C E R T I F I C O:

Haber dirigido, asesorado, revisado, orientado con pertinencia y rigurosidad científica en todas sus partes, en concordancia con el mandato del Art. 139 del Reglamento de Régimen de la Universidad Nacional de Loja, la elaboración del Trabajo de Titulación denominado: **FACEBOOK COMO MODIFICADOR DEL VOCABULARIO Y LA CULTURA DEL HABLA EN LOS ESTUDIANTES DE PRIMERO A TERCERO DE BACHILLERATO DE LA UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL MATER DEI, PROVINCIA DE LOJA, MARZO – SEPTIEMBRE DEL 2021**, de autoría de la señorita egresada **Emily Salome Muñoz Torres**, previo a la obtención del grado de **Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social**, por lo que considero que la investigación cumple con los requisitos necesarios para su análisis, estudio y sustentación como lo estipulan las Normas Generales de Graduación vigente en la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación, por lo que autorizó su presentación.

Loja, 28 de julio de 2022

f)  Firmado electrónicamente por:
**ERIKA LUCIA
GONZALEZ
CARRION**

Dra. PhD. Erika Lucia González Carrión
DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Autoría

Yo, Emily Muñoz Torres, declaro ser autora del presente trabajo de titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación del Trabajo de Titulación en el Repositorio Institucional, Biblioteca Virtual.

Firma:.....

Cédula de identidad: 1104066616

Fecha: 9 de septiembre del 2022

Correo electrónico: emily.munoz@unl.edu.ec

Celular: 0989881176

Carta de autorización del Trabajo de Titulación por parte de la autora, para la consulta, reproducción parcial o total y publicación electrónica del texto completo.

Yo, Emily Muñoz Torres, declaro ser autora del Trabajo de Titulación denominado: “Facebook como modificador del vocabulario y la cultura del habla en los estudiantes de primero a tercero de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei, provincia de Loja durante el periodo marzo-septiembre del 2021”, como requisito para optar al grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, autorizo al Sistema de Biblioteca de la Universidad Nacional de Loja, para que, con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar de este trabajo en RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio de la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por plagio o copia del Trabajo de titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los nueve días del mes de septiembre de dos mil veintidós

Firma: 

Autora: Emily Salome Muñoz Torres

Número de cédula: 1104066616

Dirección: Barrio los operadores calle Cornelio Saavedra y Getulio Vargas

Correo Electrónico: emily.munoz@unl.edu.ec

Celular: 0989881176

Datos complementarios:

Directora trabajo de titulación: PhD. Erika Lucia González Carrión

Dedicatoria

A mis padres, Milton y Gloria, por darme la educación y el apoyo incondicional para que cumpla cada una de mis metas, por enseñarme el valor de la vida y lo importantes que son los sacrificios, ya que mientras más difícil todo parezca significa que una gran recompensa se acerca.

Emily Salomé Muñoz T.

Agradecimiento

En primer lugar, agradezco a la Universidad Nacional de Loja, a la carrera de Comunicación Social, a los docentes, quienes impartieron sus conocimientos en este largo camino en estos cuatro años de estudio.

Y, por supuesto, a mi directora de tesis, PhD. Erika González, por su paciencia y comprensión infinita, ocupando toda su experiencia y conocimiento para guiar este proyecto y así ayudarme a cumplir una meta, y aportar con un grano más de arena a la Academia.

Igualmente, a la Unidad Educativa Mater Dei que abrió las puertas para realizar esta investigación en especial a su directora, docente del bachillerato, estudiantes y padres de familia.

Emily Salomé Muñoz T.

Índice de contenidos

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autoría	iii
Carta de autorización.	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de contenidos	vii
1. Título.....	1
2. Resumen.....	2
3. Introducción	4
4. Marco Teórico.....	6
4.1. Vocabulario y la cultura del habla	6
4.1.1. Vocabulario.....	6
4.1.2. Comunicación como parte del vocabulario.....	6
4.1.3. Cultura	7
4.1.4. Identidad cultural.....	8
4.1.5. Identidad y medios digitales	9
4.1.7. Comunicación y redes sociales	12
4.1.8. Interculturalidad y Redes Sociales.....	14
4.2. Facebook	16
4.2.1. Red social Facebook.....	17
5. Metodología	25
6. Resultados	27
7. Discusión.....	56

8.	Conclusiones	62
9.	Recomendaciones.....	63
10.	Bibliografía	64
11.	Anexos	68

Índice de figuras

Figura 1 Sexo y edad de la muestra.....	32
Figura 2 Pregunta N°. 1 Palabras de la jerga ecuatoriana que conoce	33
Figura 3 Pregunta N°. 2 Modismos o expresiones que conoce o utiliza... ..	34
Figura 4 Pregunta N°. 3 Tiene redes sociales	34
Figura 5 Pregunta N°. 4 Razón para no tener cuenta de red social	35
Figura 6 Pregunta N°. 5 Influencia para unirse a una red social	36
Figura 7 Pregunta N°. 6 Red social con la que cuenta	36
Figura 8 Pregunta N°. 7 La red social ayuda a relacionarse.....	37
Figura 9 Pregunta N°. 8 Existe peligros con el uso de las redes sociales.....	37
Figura 10 Pregunta N°. 9 Actividades que utiliza con frecuencia en las redes sociales.....	38
Figura 11 Pregunta N°. 10 Modismos extranjeros que ha escuchado	39
Figura 12 Pregunta N°. 11 Influencia de los vocablos extranjeros.....	40
Figura 13 Pregunta N°. 12 Frecuencia con la que escucha el uso de vocablos extranjeros en su vida cotidiana	40
Figura 14 Pregunta N°. 13 Interés para fortalecer la identidad cultural de contenido propio de nuestro país por parte de la red social Facebook	42
Figura 15 Pregunta N°. 14 uso de la red social Facebook, hicieran uso frecuente de la jerga ecuatoriana.....	44
Figura 16 Pregunta N°. 1 ¿Conoce Ud. qué es una red social?	44
Figura 17 Pregunta N°. 2 Cuenta con una red social?	45
Figura 18 Pregunta N°. 3 Motivos para no tener cuenta de red social	46
Figura 19 Pregunta N°. 4 Conocen si los hijo/a utiliza las Redes Sociales.....	46
Figura 20 Pregunta N°. 5 ¿Saben lo que hace su hijo/a cuando se conecta al a red social? ..	47
Figura 21 Pregunta N°. 6 Las actividades escolares de su hijo se han visto afectado por el uso de la tecnología	48
Figura 22 Pregunta N°. 7 Agresividad de los hijo/a al no utilizar la tecnología	48
Figura 23 Pregunta N°. 8 Información del hijo/a personal por Internet.....	49
Figura 24 Pregunta N°. 9 Consejos a los hijo/a que desconfíe de la forma en que la gente da información de sí misma en Internet.	49
Figura 25 Pregunta N°. 10 Conoce si hijo/a pudo ser vulnerable ofendido, humillado o chantajeado a través de las redes	50
Figura 26 Pregunta N°. 11 Triste o deprimido de los hijos por no usar las redes sociales..	51
Figura 27 Pregunta N°. 1 Conocimiento de red social	51

Figura 28 Pregunta N°. 2 Cuenta con Red Social.....	52
Figura 29 Pregunta N°. 4 Considera que las redes sociales podría ser un medio de enseñanza	52
Figura 30 Pregunta N°. 4 Conoce si sus estudiantes tienen cuenta en una Red social.....	53
Figura 31 Pregunta N°. 6 Ha conversado con sus estudiantes sobre las redes Sociales.....	53
Figura 32 Pregunta N° 7 ¿Considera que las redes sociales han provocado desinterés en los estudios de sus alumnos?.....	54
Figura 33 Pregunta N°. 8 Los dispositivos (celulares, laptop o Tablet) facilitan revisar constantemente la red social, descuidando lo académico.....	54

Índice de anexos

Anexos 1	Ámbito geográfico de la investigación.....	68
Anexos 2	Mapa geográfico y de ubicación	69
Anexos 3	Encuestas	70
Anexos 4	Entrevista a profesionales.....	75
Anexos 5	Propuesta alternativa	76
Anexos 6	Oficios de designación y aprobación del trabajo de titulación.....	81
Anexos 7	Certificación de traducción del Abstract	82

1. **Título**

Facebook como modificador del vocabulario y la cultura del habla en los estudiantes de primero a tercero de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei, provincia de Loja durante el periodo marzo-septiembre del 2021

2. Resumen

El presente trabajo de investigación busca analizar la incidencia de la red social *Facebook* como modificador del vocabulario y la cultura del habla en los estudiantes de primero a tercero de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei, provincia de Loja. La hipótesis planteada en la presente investigación se resume en que las publicaciones que hacen en facebook inciden en la identidad cultural de los y las jóvenes, particularmente de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater- Dei, ya que adoptan identidades y expresiones lingüísticas modificadas, parecidas a las que se difunden en la red social, afectando su entorno social. Para comprobar esta hipótesis se ha utilizado una metodología cualitativa y cuantitativa, con técnicas como: encuestas para contextualizar la percepción de los estudiantes frente al uso de las redes sociales y su incidencia en la modificación de su identidad cultural; para contrastar si los datos de esta coinciden con las respuestas de la encuesta aplicada a docentes y padres de familia; y, entrevista realizada a profesionales en psicología, sociólogo, profesional en lingüística y redes sociales, con la finalidad de poder profundizar en la problemática de estudio. A partir de los resultados de la investigación se podrá verificar el uso de las redes sociales y teléfonos móviles por parte de los alumnos dentro de los espacios comunitarios (aula de clase, vivienda, patio escolar, reuniones sociales).

Palabras claves: redes sociales; identidad; cultura; personalidad; comunicación interpersonal; tecnología e internet

2.1. Abstract

The present research work seeks to analyze the incidence of social networks **"Facebook as a modifier of vocabulary and culture of speech in students from first to third year of high school of the fiscomisional educational unit Mater Dei, province of Loja during the period March-September 2021"**. The hypothesis raised in the present investigation is summarized in that, the publications they make on Facebook affect the cultural identity of young people, school of the fiscomisional educational unit mater Mater-Dei missionary fiscal school, since they adopt modified identities and linguistic expressions, similar to those that spread in the social network, affecting their social environment. To verify this hypothesis, a qualitative and quantitative methodology has been used, with techniques such as: surveys to contextualize the perception of students regarding the use of social networks and its impact on the modification of their cultural identity; observation sheets within the classroom, to check if the data of this coincide with the answers of the applied survey; and interviews with teachers, professionals and parents to delve into the study problem. From the results of this research, it will be possible to verify the use of social networks and mobile phones by students within community spaces (classroom, home, schoolyard, social gatherings).

Keywords: social networks; identity, culture, personality, interpersonal communication; technology and internet

3. Introducción

El ser humano desde que empieza su ciclo de vida, fuera del vientre de la madre, busca la forma para comunicarse y poder expresar sus ideas, pensamientos y necesidades, es así como a través de la historia el hombre fue creando los recursos para poder comunicarse, e invento varios tipos de lenguaje que hasta la actualidad persisten, entre ellos está el habla (diferentes idiomas o lenguas nativas) señas y escritura.

Los procesos comunicacionales se fortalecieron con la imprenta, que da paso a la evolución de los medios de comunicación, entre ellos radio, prensa, televisión y con el uso del internet con las diferentes redes sociales que hoy en día se usan. En la investigación se planteó como objetivo analizar la red social facebook como elemento modificador del vocabulario e identidad de los estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater-Dei, debido a que en la actualidad los adolescentes usan las redes sociales sin control y acceso ilimitado, teniendo como resultado la pérdida de la habilidad de sociabilizar, cambios de humor, comportamiento, padecen de enfermedades y/o adicciones por el uso indiscriminado de la tecnología.

Hoy en día las redes sociales se caracterizan por concentrar a un conglomerado de personas, quienes, a partir de la creación de perfiles, logran establecer vínculos de comunicación, pudiendo enterarse de lo que acontece alrededor de las personas que “siguen” o les interesa saber; en la actualidad existen una gran variedad de redes sociales utilizadas por internautas, en esta investigación se ha ubicado a la plataforma facebook, debido a la aceptación, frecuencia de uso, accesibilidad y adaptación a las exigencias de los usuarios.

Lo planteado como hipótesis en esta investigación señala que *las publicaciones que se hacen en facebook inciden en la identidad cultural de los y las jóvenes, particularmente de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater- Dei, ya que adoptan identidades y expresiones lingüísticas modificadas, parecidas a las que se difunden en la red social*; de estas surgen los siguientes objetivos: Estudiar la relación que tiene la cultura con el vocabulario de los estudiantes; analizar de qué manera la red social facebook influye en los cambios culturales que presentan los estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater-Dei; proponer lineamientos alternativos que contribuyan a mejorar y entender la red social facebook como modificador cultural.

Considerando la hipótesis planteada se han derivado los siguientes objetivos, y que, bajo los métodos de investigación cualitativos y cuantitativos, permitieron recopilar datos acordes sobre los estudiantes de primero a tercero de bachillerato de la Unidad Educativa

Fiscomisional Mater Dei provincia de Loja, como elemento modificador del vocabulario e identidad.

En la recolección de datos, se usaron las técnicas de encuesta, entrevista, las mismas que permitieron la contextualización de la problemática planteada, y fueron aplicadas a la comunidad educativa (estudiantes, profesores, padres de familia y profesionales).

En el caso de los estudiantes fue aplicada a los que cursaban de primero a tercero de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei, para corroborar lo que se ha observado en cuanto a la frecuencia, y el tiempo que dedican al uso de las redes sociales, y así establecer la incidencia en la modificación del vocabulario y la cultura de la lectoescritura.

La información obtenida de las encuestas aplicadas a los estudiantes seleccionados que son parte de la muestra intencional que se tomó para la investigación; se organizó de la siguiente manera: una primera parte la contextualización teórica, que analizo las redes sociales a partir del proceso de vinculación con la identidad y la cultura de los jóvenes que las utilizan, confirmando la hipótesis planteada.

Se analizó también la conceptualización y los hitos históricos de las redes sociales, como modificador del vocabulario y la cultura del habla en los estudiantes. Además, se recopiló varios puntos de vista acordes a la incidencia de las redes sociales en la educación y los espacios sociales ubicados de manera específica a quienes mantienen cuentas en la plataforma facebook.

En la descripción de la metodología, existe el espacio de ensamblaje de la determinación de la hipótesis, objetivos, que permitieron llegar a los resultados para poder hacer más llevadera la interpretación de estos, pudiendo concluir y recomendar sobre la intencionalidad de la investigación.

El uso de las redes sociales como modificador del vocabulario y la cultura del habla de primero a tercero de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei, está a cargo de quienes están al frente de los jóvenes, ellos deberían inculcar a estas redes no solo como herramientas de entretenimiento, si no que pueden ser coadyuvantes en los procesos de enseñanza aprendizaje y conductores de procesos comunicacionales, fortalecidos a través de un vocabulario adecuado, manteniendo la identidad cultural, fuera del aula y con el entorno social en el que se desenvuelven, teniendo en cuenta que sin la guía adecuada los efectos podrían ser contrarios.

4. Marco Teórico

4.1. Vocabulario y la cultura del habla

4.1.1. Vocabulario

Actualmente se ha discutido sobre la enseñanza del vocabulario. Al extranjero no se le enseña palabras para construir frases sino para que pueda comunicarse y que los demás puedan entenderlo. El vocabulario permite que la persona extranjera se ponga rápidamente en contacto con la cultura y vida de un pueblo (Romero, 1999). Como parte del vocabulario el hombre se comunica a través de su lengua materna.

4.1.2. Comunicación como parte del vocabulario

Se puede definir a la comunicación como la interacción entre un emisor y un receptor, por medio de un conjunto de símbolos y signos que llamamos lenguaje. Mediante este proceso se da la interacción social y a través de éste la acción recíproca de comunicación y expresión de necesidades y emociones. La Real Academia Española (2018) indica que comunicación es la transferencia de signos mediante un símbolo común de un emisor a un receptor; otros autores como Wolton (2010) menciona que la comunicación permite generar vínculos sociales y hace posible la interacción entre pares; por otra parte mencionan que generando vínculo social y haciendo posible la interacción entre pares Rizo (2004) afirma que la comunicación es vehículo principal de toda interacción en la sociedad.

En la comunicación, al existir un intercambio de signos, plantea o simboliza un acercamiento con el otro; es decir, una relación; Wolton (2010) considera que las barreras de la comunicación no sólo se circunscriben a lo físico o a lo temporal; Mattelart y Mattelart (1997), exteriorizan que es una cuestión de significado, denotando un sinnúmero de interpretaciones, malentendidos o conflictos en el intercambio comunicativo, pues hay que considerar que el mensaje transmitido no siempre va a permanecer intacto conforme lo inició el emisor (Mattelart y Mattelart 1997).

Dependiendo la circunstancia en la que se lleva a cabo el proceso comunicativo, existen tres situaciones claves, que promueven el contacto con el otro; tenemos a: compartir, la seducción y la convicción, estas tres posturas son inherentes al compartir y responder mensajes (Wolton, 2010).

Dentro de la cultura inmediata, la comunicación ha llegado a ser abreviada gracias a la mensajería instantánea, debido a esto, en el contexto con la comunicación por medio de la red, se destaca que este proceso se ha convertido en globalizador y tiene consecuencias

inmediatas tanto en la sociedad como en la cultura de manera intensa y notoria (Salvat y Serrano, 2010); en relación a la distancia física y la comunicación, los autores mencionan que, si bien es cierto, estas continúan siendo las mismas, la tecnología ha permitido acortarlas comunicativamente a través de la mensajería instantánea lo que permite que cambie la percepción del tiempo y la distancia, lo distante se convierte en un asunto cercano e inmediato.

Para Wolton (2010) lo expresado anteriormente, es un tipo de comunicación donde se observa “las aspiraciones contradictorias de nuestras sociedades contemporáneas” (p. 33) explica que las personas al comunicarse se apegan a valores que generalmente se oponen como por ejemplo la libertad con la igualdad, la identidad junto a la apertura, además del localismo y la globalización.

Salvat y Serrano (2010) expresan que las nuevas tecnologías, dentro de las cuales se encuentran los dispositivos móviles, red de internet inalámbrica, redes sociales y muchas más que se utilizan en el día a día, son una de las principales fuentes de comunicación actual; al respecto Wolton (2010) respalda la reflexión acerca del uso de las nuevas tecnologías he indican que estas “atraviesa el presente, se reencuentra con el pasado y que hace que todo sea posible en el futuro” (p. 21). Esta virtualidad se puede definir como lo opuesto a las relaciones sociales físicas y cercanas que usualmente se establecían hasta el siglo XX.

4.1.3. Cultura

Estamos ante un término que según Grimson (2010) la cultura fue un concepto que nació para oponerse a la “alta cultura” y las teorías racistas que impregnaban en un primer estadio de la antropología, al querer buscar diferencias jerarquías entre los diferentes grupos humanos, se consideraba que sólo este conjunto de personas estaba dentro del proceso cultural.

Grimson (2010) indica que la cultura surgió para oponerse a la idea de que hay gente culta e inculta los que tienen esa alta cultura que define a un grupo en concreto, minoría por cierto de la gran masa “sin cultura” ni media ni baja.

Gutiérrez (1680) señala que la palabra cultura adquiere primero el significado de urbanidad, cortesía, refinamiento de costumbres, entre otras características. En el siglo XVIII estamos ante la visión de que una persona “culto” es una persona leída, sensible a las artes, ópera, teatro, con ciertas costumbres que le identifican con un grupo. Si bien Tylor, (1871) planteó un concepto de cultura asociado a todo lo que tenga que ver con conocimientos, tradición, costumbre y hábito inherente a la persona dentro de una sociedad, al ser

perteneciente de esta. Para Harris (2011) cita la definición de Tylor de la siguiente manera: la cultura en su sentido etnográfico es ese todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad. El término cultura no solo significa vestirse bien, ser cultos, saber historia, sino que también nos referimos a la herencia social, a las costumbres, tradiciones adquiridas a lo largo de la vida de un pueblo, las cuales se deben a la comunicación entre los miembros de una población. Sin embargo, Kluchohm (1952) señala que la cultura es el modo total de la vida de un pueblo, el legado social que un individuo adquiere de su grupo, una manera de sentir, pensar y creer, una abstracción de la conducta, un depósito de saber almacenado, una conducta aprendida y compartida, etc. Según Guerrero Arias (2002) la cultura no puede seguir siendo leída como un atributo casi natural y genético de las sociedades. La cultura tiene que ser mirada como una “construcción” específicamente humana, resultante de la acción social. La cultura es esa construcción que hizo posible que el ser humano llegue a construirse como tal y a diferenciarse del resto de los seres de la naturaleza. Teniendo en cuenta que la cultura es el modo total de la vida de un pueblo, el legado social que un individuo adquiere de su grupo, una manera de sentir, pensar, en donde intervienen festividades, tradiciones, religión, lo que les hace a las personas tener ese sentido de pertenencia que les conecta con sus raíces históricas culturales. Somos formados culturalmente gracias a la comunicación. Tylor (1871) plantea que la cultura es un todo complejo, que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, en general, los diversos hábitos y 23 capacidades adquiridos por el hombre. La cultura constituye un sistema de interrelaciones entre los procesos individuales, sociales, históricos del comportamiento colectivo.

4.1.4. Identidad cultural.

El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente, que se alimenta de forma continua de la influencia exterior.

Para Merry (2003) se entiende por identidad cultural a todos aquellos elementos que permiten identificarnos, caracterizarnos, mostrar que tenemos en común y que nos diferencia de otros pueblos, mientras que, al hablar de cultura, nos estamos refiriendo a elementos materiales y espirituales, que han sido organizados con lógica y coherencia, donde participan los conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres, que fueron adquiridos por

un grupo humano organizado socialmente. Este concepto infiere a aquello que tiene que ver con las creencias, tradiciones, símbolos, comportamientos, valores, orgullo que comparten un grupo de personas y que a su vez son aquellos que permiten la existencia de un sentimiento de pertenencia. Es decir, aquel sentimiento que, a pesar de las diferencias individuales, los miembros puedan tener algo en común que los identifique y que los una.

“La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias o los comportamientos colectivos, esto es los sistemas de valores y creencias. Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad” (González Varas, 2000, p. 43).

Es decir, la identidad cultural se construye porque el hombre es un ser social por excelencia, que aprende por influencia del medio y de las personas que le rodea, por lo tanto, el conocimiento mismo es un producto social.

Es importante señalar que estas definiciones no marcan un límite o una barrera para el entendimiento de la identidad cultural, porque si hay algo verdaderamente claro al debatir sobre estos temas, es el carácter dinámico de la cultura y, por ende, el mismo carácter cambiante y poco rígido de la identidad cultural. Retomando el tema de los elementos que conforman la identidad cultural, valga decirlo, son elementos del campo de la cultura. Pero ¿cuáles son estos elementos? No existe un único criterio al respecto debido a la complejidad y amplitud de la Cultura.

4.1.5. Identidad y medios digitales

Los ambientes virtuales, en línea, que las nuevas tecnologías proveen, ofrecen nuevos desafíos y posibilidades para la autopresentación y la impresión que dan las personas a sus contactos mediante los procesos comunicativos (Merchant, 2006).

A diferencia de la comunicación no-virtual, es decir, de la comunicación real, los medios digitales permiten que las personas construyan una imagen de ellas mismas de manera fácil y rápida (Serrano-Puche, 2013).

En esta nueva era, la era de la información y la tecnología, donde la identidad ha ganado un mayor poder, es lógico que cualquier cambio en la identidad social tenga un mayor impacto en los medios digitales, porque es a través de estos se pueden expresar la gran mayoría de las comunidades. Por otro lado, los usuarios están tan sobreexposados a

los medios digitales que sufren barreras de identidad, una consecuencia no deseada de su uso, ya que las sociedades tecnológicas permiten que las plataformas guíen a los usuarios en las rutinas diarias, manipulando así el comportamiento de las personas en función de sus gustos y preferencias para crear y dirigir nuevas necesidades.

Esta es la dinámica de los medios digitales, la construcción de identidades en el contexto de la globalización y la creación de una sociedad digital. Una de las franjas de los medios digitales son las redes sociales, a través de las cuales las personas pueden conectarse con otros usuarios y cada uno puede proyectar el modelo de identidad que desee, mostrar diferentes aspectos de su personalidad o crear una imagen de ser miembro de un determinado grupo.

Los medios digitales se han convertido en custodios de distintos tipos de identidades con las que las personas se sienten identificadas en diferentes momentos, brindando un soporte virtual para vincularse a dichas identidades. A través de la web se manifiestan diferentes tipos de identidades, en general varía según el tipo de plataforma digital sobre la que se desarrollará, por ejemplo, correo electrónico, redes sociales, juegos en línea, y si las personas que interactúan entre sí son conocidas físicamente o sólo a través del conocido virtual. Podría decirse que, en la era de los medios digitales, existe un debate entre la mente interna del individuo y el entorno social, porque la globalización afecta culturalmente a las personas en sus entornos reales y virtuales.

La globalización y la forma en la que diversas identidades culturales se han reafirmado, se interrelacionan en la estandarización de la cultura, ya que se suele asociar la globalización con el peligro de las identidades individuales de las personas (Castells, 2010). Culturalmente, es un tanto factible indicar que, en distintos géneros narrativos, como el correo electrónico, las personas tienden a demostrar más su identidad cotidiana que en distintos medios comunicativos. En otras palabras, la forma en que las personas se relacionan exagera la utilización de aparatos digitales y esto hace dudar a los usuarios con la idea de que todos los demás llevan a cabo los procesos comunicativos de la misma manera y que su no-uso puede causar la no-pertenencia a determinados grupos.

4.1.6. Redes Sociales

Según lo estipulado por Martínez (2010) las denominadas redes sociales son organizaciones generadas de manera virtual que, en un breve período de tiempo, han captado la atención de millones de usuarios. De acuerdo a Van Dijck (2016) “estos sitios priorizan el contacto interpersonal, sea entre individuos o grupos; forjan conexiones personales,

profesionales o geográficas y alientan la formación de lazos débiles” (p. 24). Ya que, como fue señalado anteriormente, se conforma una relación en base al simulacro comunicativo y no en base a la comunicación personal y física, o real. Si bien es cierto, las redes sociales pueden hacer más expedita la comunicación entre las personas, no deben reemplazar este proceso. Cabe destacar, que las redes sociales logran enlazar distintos tipos de formatos comunicativos, como lo son las imágenes y textos, videos, juegos, eventos a los cuales se puede asistir, entre otros.

Salvat y Serrano (2010), mencionan que la característica esencial de las redes sociales es que conforman comunidades, puesto que tienen en común distintas edades, el uso de ciertos códigos, intereses similares y muchas más que traspasan los límites del universo. Estas redes, para facilitar la interacción entre sus usuarios, se clasifican en redes sociales que agrupan a contactos y amigos con intereses comunes, es decir, redes sociales personales, en ellas, los usuarios, generalmente, publican fotografías personales y escriben lo que se supone están pensando de manera libre, además de interactuar a través de comentarios y mensajería instantánea.

Valinedome de los conceptos investigados puedo decir que las redes, valiéndose del potencial que significa la digitalización, generan y modernizan sus fórmulas comunicativas que abarcan tanto lo local como lo global. En esta era, la llamada sociedad de la información, los cambios mentales producidos son tan grandes como la cantidad excesiva de información, ya que estas comunidades virtuales son una especie de plataforma que pueden tanto producir información como interconectar a personas con afinidades en común. La principal característica de este tipo de comunidades es que son flexibles en cuanto a la conexión y tiempo de interacción, de esta forma, los usuarios consideran que son libres puesto que ingresan dentro de las aplicaciones en las cuales están sincronizadas estas redes sociales en el momento que quieran e interactuar con las personas que consideren sin que necesariamente estén conectados de manera simultánea. Esto hace que el tipo de relación sea débil, llegando al punto de ser irreal, pues se está simulando una interacción humana y física por medio de la virtualidad.

En conformidad con Martínez (2010), existen cuatro características fundamentales que definen porqué se usan las redes sociales, ellas son: diversión, relaciones sociales, identidad personal y vigilancia. En el aspecto relacionado por diversión, se explica que las redes sociales generan diversión y, al estar entretenidos, el tiempo pasa muy rápido mientras las personas están conectadas. El segundo punto, las relaciones sociales, es

explicado que la base de las redes sociales es la interacción entre las personas que se encuentren conectadas a la red, ya sea de manera simultánea o con algún tipo de desfase. El punto número tres, que se relaciona con la identidad personal, se muestra como el refuerzo de la identidad de las personas que se crean un perfil en una red social (por ejemplo, Facebook), considerando que exponen lo que los demás usuarios vean de ellos mismos, como sus gustos y preferencias, opiniones políticas, pensamientos y mucho más; incluso aparentar estados de ánimo para captar la atención de los demás usuarios. El punto número cuatro, vigilancia, se presenta como el hecho de permanecer activo en la red y estar al día en cuanto a las actualizaciones de los perfiles (en el caso de Facebook) de los demás usuarios y de sus publicaciones.

En otras palabras, estar siempre atentos a lo que hacen o publican los contactos en esta comunidad virtual. El mismo autor, hace referencia a la confianza que tienen los usuarios con las redes sociales ya que sitúan ahí sus datos personales, fotografías, estados de ánimos, pensamientos, actividades y un sinfín de informaciones propias de un ser humano. Su análisis se centra en que las personas que utilizan este tipo de redes exponen sus vidas de manera que incluso simulan amistades reales a través de las pantallas de los distintos dispositivos móviles, sintiéndose gratificados y complementando su alegría real con la virtual. Dado que este tipo de redes, de cierto modo “comparten los protocolos de comunicación”, se suelen considerar como válidas comunicativamente debido a que, al interactuar mediante ellas, existe un emisor, un mensaje y un receptor; dejando a un lado la interacción física, real y simultánea que es la que realmente forja los lazos en la sociedad.

Es posible decir entonces que, dado lo fácil y rápido que es aprender y utilizar las redes sociales, muchas personas se sienten atraídas por pertenecer a ellas y luego no imaginan sus vidas sin estar conectados, pensando que es la única forma de interactuar y establecer relaciones sociales, sin notar que este tipo de relaciones muy rara vez puede llegar a concretarse como real y que generalmente no es más que un simulacro de la interacción y sociabilización real.

4.1.7. Comunicación y redes sociales

Estas comunidades comunicativas, como lo son las redes sociales, han contribuido en una transformación universal en cuanto a la manera de comunicarse y mantener el contacto con las distintas personas forman parte del cotidiano de los usuarios. Situación que comenzó a generarse poco después del cambio de milenio, los servicios online dejaron

de ofrecer canales de comunicación en la red y pasaron a convertirse en vehículos interactivos y retroalimentados de sociabilidad en red reemplazando, en muchas ocasiones, a la sociabilidad real. Como la tecnología y la información han avanzado en calidad de modernidad y usos, se han incorporado nuevas herramientas, junto a ellas, nuevas formas también para interactuar y entablar relaciones personales. Cabe destacar que las redes sociales pueden proporcionar tanto facilidades para entablar relaciones personales como relaciones comerciales con marcas que publiciten por estos medios (Martínez, Rodrigo y Martín, 2015).

La manera de comunicarse ha sido adaptada por las redes sociales, ya que estas aplicaciones permiten la comunicación a través de internet de manera más rápida y expedita. Se puede decir entonces que la mayoría de las personas que se comunican en línea con otros, lo hacen mediante este tipo de aplicaciones, que se han llegado a transformar en un sistema de comunicación.

También cabe mencionar que estas redes tienen la capacidad de crear y destruir identidades y diferencias, ya que las interacciones que los usuarios logran a través de la red, se correlacionan con la popularidad entre sus contactos, o con el rechazo, pues se convierten en productos y publicidades de los consumidores. No adherirse a estándares establecidos ad hoc por los mismos usuarios, tratando de una unificación virtual donde la libertad y la identidad se consideren dominantes, desarrollando diferentes formas de atraer público a la red como un aspecto importante. Esta nueva forma puede tener un impacto positivo o negativo en sus usuarios, afectando directamente la forma en que se comunican, donde los usuarios pueden crear una identidad digital, en una forma de conexión que no sucedería si se conocieran de otra manera. Cara a cara con tus contactos y una popularidad largamente esperada dada la creciente popularidad de las redes sociales, ya que brindan una forma más eficiente de mantenerse conectado socialmente con personas que no son necesariamente cercanas en términos de distanciamiento físico, hay tres principios que le den valor que les permita cambiar la forma en que las personas se comunican y construyen relaciones sociales.

El primero de ellos es la afiliación voluntaria con la que los usuarios participan, creando sus cuentas y perfiles, la segunda es la colaboración con la que cada usuario aporta en el crecimiento de estas redes, publicando fotografías, agregando información personal, publicando sus actividades y los comentarios que emiten de las actividades de sus usuarios, entre muchas más; y, finalmente, la atención con la que todos están día a día, acerca de las

publicaciones tanto personales, publicitarias o informativas que se compartan en las redes. Los medios han necesitado crear contextos para que los usuarios de las redes sociales puedan interactuar con ellos y con demás usuarios, sintiéndose libres de poder comentar o discutir, bajo la estructura que establecen estas redes; creyendo que el espacio es propio y comunitario a la vez.

A modo de conclusión, se expresa que, a lo largo de los últimos 200 años, la presencia en los medios tradicionales de comunicación ha llegado de manera clandestina, usurpando la forma en la que se acostumbraba a llevar a cabo la comunicación y a relacionarse socialmente.

4.1.8. Interculturalidad y Redes Sociales.

Al hablar de redes sociales, por y para la cultura, es necesario entender que las mismas adquieren un nuevo rol en la sociedad, ya que no sólo están ahí para comunicar o transmitir algo, sino que por sí solas, pueden transformar la realidad inmediata mediante sus características básicas, como la inmediatez, la brevedad del mensaje, la preponderancia de la imagen frente al texto, etc. Al respecto Martín Babero (2017) señala es que las redes ponen en circulación son a la vez flujos de información y movimientos de integración a la globalidad tecno económica, la producción de un nuevo tipo de espacio reticulado que debilita las fronteras de lo nacional y lo local al mismo tiempo que convierte esos territorios en punto de acceso y transmisión, de activación y transformación del sentido de comunicar.

Hay que destacar que a pesar de que la cita anterior es tajante, esto no implica que las personas se hayan sumergido de golpe y de lleno en la racionalidad de las redes sociales y tecnológicas. Tampoco es cierto que automáticamente la sociedad se haya sumado por completo a un nuevo sistema de velocidades, lenguajes, códigos, etc. Partiendo de la idea anterior, también hay que destacar que, a pesar de las actuales implicaciones positivas de las redes sociales en el ámbito cultural, no siempre tuvieron este efecto y, de hecho, en un principio tuvieron una especie de efecto de desorden de la cultura como había sido concebida hasta aquel entonces. Así, por ejemplo, en un inicio las industrias culturales trastocaron los valores que habían matizado a los productos culturales, por un lado, pero por el otro, volvieron estos productos más accesibles a los públicos más amplios y variados a nivel mundial. Esta idea, estudiada por varios filósofos de la escuela Crítica, fue una de las principales críticas que enfrentaron las nacientes industrias culturales. Por ejemplo, Benjamín (1989) señala: “quitarle su envoltura a cada objeto, triturar su aura es la signatura de una percepción cuyo sentido para lo igual en el mundo ha crecido tanto que, incluso por

medio de la reproducción, le gana terreno a lo irrepetible” (p. 25).

Este contexto al que hace referencia Barbero se halla íntimamente ligado a la crítica que sufrieron los grandes paradigmas que explicaban la sociedad, y por ende, al auge de estas nuevas teorías y corrientes que buscan dar una explicación de la realidad. Estos nuevos enunciados y formas de entender la realidad cobran cada vez más importancia y audiencia, gracias al espacio de enunciación que suponen las redes sociales, en donde cualquier idea, discurso o mensaje tiene la misma importancia o cabida que cualquier otro texto que haya sido producido por cualquier actor o institución social: ... emerge un descentramiento cultural que cuestiona radicalmente el carácter monolíticamente transmisible del conocimiento, que revaloriza las prácticas y las experiencias, que alumbra un saber mosaico hecho de objetos móviles, fronteras difusas, de intertextualidades y bricolajes. Pues si ya no se escribe ni se lee como antes, es porque tampoco se puede ver ni representar como antes (Martín Barbero, 2000, p. 40).

La idea anterior es esencial para entender que la tecnología, la electrónica y por ende las redes sociales, han entrado a configurar y matizar la forma en que se concibe y se visibiliza a la cultura. Pero también hay que entender que esta nueva configuración no es una manipulación de la cultura por parte de las redes sociales, sino una nueva forma de ser parte del mundo cultural, y de interactuar con él, casi en mayor grado que el anterior régimen de la materialidad y del espacio físico. Partiendo de todo este andamiaje que se ha pretendido caracterizar, las redes sociales han ocasionado que la cultura sea cada día más especializada, pues el mercado la segmenta en función de públicos más y más diversificados; pero por otro lado, cada día más elementos de la vida social adquieren una significación cultural para las personas: Hoy son sujeto y objeto de la cultura tanto el arte como la salud, el trabajo como la violencia, y también hay cultura política, cultura del narcotráfico, cultura organizacional y cultura urbana, juvenil, de género, profesional, audiovisual, científica, tecnológica, etc. (Martín Barbero, 2000, p. 42). En este proceso de segmentación y unificación de los elementos y contenidos culturales, las redes sociales han posibilitado que características del pasado adquieran una nueva significación en la contemporaneidad, y que las mismos supongan una doble consideración para la cultura: que estos elementos sean utilizados o bien por los grupos hegemónicos de poder, o por los grupos subalternos como medidas de resistencia.

La idea anterior supone reconocer el papel de las redes sociales en el campo de la cultura como verdaderamente esencial para entender las dinámicas culturales e

interculturales modernas, pero también para comprender que esta mediación, que es posible gracias al uso de estas nuevas tecnologías, ha implicado una serie de cambios en la concepción de la cultura como algo meramente arcaico o anticuado. Por el contrario, supone dar un espacio real y consuetudinario a todos estos múltiples grupos y actores individuales o colectivos que habían sido relegados de participar activamente en la esfera pública, que, a pesar de cualquier consideración, viven en el presente, y no en épocas pasadas. Aceptar como válida la idea anterior supone dejar de concebir a las culturas tradicionales como ancladas en un pasado remoto que les niega participar de los procesos tecnológicos actuales. Es decir, dejar de creer que los grupos de la Amazonía están supeditados a vivir en la selva, sin tener acceso a fuentes de internet; o que los afrodescendientes no pueden darles múltiples usos a las redes de comunicación.

4.2. Facebook

Facebook es una red social creada en 2004 por un grupo de estudiantes pertenecientes a la Universidad de Harvard, entre ellos Mark Zuckerberg, su figura principal. El propósito de esta creación era instaurar una red para que los estudiantes de dicha universidad pudieran comunicarse entre ellos. Un año después, en 2005, Facebook agregó establecimientos de educación secundaria a su red, tanto de Estados Unidos como de otros lugares del mundo. Por lo que, en diciembre de ese mismo año, Facebook ya alcanzaba los 5,5 millones de usuarios (Fonseca, 2015).

De acuerdo al mismo autor, se conoce que la apertura de Facebook para todas las personas mayores de catorce años fue en el mes de septiembre del año 2006, junto con ello en el mismo año, comienza la apertura de Facebook también para los anuncios publicitarios, la creación de los grupos y nuevos servicios. Es por este motivo que Facebook cerró su año 2006 con alrededor de 12 millones de usuarios. Durante los años 2008 y 2009, Facebook se expandió y de tener 50 millones de usuarios en 2007, finalizó el año 2008 con 145 millones de personas suscritas a la red social (BussinerInsider, 2012).

Con el lema de “Facebook te ayuda a comunicarte y compartir con las personas que forman parte de tu vida” escrito en la página principal del sitio web oficial de esta red (www.facebook.com), Facebook se ha convertido en la red social más usada a nivel mundial, tanto en forma de aplicación utilizada en dispositivos móviles, como en el computador utilizando el sitio web. Según se estipula, en agosto de 2018, Facebook ya contaba con más de 2.196 millones de usuarios activos, considerado el 29% de la población

mundial.

4.2.1. Red social Facebook

Facebook como red social cuentan con varios servicios dentro de su plataforma, describiré algunos de estos, tales como:

4.2.1.1. Lista de Amigos: la conforman personas que a través de una solicitud de amistad el propietario de la cuenta de Facebook tiene la decisión de aceptar o no, como parte de sus contactos virtuales.

4.2.1.2. Grupos y Páginas: los grupos permiten agregar fotos, vídeos, mensajes, entre otras publicaciones.

4.2.1.3. Las páginas: se han creado con fines específicos, están encaminadas hacia marcas o personajes, por lo que no permiten los foros de discusión.

4.2.1.4. Notificaciones: donde aparecen diferentes acciones de todos los contactos.

4.2.1.5. Muro: es un espacio en cada perfil del usuario, que permite que sus contactos le escriban mensajes, posteen fotos, o el propietario de la cuenta lo haga. Lo que se publica está visible solo para los usuarios que estén registrados en esta red social.

4.2.1.6. Fotos: una de las características de Facebook ha sido la capacidad para subir fotos, los usuarios pueden crear álbumes o subirlas directamente al muro, compartiendo con sus amigos las actividades que ellos realizan

4.2.1.7. Regalos: los regalos o gifts son pequeños íconos con un mensaje.

4.2.1.8. Aplicaciones: son sistemas operativos con los que puedes averiguar el horóscopo, quien es 19 tu mejor amigo, descubrir aspectos de tu personalidad, romances ocultos, animal favorito, la frase del día, entre otras cosas.

4.2.1.9. Juegos: la mayoría de las aplicaciones encontradas en la red social se relacionan con juegos o pruebas de habilidades. Eventos: brinda la posibilidad de organizar programas e invitar amigos a participar de ellos.

4.2.1.10. Botones de interacción: me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece y me enfada, son las diferentes opciones para interactuar con los contenidos publicados por otros usuarios en la red.

4.2.1.11. Chat: se puede establecer una conversación al instante con cualquier persona sin importar tiempo y espacio.

Sin embargo para Canclini (1990) los adolescentes de las comunidades indígenas de América Latina, que tienen acceso a esta red social, mantienen contacto con un acervo de culturas en el mundo y al no estar afianzada su identidad individual y colectiva, se produce

un choque multicultural violento, en el que impera la denominada “mega cultura”, así llama García Canclini al consumo de información que domina a las personas y que confunden a la sociedad sobre la verdadera cultura, sobre lo tradicional, lo moderno y popular.

Se puede decir que Facebook es un espacio o medio de comunicación, donde confluyen diferentes culturas, ideologías, patrones de comportamiento, siendo los jóvenes susceptibles fácilmente a cualquier tipo de información. El propósito de la aplicación es reunir a personas con intereses comunes o en algunos casos, a los internautas para que se sientan atraídos por su plataforma. Los avances tecnológicos y el impacto en las comunicaciones han globalizado y cambiado la cultura de cada pueblo y su gente ya que permite acceder a innumerables contenidos e información.

4.2.3. Me Gusta dentro de facebook.

Fonseca (2015) exterioriza que, en el año 2009, Facebook incorporó el tan renombrado botón Me Gusta, agregando una nueva funcionalidad entre los usuarios de la red social. Este controvertido botón, que permite a los usuarios expresar de manera instantánea su aprobación de una idea o elemento específico y compartirlo en el acto se ha convertido en la función característica de Facebook y su ícono, una mano con el dedo pulgar hacia arriba, ha llegado a ser el símbolo con el que se reconoce a esta red social.

Serrano (2016), comenta que el sentido del botón me gusta se relaciona directamente con el concepto de aprobación y que este concepto hoy en día continúa siendo un asunto de gran importancia, ya que se “envuelve en ella todo un universo tan importante para los humanos como el universo moral. En toda expresión de aprobación hay escondida esa expresión moral, la mayoría de los usuarios esperan esa aprobación y viven más o menos pendientes de ella” (p. 60).

Si bien es cierto, probablemente muchos usuarios no sienten que su moral está jugando un rol mientras interactúan a través de Facebook, sí es muy posible que el al no obtener una cantidad abundante de Me Gusta en sus publicaciones, se sientan frustrados y rechazados por su entorno; entorno que no es más que un grupo de personas conectadas por medio de una pantalla, comunicándose de manera virtual los unos con los otros y simulando una relación social real. Se puede resumir el sentido que le da Facebook a los conceptos de compartir, hacer amigos y me gusta son conceptos ideológicos potentes cuyo impacto trasciende Facebook y alcanza todos los rincones de la cultura, lo que afecta el sentido mismo de la sociabilidad, debido a que en esta nueva sociedad digital, estar conectado o pertenecer a una red social es tan importante como relacionarse de manera cercana y física con las

personas; tomando en cuenta entonces los conceptos ya mencionados no de la manera como la mayoría de las personas que crecieron sin la existencia de estas redes, sino que con la nueva forma de vivir, conectados y esclavos de la red.

2.2.4. Usos y usuarios del facebook.

La plataforma de Facebook permite que sus usuarios creen un perfil, este consiste en ingresar información personal, gustos y preferencias, información de contacto fotografías y más. Aparte de ello, los usuarios pueden agregar un listado de contactos (que en el caso de Facebook se les llama amigos), también unirse a grupos y comunicarse con sus amigos a través de chat y video (Van Dijck, 2016).

Para que se genere la interacción en Facebook, los usuarios publican sus estados y esperan a que la audiencia reaccione ante ellos, ya sea haciéndoles algún tipo de comentario o dándole clic en el botón Me Gusta para que alcance un número significativo y cada usuario sienta su publicación como aprobada.

Se entiende por estado, la publicación en Facebook en la que se informa a los demás en qué se anda o también para anunciar algún cambio en la vida personal de las personas, por ejemplo, alguna relación sentimental o cambio profesional, gracias a estos estados es que los demás usuarios están al tanto de la vida los demás y, al saber cómo funciona el sistema, ya conocen a sus audiencias y la forma en la que pueden satisfacerlas (Marwick & boyd, 2011).

Los usuarios de esta red social pueden ser clasificados en dos categorías, una de ellas es la de los usuarios activos, que difunden, comentan y comparten publicaciones, fotografías o estados y la segunda categoría es la de los usuarios pasivos, que son aquellos que consumen el contenido que publican sus contactos y que nunca hacen publicaciones de sus estados o fotografías, ni comentan acerca de los demás (Burke, 2011).

Entre los usuarios activos, están los que utilizan Facebook para comunicarse de manera interpersonal y también para mantener las relaciones sociales que ya tienen, además de divertirse. Es posible entonces que las personas utilicen Facebook tanto para pasar el tiempo, como para desarrollar nuevas relaciones y conocer gente nueva. Cabe destacar que, actualmente, la gente joven está migrando hacia otras redes sociales (Instagram, por ejemplo) ya que, al haber tantos usuarios adultos en Facebook, sienten que su privacidad está mermada y, por ende, una limitación de su libertad.

Es posible concluir entonces, que el uso de la red social Facebook queda únicamente establecido por la utilización que sus usuarios quieran darle, pensando en que son libres al ser dueños de su perfil y sin notar que siguen las estructuras y lineamientos establecidos por el sistema.

4.2.5. Facebook y sus consecuencias

Zaremohzzabieh (2014) dice que Facebook ha llegado a ser una parte fundamental en la vida cotidiana de las personas y que la gran mayoría de los estudiantes pertenecientes a estudios superiores consideran que obtienen beneficios educacionales y sociales al poseer una cuenta en esta red. Si bien es cierto, pese a tener beneficios entre los estudiantes, este tipo de redes puede generar adicción entre los estudiantes universitarios dada la gran cantidad de horas diarias en las que permanecen conectados.

Sin olvidar que las redes sociales, en este caso Facebook, son solo plataformas virtuales, las consecuencias que trae su uso van a depender del uso que le den las personas que las utilizan y con las personas que decidan interactuar. Ahora bien, si la sociedad permite que Facebook establezca las reglas de cómo funciona la sociabilidad a través de la red, el mundo estará potenciado y regido por Facebook esto se debe a que Facebook se convierte en la pieza clave de un circuito de circulación y producción de información que se reproduce tanto entre las personas, como en marcas publicitarias que obtienen información acerca de las preferencias de los usuarios de Facebook para establecer y predeterminar qué tipo de publicidad aparecerá en sus secciones de noticias y así crear la necesidad de adquirir cierto tipo de productos.

Es por ello que, y en concordancia con Fonseca (2015), el consumo se ha convertido cada día en un asunto más social tanto por medio de la red. Las posibilidades de nuevas relaciones entre marcas y consumidores son infinitas y es una de las grandes consecuencias del uso de este imperio llamado Facebook, ya que la red ha proporcionado a las magnas industrias toda la información acerca de los gustos y preferencias de los usuarios.

4.3 Identidad Social.

Castells (2010) se refiere que puede entenderse por identidad, el proceso en el que las personas construyen el sentido a lo que realizan en sus vidas. Mediante este proceso, sienten lo que son y por este motivo, se desarrolla una construcción social y cultural. Dicho de otra forma, la identidad también se puede definir como la construcción del sentido del

ser, ya que es la manera en que las personas tienen para definirse a ellas mismas. Esta definición se puede manifestar de manera física, relacionándose con las características corporales de un individuo; de manera social, de acuerdo a los roles, estatus y la pertenencia a grupos determinados; y, en último lugar, a la manera reflexiva, según sus características innatas, comportamiento y disposición social (Sandstrom en Cohen, 2018).

Según el mismo autor, este concepto también puede ser visto desde dos perspectivas, la primera es la del individualismo, donde la personalidad de un individuo y sus valores constituyen una estructura relativamente estable, y la segunda es la perspectiva de comunidad, en donde el individuo es primordialmente social y se adapta a través de las relaciones que establece con otras personas. En este sentido, el significado de la existencia se puede adaptar a diferentes contextos, y esta habilidad se adquiere a través de un proceso colaborativo con otros.

En relación con lo mismo, Merchant (2006) afirma que todo tipo de identidad es vista como una construcción artificial que depende en la confianza y amor de las demás personas para existir o, dicho de otro modo, la identidad se ha convertido en un producto social que se crea mediante lo que se puede compartir con el entorno social, es por ello que hay personas que llegan a ser más populares, ya que construyen su identidad sociabilizando con una cantidad mayor de personas.

Por ende, la formación de la identidad es un proceso diario, estimulado por diversos desafíos en cada etapa del desarrollo psicosocial de las personas, todos los tipos de identidades son construidos, pero que lo relevante es saber cada uno de sus propósitos y motivos.

Según lo estipula Pierre Bourdieu (citado en Silva, 2013) la identidad social está definida y afirmada por la diferencia. Esto quiere decir que, se genera y desarrolla en contextos diferentes. La representación de la identidad, de manera inevitable, relaciona el sentido de la audiencia, con la importancia de a quienes se les está presentando la forma de ser, debido a que las personas son seres sociales, y que aprenden a través de la interacción comunicativa que se desarrolla en el entorno, es este mismo ambiente el que contribuye con la evolución de la identidad social de los individuos, dada su diversidad. Como, generalmente, las personas pertenecen a más de un grupo social, esto determina también la variabilidad de la identidad de un ser y cómo se desenvuelve en sus distintos contextos cotidianos.

En este sentido, identidad se puede definir como “la relación entre la singularidad y la diferencia”, dada la pertenencia a distintos grupos sociales, la identidad social se expresa en que cada uno de esos grupos influye, de cierto modo, en la manera de pensar y comportarse, ya que las personas se identifican en distinta medida con cada uno de ellos.

Se dice también, que la identidad le da sentido a la vida de las personas, debido a que determina la forma en que los individuos ven y viven la vida. En otras palabras, la identidad construye socialmente a una persona, dándole una interpretación cultural y distintiva (Lazo, 2017).

La identidad social, es entonces el enfoque en el que se derivan los aspectos de la imagen propia de una persona en los distintos grupos sociales a los que se pertenece, o se cree pertenecer. Como consecuencia, los individuos instauran en ellos mismos actitudes, que llegan a establecer similitudes con las demás personas pertenecientes a dichos grupos y se puede concluir que, en tal caso, una parte de la forma de ser o personalidad de los individuos depende del contexto y grupos sociales en los que está inmerso. De este modo, las personas se desenvuelven como un conjunto y no como seres individuales.

Gracias a ello, la identidad social de las personas se construye a través de la experiencia de vida de los individuos y de los contextos territoriales, culturales y lingüísticos en los que se desenvuelven (Castells, 2010).

4.3.1. Identidad y Facebook

Baym (citado en Cohen, 2018) menciona que la identidad de un usuario, por cómo se expresa en Facebook, entrega la naturaleza social de establecer y compartir experiencias, pensamientos y compromisos sociales a través de la red, de manera distinta a como se relacionan dos personas en un contexto formal o jerárquico. Esto se debe a que Facebook está dirigido mediante la tecnología, texto e imágenes, lo que se ha vuelto más notorio y utilizado, convirtiéndose en la desmaterialización del entorno social. Lejos de facilitar la construcción de la identidad en línea, estos sitios crean conflictos identitarios entre sus usuarios y quienes controlan estas plataformas, controlan también las identidades de quienes las utilizan.

A través de Facebook, los usuarios pueden proyectar distintas versiones de sí mismos mediante sus diferentes interacciones desarrolladas en la ya mencionada red social, provocando incluso, cambios sustanciales en relación a su identidad personal real (Arcila, 2011). Aquí los adolescentes se abren sobre sus vidas y se presentan sin ningún parámetro, mostrando al mundo su vida cotidiana, momentos felices y difíciles, sus amigos virtuales

creen que están visualizando una representación real de su vida, porque a través de Facebook, la identidad juega un rol fundamental en el desarrollo de los individuos tanto fuera o dentro de la red.

Esto se debe a que “hoy, más que nunca, ser es ser visto” (Pérez-Jiménez, 2015, p. 90), sobre todo a través del perfil de Facebook, dicha situación conlleva a que los usuarios, destacando a los jóvenes y adolescentes, se someten a la utilización de su imagen como símbolo de pertenencia y aprobación en grupos sociales, tanto reales como virtuales, llegando incluso a sentirse ajenos a su apariencia que se entrega a los mandatos de la estética, a veces a costa de su salud y hasta de su vida.

La situación se interpreta como que los usuarios de Facebook confían en los esquemas establecidos por la plataforma y comparan sus perfiles con los de los demás para estar a tono con lo que la red social demande en momentos y situaciones específicos, alineándose con los requerimientos identitarios establecidos por el mismo Facebook.

Por naturaleza, Facebook es una plataforma social egocentrista que anima a sus usuarios a moldear sus perfiles e interactuar activamente siguiendo una línea comunicativa normada por la plataforma, promocionando el “yo como centro de una extensa red de contactos o vínculos que podrían existir en la vida real, pero también con lazos débiles y latentes” (Van Dijck, 2016, p. 85).

En el perfil de un usuario de Facebook, la biografía y el listado de amigos son parte de él (del usuario) mientras esté conectado a la red, en otras palabras, en el contexto de Facebook, el ser es un asunto temporal (Cohen, 2018).

Según lo establecido por Van Dijck (2016), en este tipo de entorno, a las personas les agrada mostrarse y consideran que publicando información generada por ellos mismos puede construir su identidad, ya que estarían alcanzando un grado más alto de popularidad.

La identidad digital de las personas se mercantiliza con los roles sociales y las expectativas de la comunidad perteneciente a Facebook mediante la retroalimentación recibida a través de los me gusta. Gracias a ello, los usuarios consideran que ser populares en Facebook les asegura una individualidad única y distinta a las demás personas, sin considerar que están siendo todos sometidos a una estructura impuesta, que les permite alcanzar un grado más alto de popularidad, no solo en Facebook, sino que también en otros tipos de círculos sociales. Un aspecto clave de la identidad digital desarrollada en Facebook es que presenta a los usuarios compartiendo y publicando sus actividades diarias, gustos y pensamientos en tiempo real.

Cada decisión que tomen los usuarios de Facebook en relación a la personalización de su biografía implica un esfuerzo en la construcción de la identidad de cada persona. Ya que continúan expresándose no solo al crear el perfil, sino que también expresan aspectos identitarios a través de sus publicaciones y fotografías.

Facebook ha impuesto la idea de que mientras más contenido e información sea compartido entre los contactos de un usuario, más transparente es la persona dueña del perfil, por lo que su identidad estaría más clara y definida, si una persona valida la identidad de otra a través de la retroalimentación por parte de sus contactos en relación a la cantidad de me gustas, claramente está queriendo intentar reconocerse y confirmar si realmente son quienes creen que son (Belk, 2013).

Según Van Dijck (2013) los perfiles de Facebook, y de otras redes sociales, no son reflejo de la identidad de una persona como Marc Zuckerberg pretende que los demás creen, pero está llegando a ser parte de la construcción de como una persona se siente en relación con ella misma y no en relación con cómo cree que la ven los demás usuarios.

5. Metodología

Para la siguiente investigación se empleó el método cualitativo, con respecto a las variables de estudio; este método hizo un análisis sobre la identidad cultural que conservan y como han variado, con el uso de redes sociales específicamente con Facebook.

El método Cuantitativo permitió realizar la medición del comportamiento relacionado a las interrogantes planteadas en las encuestas, lo que visualizo cuantos de los estudiantes de la institución estaba atravesando modificaciones en sus procesos comportamentales, como culturales relacionados al habla y su identidad.

5.1. Técnicas e Instrumentos

En esta investigación la encuesta, permitió la recolección de información por medio de cuestionario. Las mismas que se aplicaron con el objetivo de analizar cómo la red social Facebook influye en el vocabulario como parte de la cultural de los jóvenes, de forma particular los pertenecientes a la Unidad Educativa Fiscomisional “Mater -Dei” de la ciudad de Loja

La entrevista estuvo orientada a contrastar información de manos de profesionales que permitan tener una visión diferente, con criterio profesional y experiencia.

Este instrumento fue utilizado para cumplir con el objetivo de estudiar la relación que tiene la cultura con el vocabulario de los estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater -Dei.

5.2. Población y Muestra

La población de estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei es de 975, personas, sin embargo, para la aplicación de la encuesta se tomó una muestra referencial de 90 estudiantes cursantes de los cursos de bachillerato.

Formula

Fórmula del cálculo para toma de tamaño de muestra

$$n = \frac{k^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^2 \cdot (N-1)) + k^2 \cdot p \cdot q}$$

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

k: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza: un 95,5 % de confianza es lo mismo que decir que no se puede equivocar con una probabilidad del 4,5%.

e: es el error muestral deseado.

p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$. **n:** es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

Población	Total	Muestra
Estudiantes	90	74
Padres de familia	90	74
Profesores	15	14

Estudiantes N = 90

k:2

e:5%

p:0.50

q:0,50

n (muestra):74

Padres de familia N = 90

k:2 e:5% p:0.50

q:0,50

n (muestra):74

Profesores N= 15

k:2 e:5% p:0.50

q:0,50

n (muestra):14

6. Resultados

Resultados de la entrevista profesionales en lingüística; sociología, redes sociales Psicología, obtener información sobre la relación de la red social Facebook como modificador del vocabulario y la cultura del habla en los estudiantes

A cada uno de los profesionales se les realizó una entrevista grabada, previo un esquema preelaborado, los resultados son:

¿Cree usted que la red social Facebook influye la cultura de los jóvenes?

Profesional en lingüística

Las redes sociales no son malas, Las redes se las utilizan de acuerdo a lo que el ente humano cree pertinente hacerlo, pero si la juventud no está preparada y no tiene experiencia en este sentido, entonces ahí está las consecuencias. Al momento de analizar la influencia de Facebook en la cultura de los jóvenes, se puede decir que, al ponerse en contacto con esta red, se dejan llevar por el impacto del momento y lo que en las redes sociales aparece, especialmente en el sentido de cómo se interrelacionan los jóvenes, ahí entran algunos asuntos de carácter lingüístico.

Profesional en Sociología

Considero que, si porque los jóvenes visualizan información de diferentes partes, diferentes países, en su mayoría de Latinoamérica, y éstos tienden a copiar ese vocabulario, copian esa cultura de ese país o de aquellos países y eso incide en la identidad cultural de los jóvenes. se puede decir que Facebook influye, pero hay que determinar estos factores como la amistad, donde uno puede conocer amistades, donde presentamos un rol que se va mimetizando con la realidad ya que no se lo interioriza, como resultado una identidad y personalidad ambivalente.

Profesional en redes sociales

Facebook es una red social que obtuvo un gran crecimiento durante la década pasada y que se popularizó por sus atractivos de estar informado y en comunicación con personas cercanas o personas con las que se dejó de tener algún contacto. Sin embargo, en este mar de información hay riesgos para personas de cualquier edad y en ese sentido, los menores y adolescentes son muy vulnerables. Esta red social tiene el poder de influenciar en sus usuarios mediante publicaciones, videos e imágenes, todos estos aspectos impactan a los menores y sobre todo en su cultura al estar expuestos a evidenciar contenido de distintas

partes del mundo.

Profesional en psicología

Lamentablemente la situación de los adolescentes se ha corrompido más ya que las redes sociales han transformado su entorno familiar y social, ya que ellos al ver ciertas publicaciones se dejan influenciar por este contenido, al querer sentirse incluidos ellos cambian su esencia, su actitud, su manera de pensar, hay una gran inestabilidad, sobre todo con las tendencias porque ellos quieren pertenecer a ese círculo social, dentro de esto hay aspectos positivos pero también negativos, que pueden dañar su planificación a futuro.

De acuerdo a las respuestas emitidas por profesionales, respecto a la apreciación que tienen sobre la red social Facebook y su influencia respecto a la cultura de los jóvenes, Los profesionales entrevistados concuerdan en que Facebook tiene la capacidad de influir en sus usuarios a través de publicaciones, videos e imágenes, ya que los jóvenes tienden a ser vulnerables y estos a su vez se dejan llevar por el impacto del momento y lo que en las redes sociales aparecen, copian culturas de otros países adoptándolas en su diario vivir.

¿Qué opina con respecto al uso constante de modismos y extranjerismos en los jóvenes?

Profesional en lingüística

estas terminologías inciden en ellos porque es un grupo de palabras con las cuales se familiarizan y consiguen engranar lazos de amistad muy sentida, sin importar las consecuencias que se pueden derivar de este tipo de situaciones, entonces las incidencias gramaticales y de todo orden lingüístico por supuesto que influyen dentro del lenguaje cultural. Por eso cuando los jóvenes hacen uso excesivo de modismos y extranjerismos de manera indirecta menosprecia todas estas situaciones que son importantísimas a una adecuada comunicación, al despreciar los hechos, crea su propia gramática, pero se van formando este tipo de veredas y lagunas lingüísticas que después no sabemos cómo nos comunicaremos,

Profesional en sociología

Claro, ahí entran algunos asuntos de carácter lingüístico. El uno es el semántico, o sea, el nuevo significado que ellos le dan a palabras ya existentes y lo adaptan a sus realidades para despistar a quienes lo escuchan ya que pueden resultar molestos, entre comillas, al escucharlos en un contexto más culto. Cada cultura tiene sus propias realidades y esas

emergen desde la lengua. Por eso es que uno tiene que educarse en la lengua. Pero una lengua metalingüística, en la que yo reflexiono el contenido de ese lenguaje.

Profesional en redes sociales

Es muy conocido que México, Argentina y Colombia tiendan a internacionalizar su contenido de manera masiva a través de Facebook, lo que tienden a hacer los jóvenes es adaptar todo lo internacionalizado y adoptarlo para nosotros, con la finalidad de parecerse a ellos y así reproducir lo que ellos hacen, no para mejorar, pero si para cambiar.

Profesional en psicología

debemos ser conscientes de que los menores de edad y los adolescentes son personas que están en proceso de formación, están construyendo sus valores, construcción de su personalidad y se les debe guiar en el uso de estas redes sociales. Los jóvenes son muy perceptibles y receptan más este tipo de contenidos dependiendo de si los hacen sentir mejor o lo asimilan como algo bueno, esto los ha llevado a destruir nuestro léxico, y en efecto las redes sociales a través de la internacionalización que están acarreado.

De acuerdo a las repuestas emitidas por profesionales sobre su opinión con respecto al uso constante de modismos y extranjerismos en los jóvenes, los profesionales concuerdan en que el uso constante de estos vocablos de otros países, se debe a que los jóvenes son muy perceptivos y lo asimilan como algo bueno, pero inciden dentro del lenguaje cultural llegando a destruir nuestro léxico.

¿De qué manera cree usted que se podría mejorar el uso de las redes sociales?

Profesional en lingüística

Mundialmente nos estamos dejando absorber por la tecnología especialmente de las redes sociales, no por culpa de ellas, sino por la falta de preparación que tenemos la gran mayoría de seres humanos en todo el planeta, es por eso que debemos limitarnos mucho a su uso y limitar también a nuestros hijos teniendo como prioridad otras actividades como leer un libro, practicar un deporte reforzar algún talento artístico, es decir actividades que antes se las desarrollaba y que son mucho más productivas que estar frente a un teléfono la mayor parte del tiempo.

Profesional en sociología

A los menores y adolescentes hay que guiarlos para que aprendan a manejar de manera responsable las redes sociales, Hay que guiarlos frente a quiénes son las personas que tienes como amigos o seguidores, es correcto que sigas estas cuentas, qué sensaciones y emociones te generan seguir esta cantidad de cuentas y que sean lo suficientemente críticos para dejar de seguir cuentas por su salud mental. Por ello es importante el papel de guías.

Profesional en redes sociales

La conversación y la reflexión que se puede generar con los adolescentes es importante. Y esto va no solamente para redes sociales sino para nuestro día a día, al final, estamos formando futuros ciudadanos que deben ser conscientes y críticos de todo lo que se genera a su alrededor. Y a partir de esa conversación tomar decisiones y recomendaciones como las mencionadas anteriormente: hacer configuraciones necesarias, bloquear anuncios, establecer horarios para entrar a redes, autocuidado frente a lo que se publica, reflexión sobre lo que se replica, conocimiento de las personas que son tus amigos y bloquear a personas que no se conocen, entre otros aspectos.

Profesional en psicología

Se podría mejorar desde casa, los padres deberían preguntarles a sus hijos que es lo que hacen, revisar constantemente que es lo que ven, ya que el contenido que se muestra en las redes sociales no son parte de la realidad, pero al publicarla ellos la adquieren como si fuera algo real y quieren formar parte de esa interpretación de la realidad que formulan, creando una nueva ideología inestable que depende de las tendencias que se ven en redes sociales.

En la pregunta que se les ha planteado de acuerdo a la opinión de cómo se podría mejorar el uso de las redes sociales en las nuevas generaciones, para que puedan incidir positivamente en los mismos, los profesionales concuerdan en que se debería tener más control en el uso excesivo que se les da, en razón de que el hecho de pasar la mayor cantidad de tiempo consumiéndolas, llega afectar de manera significativamente su desenvolvimiento en el entorno que se desarrollan.

¿Mediante encuestas obtuve como resultado que los jóvenes utilizan y conocen más sobre vocablos extranjeros que de los que son propios de nuestro país, que opina con respecto a esta falta de identidad cultural?

Profesional en lingüística

Realmente es una situación lamentable el hecho de que los jóvenes no se sientan identificados con sus raíces, al no identificarse con la cultura a la cual uno se debe, un pueblo se vuelve pobre, y cuando va perdiendo la lengua lo pierde todo.

Profesional en sociología

La Influencia de las redes sociales recae en la facilidad que tenemos las personas para memorizar e imitar comportamientos o situaciones que gustan o nos causan un apego emocional, pero de igual manera esta capacidad, ha venido siendo un arma de doble filo porque poco a poco se han ido adoptando extranjerismos principalmente en el léxico que manejemos cotidianamente, los jóvenes principalmente han reducido la práctica de lectura y de escritura porque se enfocan más a consumir lo externo para tener una visión global de la vida y de las cosas, pues de a poco van arrinconando su lengua y al arrinconar su lengua está arrinconando su cultura.

Profesional en redes sociales

Pienso que muchas de las veces se le da la culpabilidad principalmente a las redes sociales, pero esta problemática puede surgir a raíz de varios factores, empezando por los hogares, escuelas y colegios, ya que es de menester de los padres y maestros, guiarlos para que puedan aprovechar este tipo de herramientas positivamente, debido a que dentro de las redes sociales también se encuentra información que pueden ayudar a mejorar muchos aspectos en su desarrollo personal.

Profesional en psicología

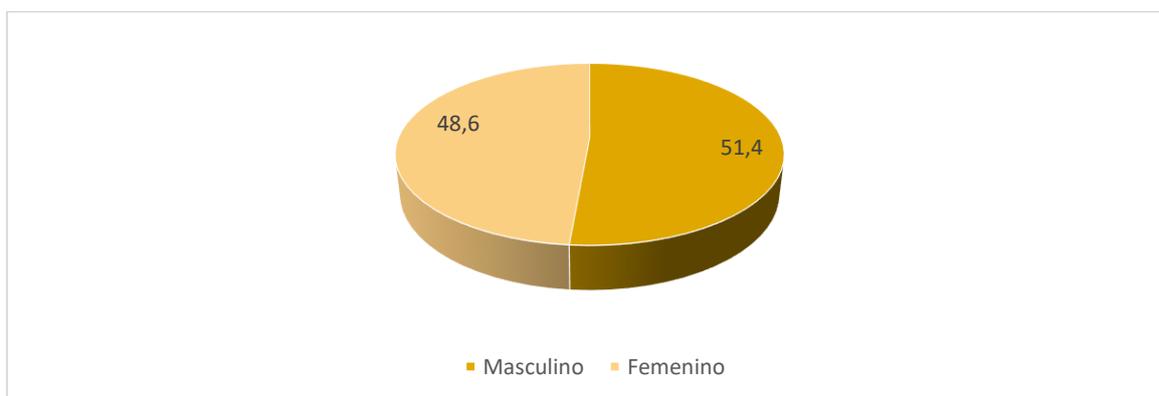
Los cambios en los jóvenes no son solo físicos, sino también psíquicos. Estos cambios los llevan a pasar por crisis de identidad como los que se reflejaron en esta encuesta. Son tantas las circunstancias que inciden a que los jóvenes, sean los que reciben las consecuencias fatales, porque buscan el amor que todos necesitamos, el afecto, la consideración, el respeto y a veces no lo encuentran, entonces ¿en dónde lo encuentran estos chicos? en las redes sociales y es ahí en donde empieza esta relación a fraguarse, con esto se da la creación de un nuevo vocabulario que por lo regular es un vocabulario que altera en cuanto a la normativa que cada comunidad lingüística tiene ya establecida para entenderse y por ende, comunicarse como debe ser.

En la pregunta que se les ha realizado a los profesionales, que tiene que ver con la falta de identidad cultural en los jóvenes hoy en día, ellos concuerdan en que en las nuevas generaciones han ido adoptando otro tipo de modismos debido a varios factores, pero principalmente a las redes sociales, ya que es ahí donde pasan el mayor tiempo conectados, es por esto que es de vital importancia entender el uso que se les da las mismas, ya que este puede ser negativo si no las aprovechamos como lo que son, “herramientas de comunicación con el mundo exterior.

Resultado de la encuesta realizada a los estudiantes

Figura 1

Sexo y edad de la muestra



Autor: Emily Muñoz Torres

Nota: Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

Análisis e interpretación

Para determinar resultados de la presente investigación se aplicó la encuesta, con una muestra que involucró a 74 personas, entre hombres y mujeres, en un rango de edad de 14 a 19 años, estudiantes de primero a tercero de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei, de los cuales el 51,4% son de género masculino y el 48,6% es femenino, no existe diferencia estadísticamente significativa.

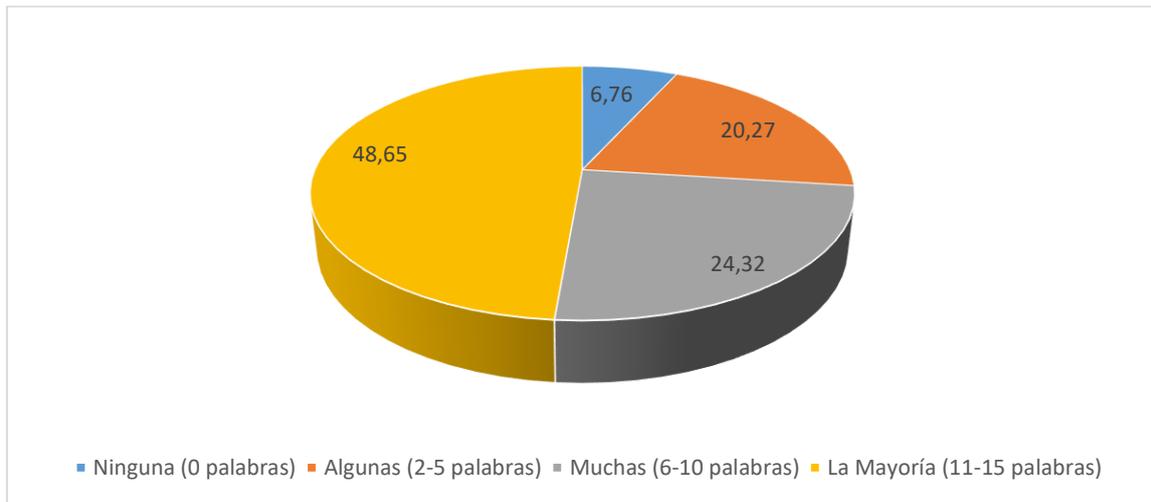
Se ha considerado como público objetivo a este segmento, por la influencia de las redes sociales sobre ellos, además que determinados autores refieren al impacto que tienen las nuevas tecnologías en la población joven.

Resultado de encuesta realizado a los adolescentes

En la encuesta realizada a 74 estudiantes de 14 a 19 años correspondiente a los cursos de primero, segundo, tercio año de bachillerato respondieron así:

Figura 2

Pregunta N°. 1 Palabras de la jerga ecuatoriana que conoce



Autor: Emily Muñoz Torres

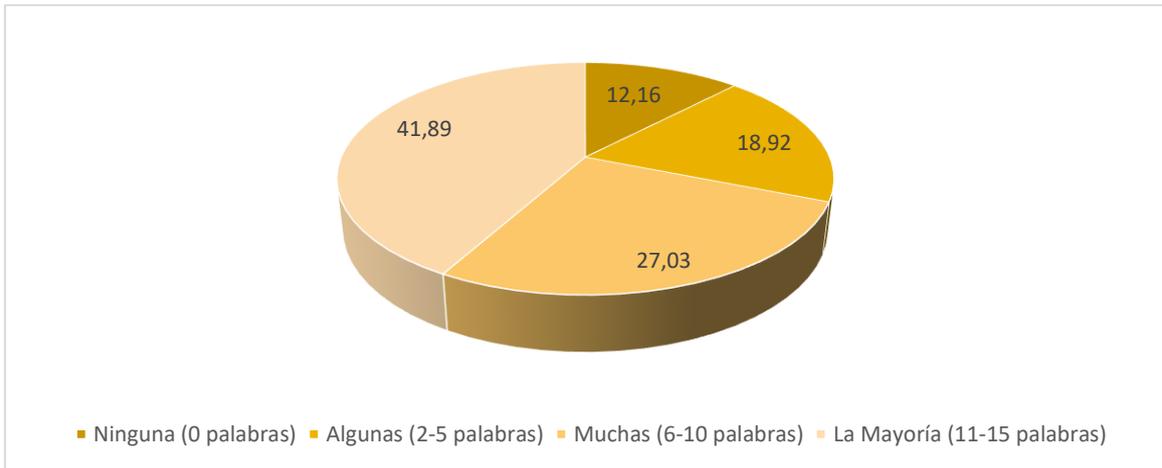
Nota: Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

En la figura 2 se aprecia que el 48.65% de los estudiantes conocen la mayoría de las palabras de la jerga ecuatoriana; el 24.32% conocen muchas palabras; el 20,27% conocen algunas palabras; mientras que un 6,76% desconocen las palabras

Se considera que las jergas son un lenguaje especial utilizado por un grupo social diferenciado que solo es usada por los propios hablantes de ese grupo social, es difícil de entender para aquellas personas que no forman parte de ese grupo social concreto. Los resultados permiten exteriorizar que los estudiantes en su mayoría si conocen las palabras de la jerga ecuatoriana, considerando que son expresiones de nuestro país y que las redes sociales son fuente para difundirlas y adaptarlas al lenguaje diario.

Figura 3

Pregunta N°. 2 Modismos o expresiones que conoce o utiliza



Autor: Emily Muñoz Torres

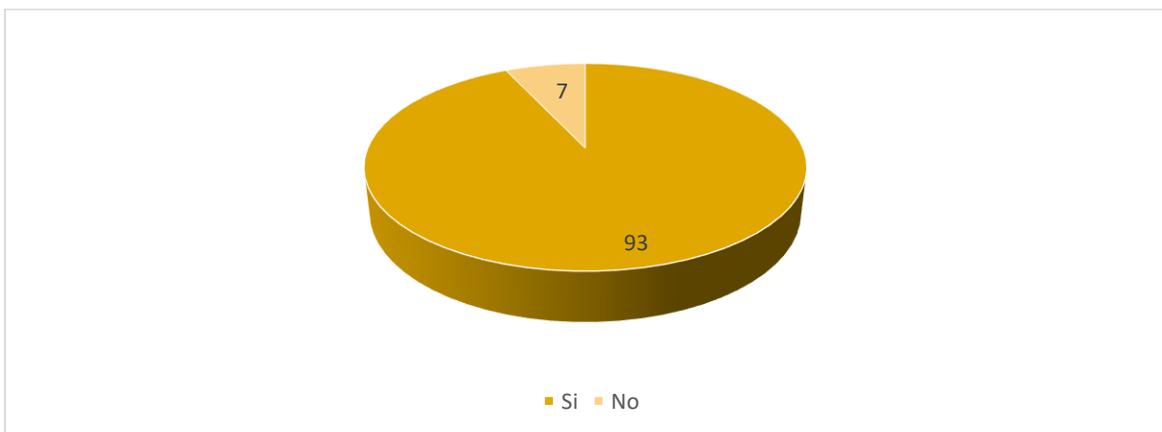
Nota: Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

La figura 3 permite indicar que el 41,89% de los estudiantes conocen la mayoría de los modismos o expresiones que utiliza, el 27,03% de los estudiantes conocen muchos modismos o expresiones; el 18,92% conocen algunos modismos; mientras que el 12,16% no conocen ninguna de las palabras.

Los modismos son costumbres lingüísticas o costumbres idiomáticas de moda, se establecen como palabras, frases y expresiones diferentes tanto a su sintaxis como semántica, los modismos urbanos, identifican la forma de hablar de las personas, en tal virtud se aprecia que los estudiantes en general conocen los modismos, influenciados por las redes sociales.

Figura 4

Pregunta N°. 3 Tiene redes sociales



Autor: Emily Muñoz Torres

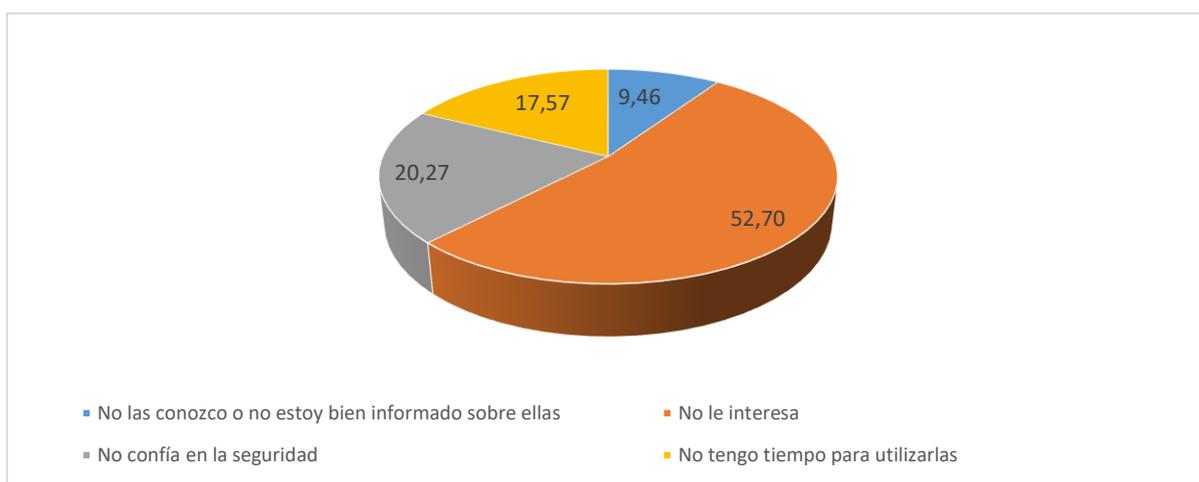
Nota: Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

En la figura 4, se puede observar que el 93% de los estudiantes encuestados tienen cuenta en alguna red social, mientras que el 7% contestó que no, lo que manifiesta que casi la totalidad de los jóvenes entre 15 y 19 años tienen acceso a una red social.

Las redes sociales son una serie de plataformas digitales que permiten la conexión e interacción entre diversas personas, a través de ella se difunde información ilimitada, es en la actualidad una herramienta imprescindible, a través de las redes sociales es posible realizar diversas acciones como el envío de mensajes instantáneos.

Figura 5

Pregunta N°. 4 Razón para no tener cuenta de red social



Autor: Emily Muñoz Torres

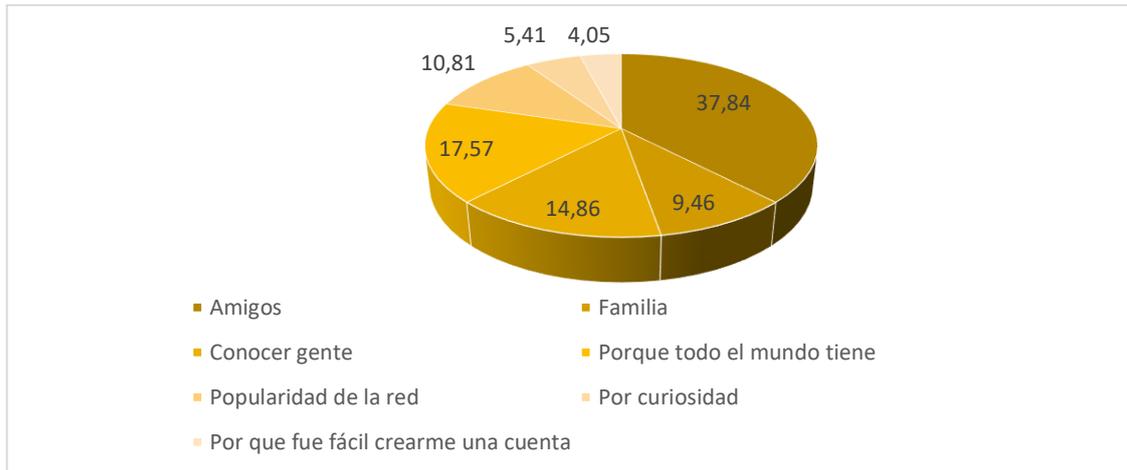
Nota: Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

La Figura 5, infiere que el 52,7% de los encuestados no les interesa tener redes sociales; el 20,27% indicaron que no confían en su seguridad, el 17,57% porque no tienen tiempo para utilizarla, el 9,46% manifiestan no conocer las mismas.

Lo que deja entre ver que el acceso a la tecnología en la actualidad alcanza casi al 100% quedando excluido un grupo muy pequeño que se lo podría atribuir a la falta de recursos económicos, distancias y coberturas de los servidores de internet.

Figura 6

Pregunta N°. 5 Influencia para unirse a una red social



Autor: Emily Muñoz Torres

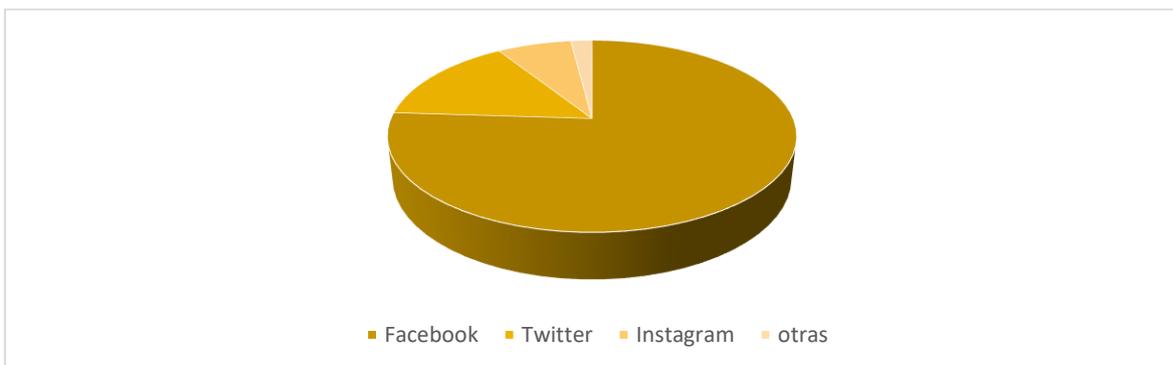
Nota: Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

Se observa en la figura 6, que los jóvenes a quienes se les aplicó la encuesta el 37.84% indicaron que lo que les motivó a unirse a una red social fueron los amigos, el 9.46% indicaron que les motivaron sus familiares, el 14,86% dijeron que les motivó conocer gente, el 17.57%, porque todo el mundo lo tiene, 5,41% por curiosidad, el 10,81% por la popularidad de la red.

La influencia de los amigos o en otros casos la aceptación en los grupos hace ser una de las motivaciones más fuertes en este grupo de individuos. Existiendo más influencia del círculo social que de la misma familia.

Figura 7

Pregunta N°. 6 Red social con la que cuenta



Autor: Emily Muñoz Torres

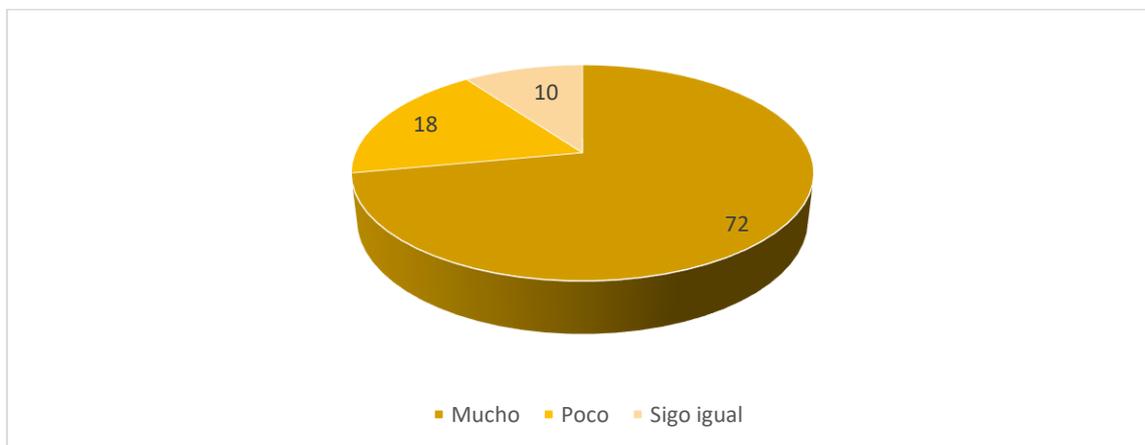
Nota: Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

En la figura 7, se determina que el 76% aseguraron que tienen cuenta de red social

en Facebook, 15% tienen cuenta en Twitter y 2% Instagram., esta ultima la ligan a su cuenta de Facebook, lo que quiere decir que todos pueden ser parte de una red social, ya que, a pesar de no tener la edad permitida para el ingreso, ellos alteran la misma y crean sus perfiles.

Figura 8

Pregunta N°. 7 La red social ayuda a relacionarse



Autor: Emily Muñoz Torres

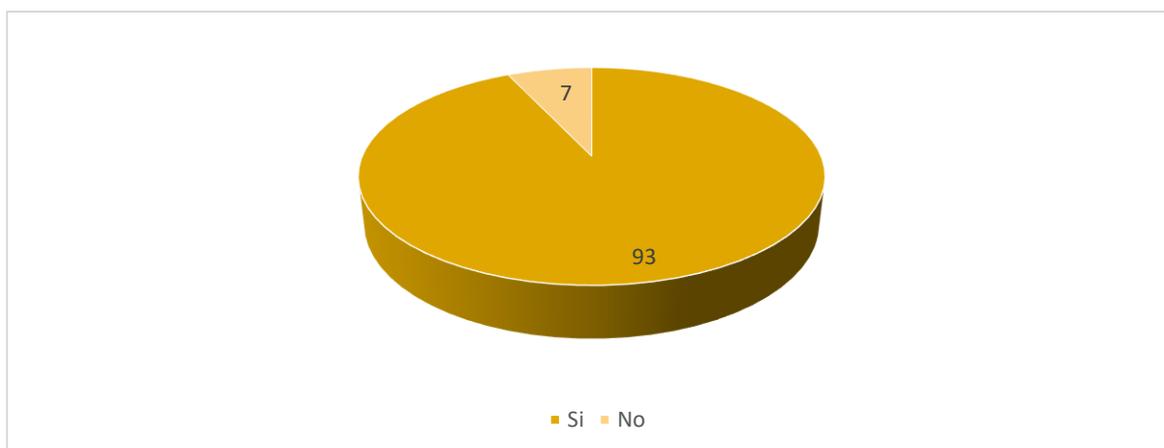
Nota: Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

En la Figura 8, el 72% de los encuestados manifestaron que el usar redes sociales les ayudó mucho a relacionarse; el 18% dijeron que poco y el 10% no ha influido o sigue igual.

Para los jóvenes en estos tiempos ellos creen que las redes sociales es una herramienta que le abre puertas para exteriorizar sentimientos que en persona no lo pueden hacer y hasta creen tener mayor aceptación de esta forma.

Figura 9

Pregunta N°. 8 Existe peligros con el uso de las redes sociales



Autor: Emily Muñoz Torres

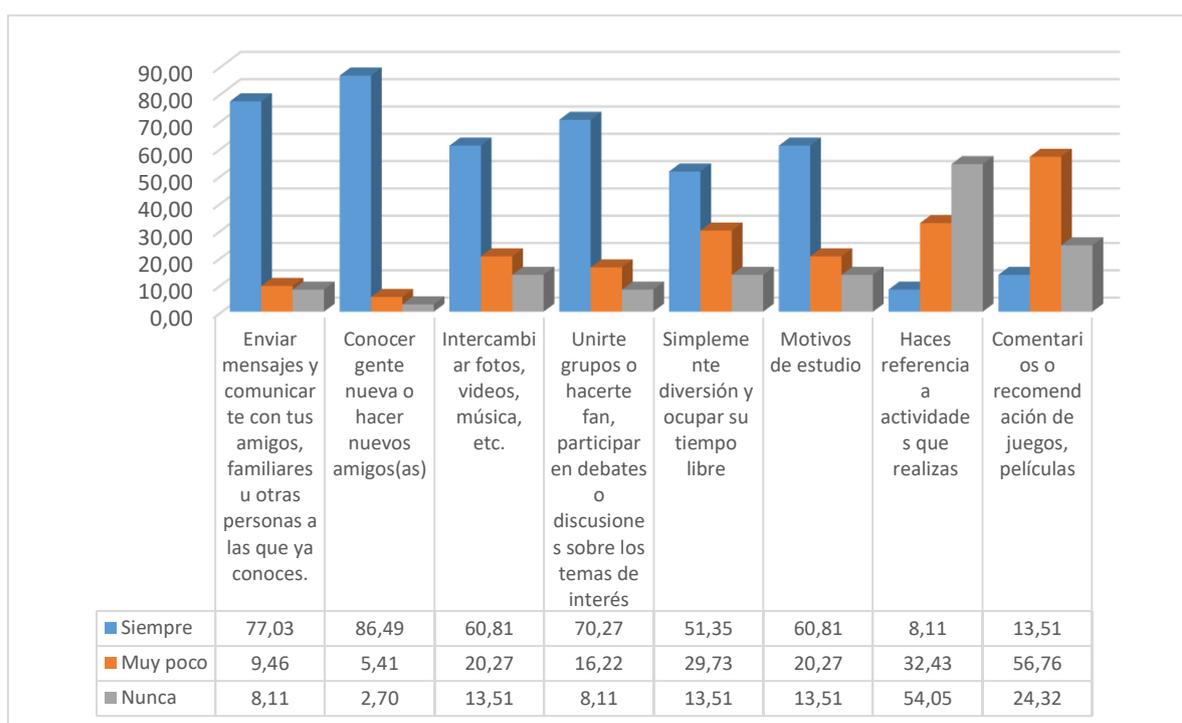
Nota: Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

En la figura 9, el 93% de jóvenes contestaron que, si conocen que pueden correr peligros en las redes sociales, el 7% indican que no corren peligro.

Al apar que avanzan los recursos tecnológicos en cuanto espacios comunicaciones redes sociales los jóvenes tienen más conocimiento y sentido de responsabilidad de los riesgos y peligros que existen en las mismas. Las redes sociales traen consigo peligros sobre todo en los adolescentes, los cuales, sin una adecuada educación en seguridad cibernética, les hace más vulnerables.

Figura 10

Pregunta N°. 9 Actividades que utiliza con frecuencia en las redes sociales



Autor: Emily Muñoz Torres

Nota: Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

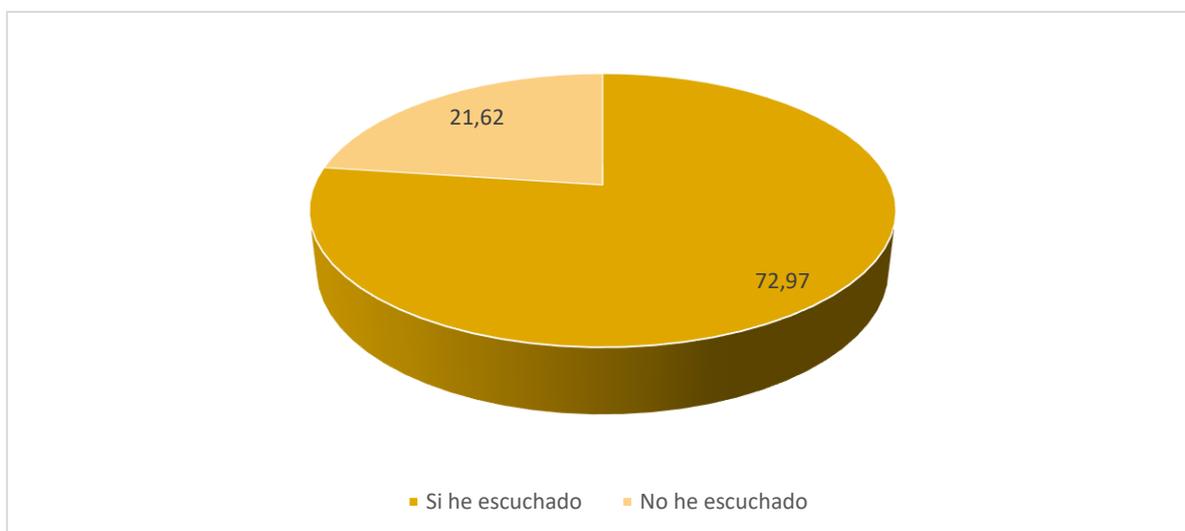
En la figura 10, se aprecia las respuestas por cada una de las opciones de respuesta el 77.03% indican que una de la actividad más común es la de mensajear con amigos, familiares u otras personas que conocen; el 9,46% muy poco lo hacen y el 8,11% nunca lo hacen; en lo referente a conocer gente nueva o hacer nuevos amigos el 86,49% siempre lo hacen; mientras que el 5,41% lo hacen muy poco; y, el 2,70 nunca lo hacen; en cuanto a la actividad intercambiar fotos, videos, música el 60,81% siempre; el 20,27% muy poco; y el 13, 51% nunca lo realizan; con respecto a la pregunta de unirte grupos o hacerte fan, participar en debates o discusiones sobre los temas de interés los encuestados indicaron que

siempre el 70,27%; muy poco el 16,22% y nunca el 8,11%; respecto a la pregunta si lo realizan por simplemente diversión y ocupar su tiempo libre el 51,35% mencionaron que siempre; el 29,73% muy poco y el 13,51% nunca lo realizan por ese motivo; al indagarles si la actividad es por motivos de estudio el 60,81% lo realizan siempre; el 20,27% muy pocas veces y el 13,51% nunca realizan por ese motivo; si lo hacen por referencia a actividades que realizan el 8,11% siempre; el 32,43% muy pocas veces y el 54,05% nunca por referencias a las actividades; con respecto a que si realizan comentarios o recomendación de juegos, películas el 13,51% siempre lo hacen por este motivo; el 56,76% muy pocas veces mientras que el 24,32% nunca realizan esta actividad.

Se contrasta las respuestas y se demuestra que las redes sociales han permitido crear un vínculo entre quienes usan las redes, y hacer nuevos “amigos.

Figura 11

Pregunta N°. 10 Modismos extranjeros que ha escuchado



Autor: Emily Muñoz Torres

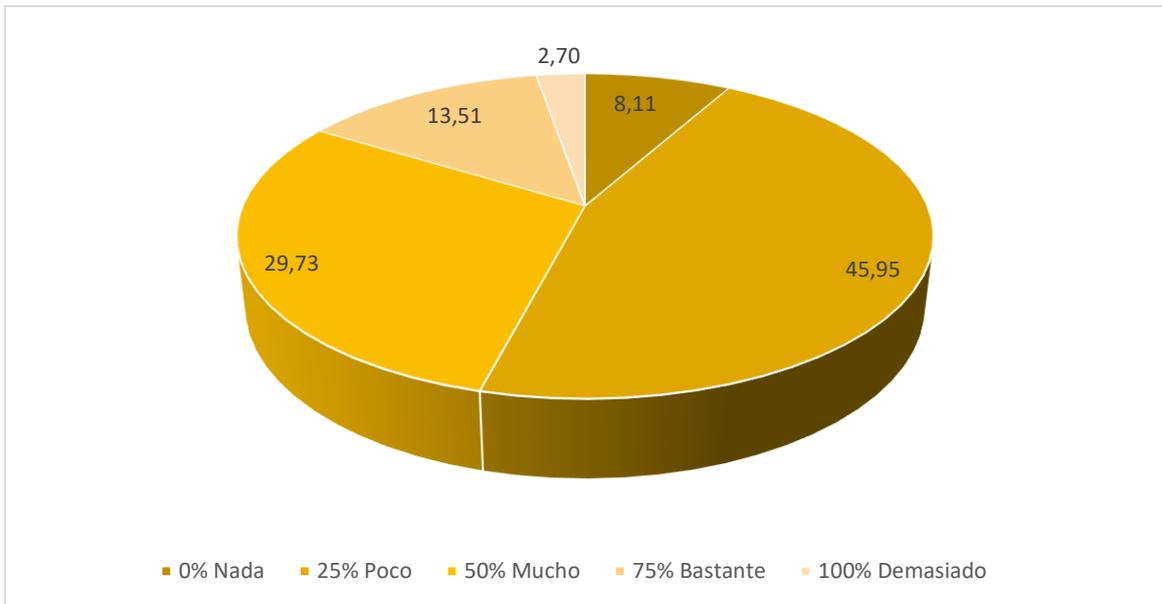
Nota: Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

El 72,97% de los estudiantes si han escuchado modismos extranjeros, mientras que el 21,2% indican que no lo han escuchado, como se puede apreciar en la figura 11.

Las redes sociales tienen su influencia en la adquisición de modismos extranjeros, muy utilizado en la forma de escribir propias de un grupo para modificar el lenguaje para hacerlo más sencillo o accesible en las conversaciones

Figura 12

Pregunta N°. 11 Influencia de los vocablos extranjeros



Autor: Emily Muñoz Torres

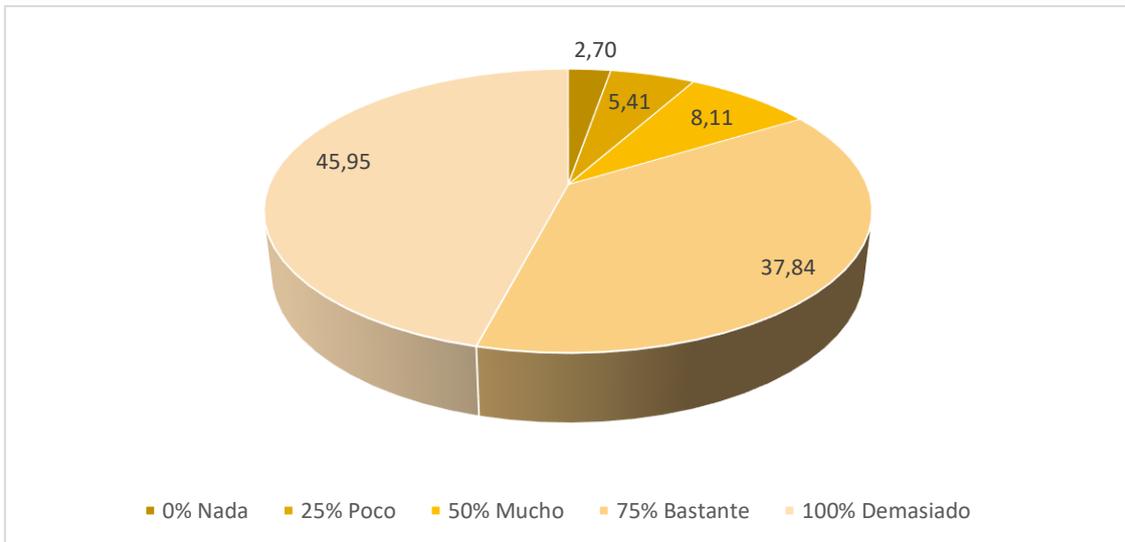
Nota: Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

La figura 12 permite apreciar que el 45,95% indican la red social Facebook en un 25% ha influido para que conozca vocablos extranjeros; un 29,73% en un 50% ha influido; el 13,51% indican que en un 75% bastante ha influido, el 8,11 mencionan que en nada ha influido y el 2,70% ha incidido demasiado común es la de mensajear con amigos, familiares u otras personas que conocen; el 9,46% muy poco lo hacen y el 8,11% nunca lo hacen; en lo referente a conocer gente nueva o hacer nuevos amigos el 86,49% siempre lo hacen; mientras que el 5,41% lo hacen muy poco; y, el 2,70 demasiado ha influido.

Los extranjerismos son palabras de idiomas extranjeros que se introducen en el propio idioma nacional, sin ser traducido, y se lo usa de igual forma que cualquier palabra nativa.

Figura 13

Pregunta N°. 12 Frecuencia con la que escucha el uso de vocablos extranjeros en su vida cotidiana.



Autor: Emily Muñoz Torres

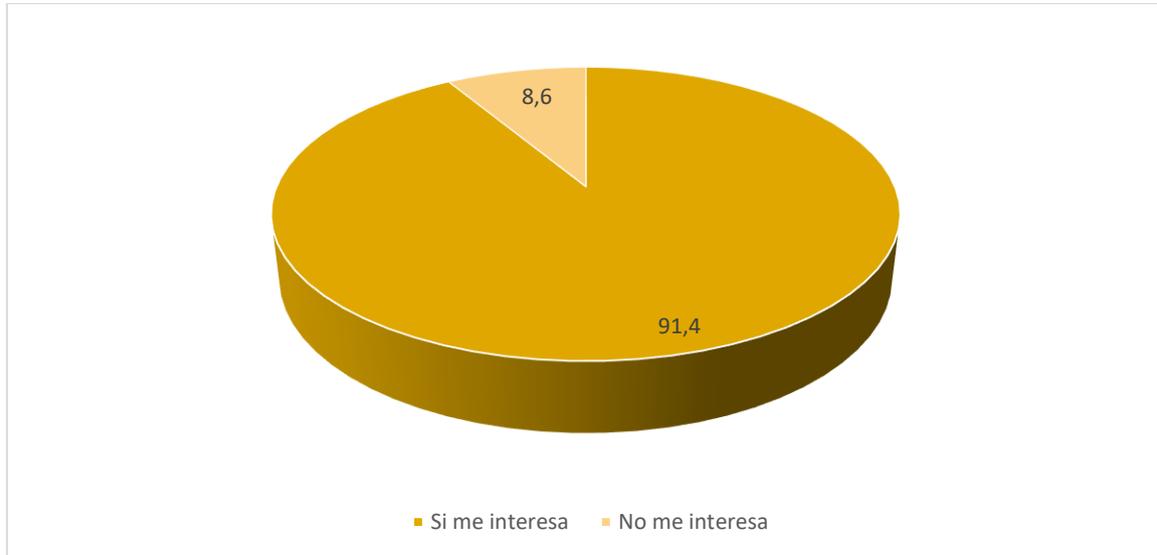
Nota: Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

En la figura 13 se puede apreciar que el 45,95% indican que en un 100% demasiado han escuchado el uso vocablos extranjeros o extranjerismos en su vida cotidiana; el 37,84% en un 75% bastante lo escuchan; 8,11% en un 25% muchas veces oyen, el 5,41% indican que poco escuchan es decir el 25% de las veces; el 2,70% en nada han escuchado.

Las causas de vocablos extranjeros entre las lenguas de distintas naciones y la introducción de vocablos de unas lenguas en otras, en la actualidad es muy arraigada debido al uso de las redes sociales.

Figura 14

Pregunta N°. 13 Interés para fortalecer la identidad cultural de contenido propio de nuestro país por parte de la red social Facebook.



Autor: Emily Muñoz Torres

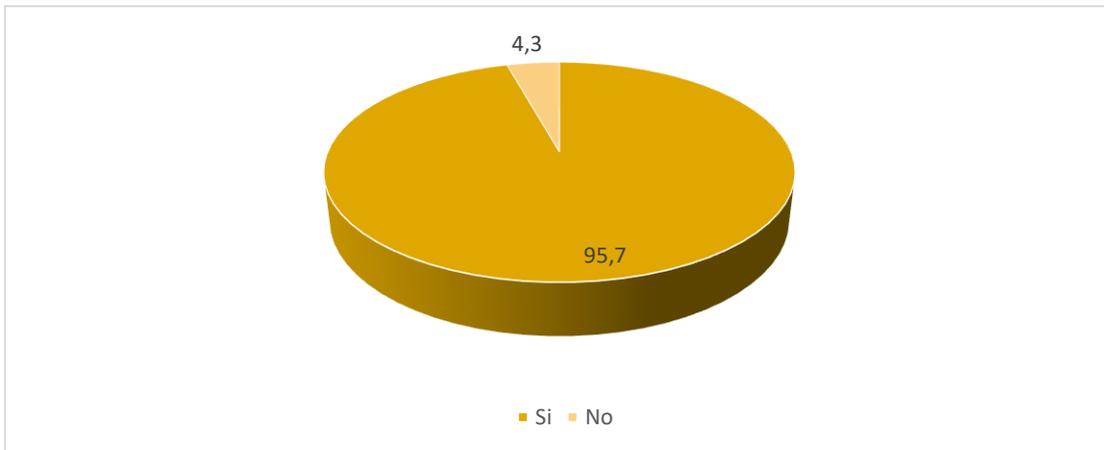
Nota: Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

La figura 14 indica que el 91,4% de los estudiantes tienen interés para fortalecer la identidad cultural con contenido propio de nuestro país por parte de la red social Facebook; mientras que el 8,6% no les interesa.

Es de importancia mencionar que la identidad cultural es el conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que forman parte de los sentimientos de pertenencia de nuestro país, de allí que los estudiantes en su mayoría están de acuerdo en que Facebook incentive la identidad cultural del país.

Figura 15

Pregunta N°. 14 uso de la red social Facebook, hicieran uso frecuente de la jerga ecuatoriana



Autor: Emily Muñoz Torres

Nota: Encuesta a estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

En la figura 15 se aprecia que el 95,7% de los estudiantes están de acuerdo si la red social Facebook, hicieran uso frecuente de la jerga ecuatoriana; mientras que el 4,3% indican que no harían uso de la red social.

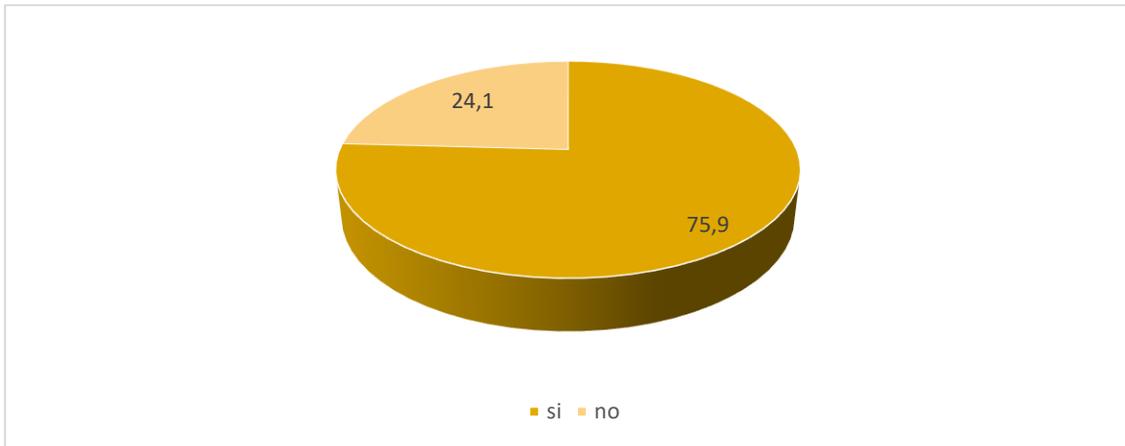
La jerga ecuatoriana es parte de la identidad cultural de los ecuatorianos, entendida como palabras que se entiende en un determinado conglomerado social.

Resultado de encuesta realizada a los padres de familia.

Los representantes de los estudiantes entre 14 y 19 años (1 padre de familia por cada estudiante), fueron encuestados con el objeto de conocer la inclinación de los padres de familia o representantes en cuanto al uso de las redes sociales.

Figura 16

Pregunta N°. 1 ¿Conoce Ud. qué es una red social?



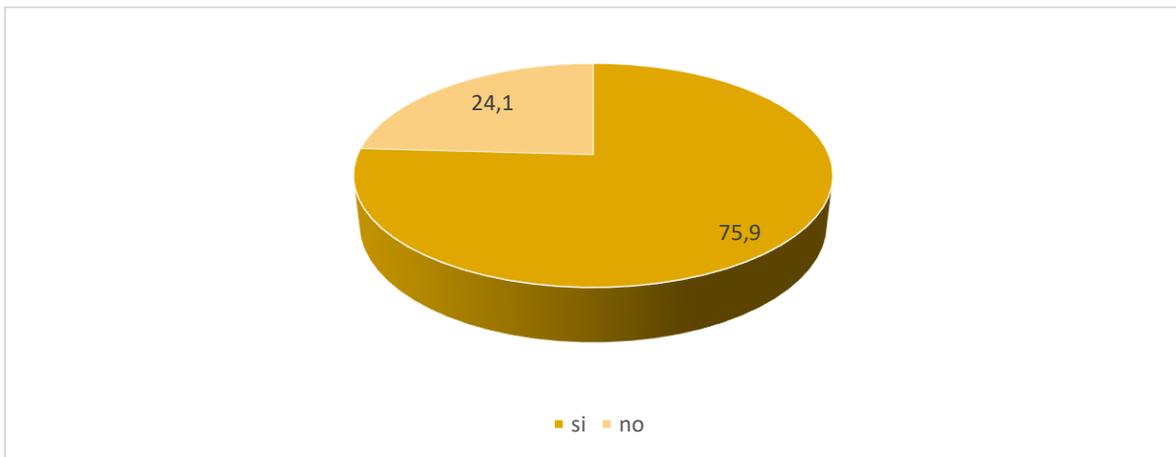
Autor: Emily Muñoz Torres

Nota: Encuesta a padres de familia de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

En la figura 16, en la actualidad el conocimiento de las redes sociales es muy común es así como el 96% si la conocen y solo el 4% manifestó que no.

Figura 17

Pregunta N°. 2 Cuenta con una red social?



Autor: Emily Muñoz Torres

Nota: Encuesta a padres de familia de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

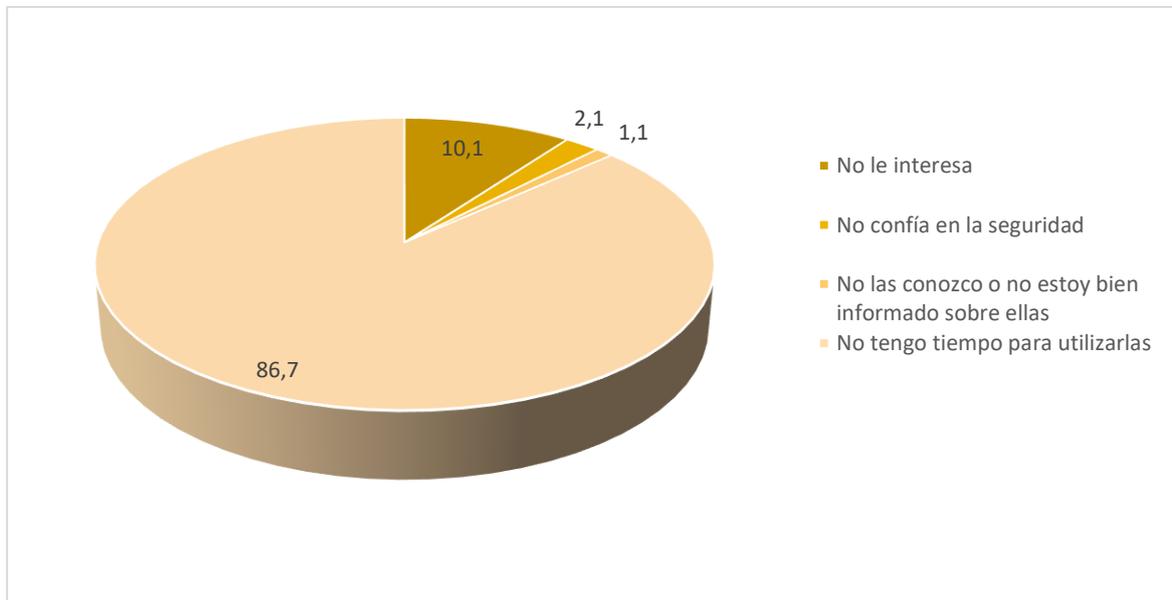
En la figura 17, se observa que el 88,9% de los padres de familia cuentan con redes sociales, mientras que el 11,1% mencionan que no tienen redes sociales.

El internet permite el uso de las redes sociales, las mismas que ha ido ocupando un lugar cada vez más destacado dentro de la vida de las familias, convirtiéndose en una

herramienta de comunicación y socialización, es una herramienta que permite los padres ayudar en las actividades escolares.

Figura 18

Pregunta N°. 3 Motivos para no tener cuenta de red social.



Autor: Emily Muñoz Torres

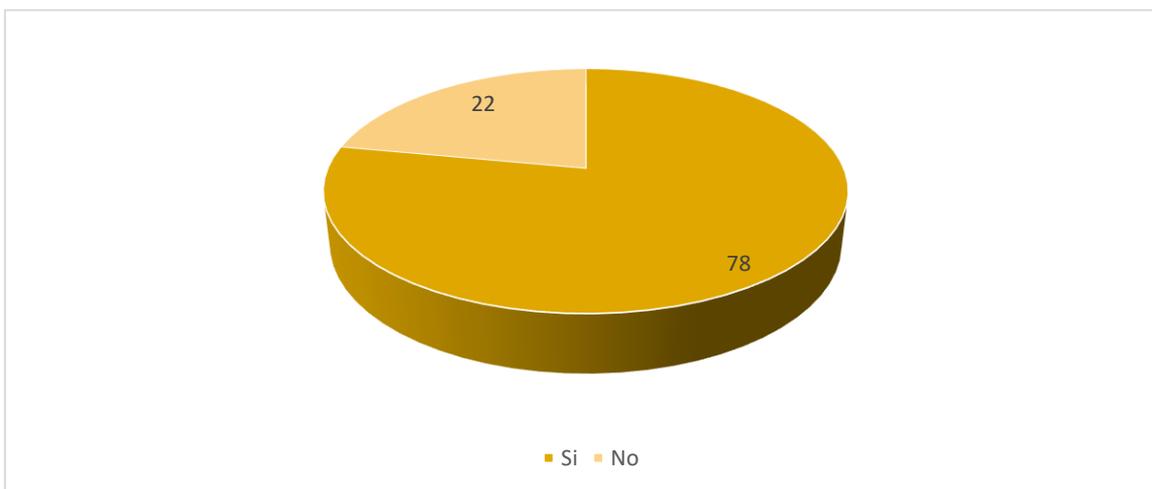
Nota: Encuesta a padres de familia de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

En la figura 18, se puede observar que el 86,7% no tiene tiempo para utilizarla, el 10,1% no le interesa las redes sociales; el 2,1% no confía en la seguridad; y el 1,1% no las conoce o no estoy bien informado sobre ellas.

Si bien los padres de familia indican que no tienen tiempo para utilizar las redes sociales, la realidad es distinta, cada día los padres están conectados y hacen uso excesivo de las redes, que desemboca en interferencias en el tiempo familiar y tiempo de estudio.

Figura 19

Pregunta N°. 4 Conocen si los hijo/a utiliza las Redes Sociales



Autor: Emily Muñoz Torres

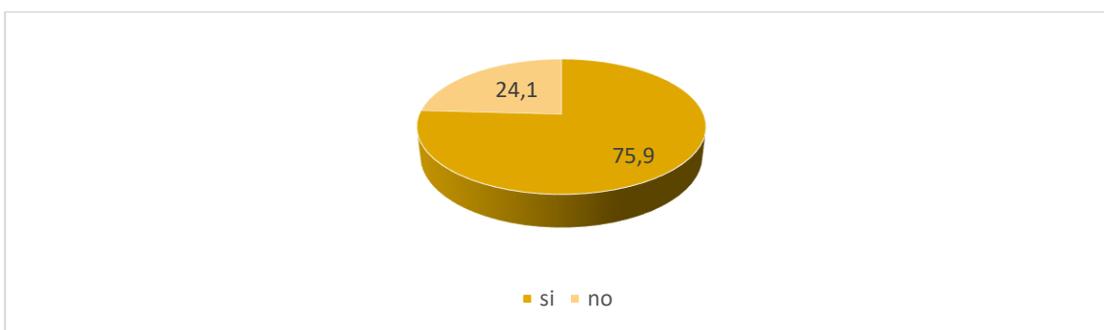
Nota: Encuesta a padres de familia de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

La figura 19 permite indicar que el 78% de los padres de familia conocen que sus hijos tienen una cuenta en alguna de red social, el 22% desconocen si los hijos cuentan con redes sociales.

Es importante que los padres de adolescentes conozcan el uso que dan sus hijos a las redes sociales, deberían ser un tema de dialogo, ya que internet es un mundo muy complejo que está en continua transformación y exige estar actualizado continuamente; es importante que en las redes sociales existen opciones tendencias de contenidos, jergas, influencers, información cultural que deben conocer. Por otra parte, es necesario tener en cuenta también el papel de las familias y, particularmente, analizar sus responsabilidades de cara a facilitar a sus hijos la adecuada integración en la actual sociedad de la información y la comunicación.

Figura 20

Pregunta N°. 5 ¿Saben lo que hace su hijo/a cuando se conecta al a red social?



Autor: Emily Muñoz Torres

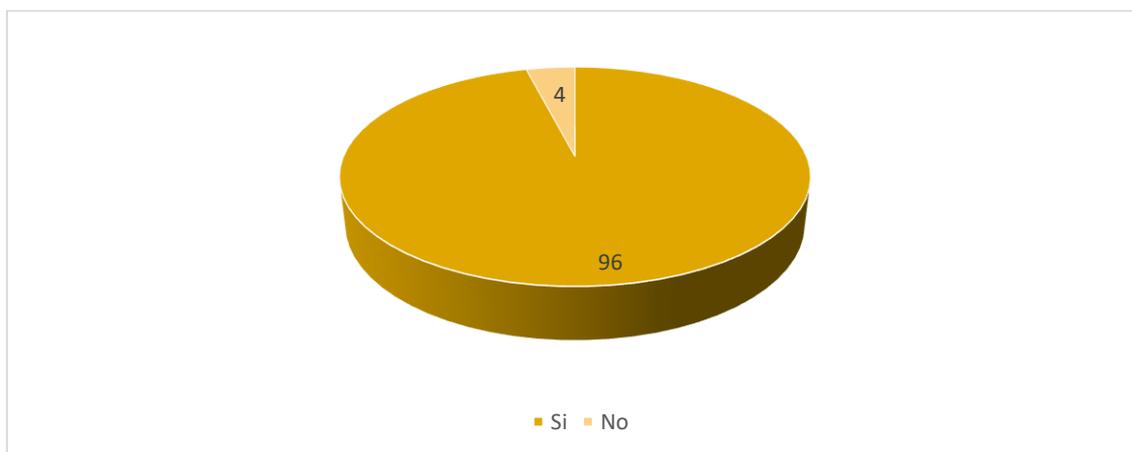
Nota: Encuesta a padres de familia de la Unidad Educativa Mater Dei

En la figura 20; se evidencia que el 75,9% de padres de familia conocen lo que hacen sus hijos en redes sociales, el 24.1% desconocen lo que sus hijos realizan en las redes sociales. Lo que deja evidencia que una gran mayoría de los padres lleva un control de las actividades que realizan sus hijos mientras usan las redes sociales.

Los padres de familia cuentan con una gama variedad de estrategias para llevar a cabo tácticas de regulación parental que varían desde el control temporal del uso de la red orientado a evitar repercusiones negativas en la vida cotidiana de los hijos, especialmente en las calificaciones escolares.

Figura 21

Pregunta N°. 6 Las actividades escolares de su hijo se han visto afectado por el uso de la tecnología



Autor: Emily Muñoz Torres

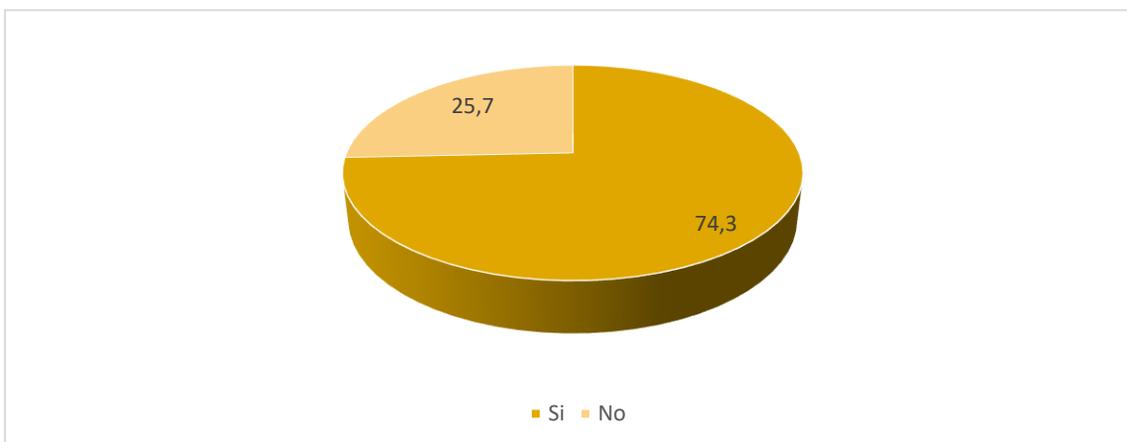
Nota: Encuesta a padres de familia de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

La figura 21 evidencia que el 96% de padres consideran que existe una afectación en las tareas escolares con el uso de la tecnología, mientras que el 4% consideran que no afecta al estudiante.

Es conocido que las redes sociales han traído un beneficio inigualable, con respecto al proceso de la información que cada vez es más accesible para el proceso de enseñanza aprendizaje; sin embargo el abuso de las mismas y el poco control de los padres de familia, han traído desordenes para quienes utilizan cualquier tipo de redes sociales, principalmente Facebook, donde permanecen, horas en el computador o celular, perdiendo el tiempo en algo que simplemente no produce algún beneficio efectivo en ellos, dejando a un lado las actividades escolares.

Figura 22

Pregunta N°. 7 Agresividad de los hijo/a al no utilizar la tecnología



Autor: Emily Muñoz Torres

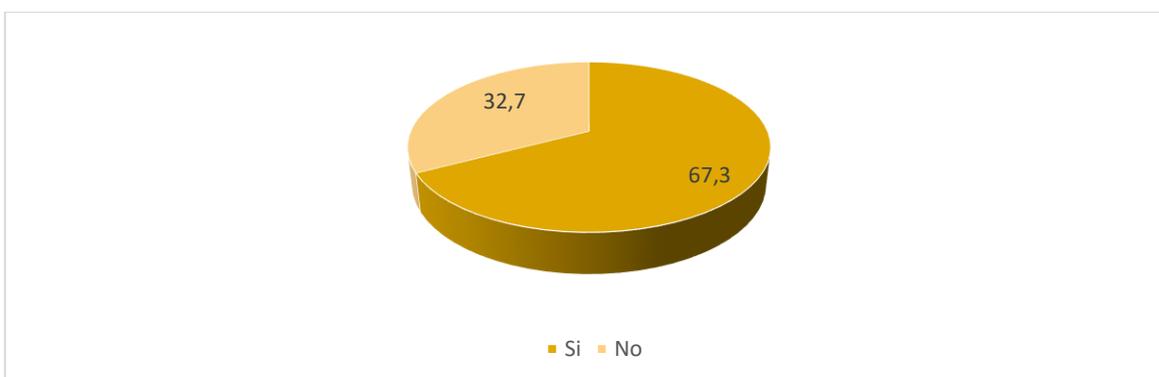
Nota: Encuesta a padres de familia de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

En la figura 22, el 74,3% de padres de familia reconoció que sus hijos al no tener acceso a la tecnología presentan actos de agresividad; el 25,7 consideran lo contrario, que cuando no usan tecnología están más tranquilos.

El uso de las redes por parte de los adolescentes puede establecer vínculos los teléfonos móviles han cambiado la comunicación interpersonal y la han hecho ubicua, esto trae como consecuencia que el abuso de un dispositivo se generen comportamientos de riesgo, agresivos o de aislamiento, al transcurrir horas sin vinculación con otros, en busca de conexión únicamente por medio de la tecnología.

Figura 23

Pregunta N°. 8 Información del hijo/a personal por Internet



Autor: Emily Muñoz Torres

Nota: Encuesta a padres de familia de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

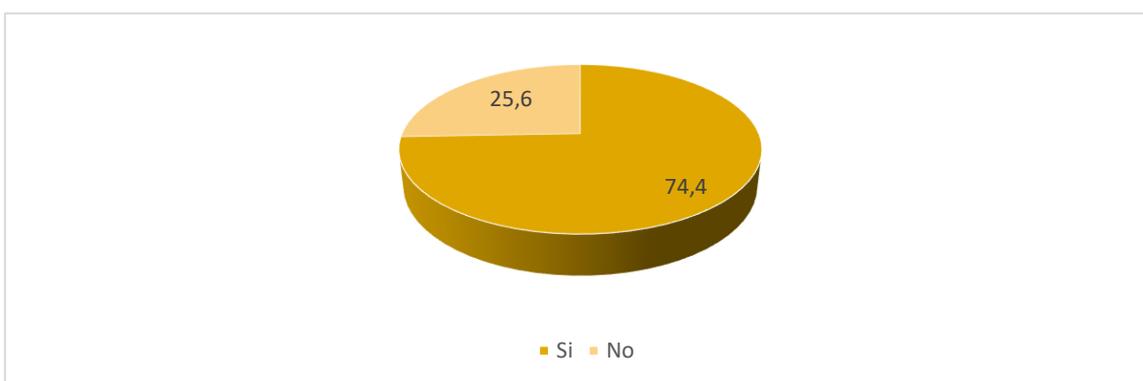
En la figura 23, el 67,3% padres de familia consideran que sus hijos están entregando

demasiada información en las redes sociales de sus actividades diarias, lo que los expone a varios peligros; y 29% dijeron que no la entregan.

Lamentablemente compartir información personal sobre la vida o actividad diaria en las redes sociales es una práctica muy común en los adolescentes; los usuarios no son conscientes de los peligros que supone compartir toda esta información personal en la red, las consecuencias es la pérdida de privacidad, al llegar la información a desconocidos.

Figura 24

Pregunta N°. 9 Consejos a los hijo/a que desconfíe de la forma en que la gente da información de sí misma en Internet



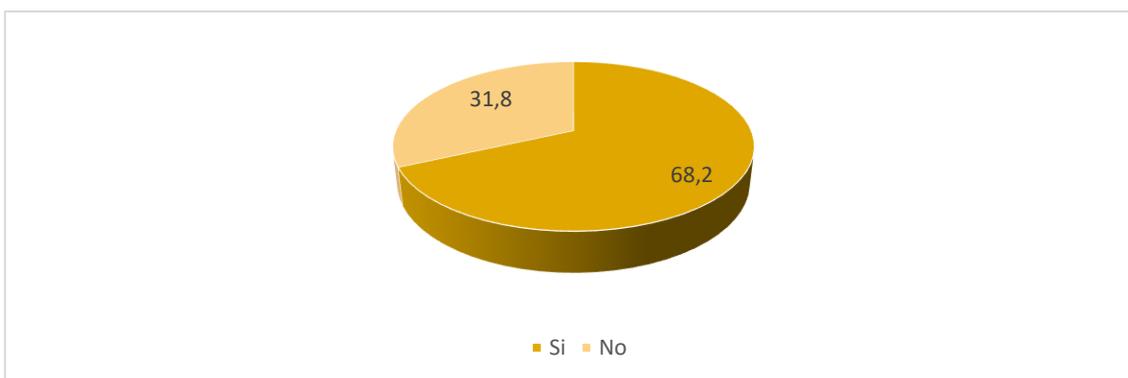
Autor: Emily Muñoz Torres

Nota: Encuesta a padres de familia de la Unidad Educativa Mater Dei,

En la figura 24, se aprecia que el 74,4% de los padres de familia dan consejos a los hijo/a para que desconfíe de la forma en que la gente da información de sí misma en Internet; mientras que el 25,6% de los padres de familia no considera necesario hablar sobre el tema.

Figura 25

Pregunta N°. 10 Conoce si hijo/a pudo ser vulnerable ofendido, humillado o chantajeado a través de las redes



Autor: Emily Muñoz Torres

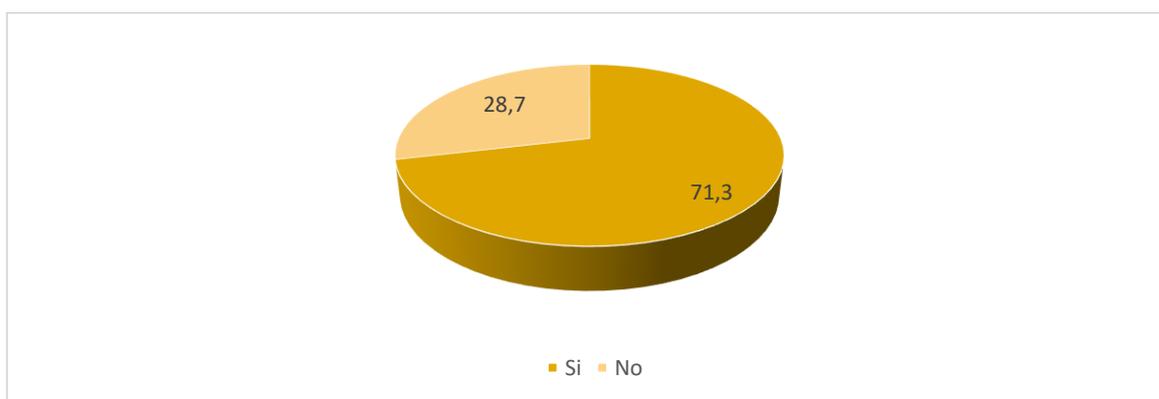
Nota: Encuesta a padres de familia de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

En la figura 25, se observa que el 68,2% de los padres de familia entrevistados indican que si conocen si *el hijo/a pudo ser vulnerable ofendido, humillado o chantajeado a través de las redes sociales*, el 31,8% desconocen del particular.

El ciber acoso o intimidación por medio de las tecnologías digitales a través de las redes sociales es un comportamiento que se repite y que busca atemorizar, enfadar o humillar a otras personas, esta particularidad conlleva a que en algunos casos la persona afectada sufra cambios de personalidad o estados emocionales que aumentan la vulnerabilidad psicológica a las adicciones: la impulsividad; la disforia la intolerancia a los estímulos displacenteros, tanto físicos como psíquicos.

Figura 26

Pregunta N°. 11 Triste o deprimido de los hijos por no usar las redes sociales



Autor: Emily Muñoz Torres

Nota: Encuesta a padres de familia de la Unidad Educativa Mater Dei

En la figura 26, se aprecia que los padres de familia indican que el 71,3% de sus hijos sienten triste o deprimido por no usar las redes sociales; mientras que el 28,7% mencionan que no.

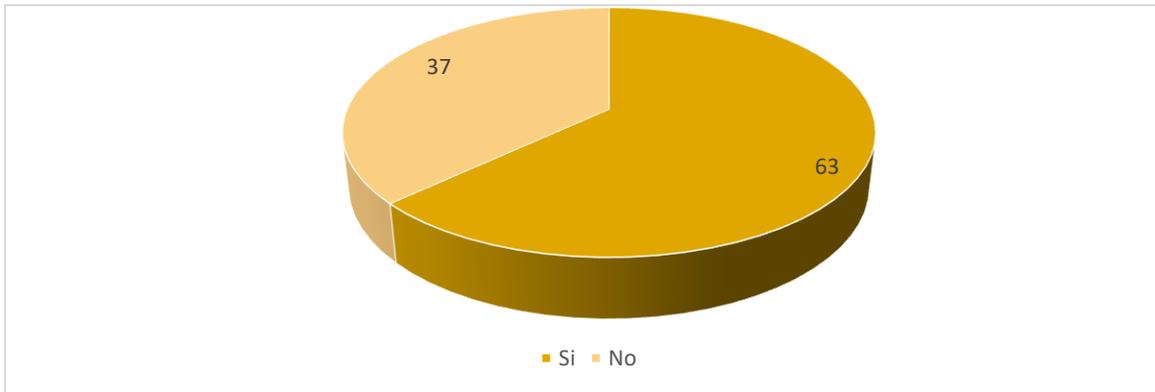
El no uso de las redes sociales cuando se vuelve adicción, conlleva a problemas de personalidad: timidez excesiva, baja autoestima o rechazo de la imagen corporal.

Resultado de encuesta realizada a Profesores

Son quince los maestros encuestados que imparten su cátedra a los estudiantes de 14 a 19 años en la Unidad Educativa.

Figura 27

Pregunta N°. 1 Conocimiento de red social



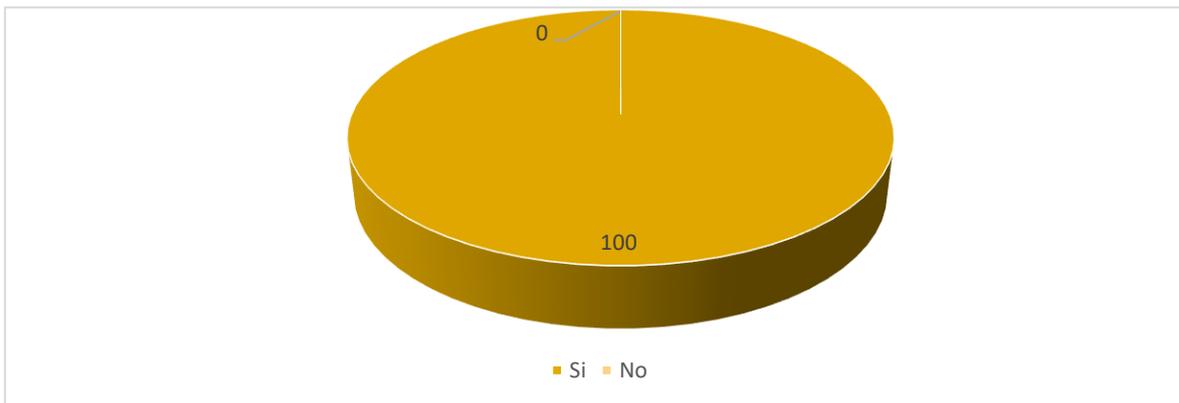
Autor: Emily Muñoz Torres

Nota: Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

En la figura 27, en el personal docente de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei encuestados con el 67% indican que si conoce lo que es una red social, mientras que el 33% mencionan no saber.

Figura 28

Pregunta N°. 2 Cuenta con Red Social



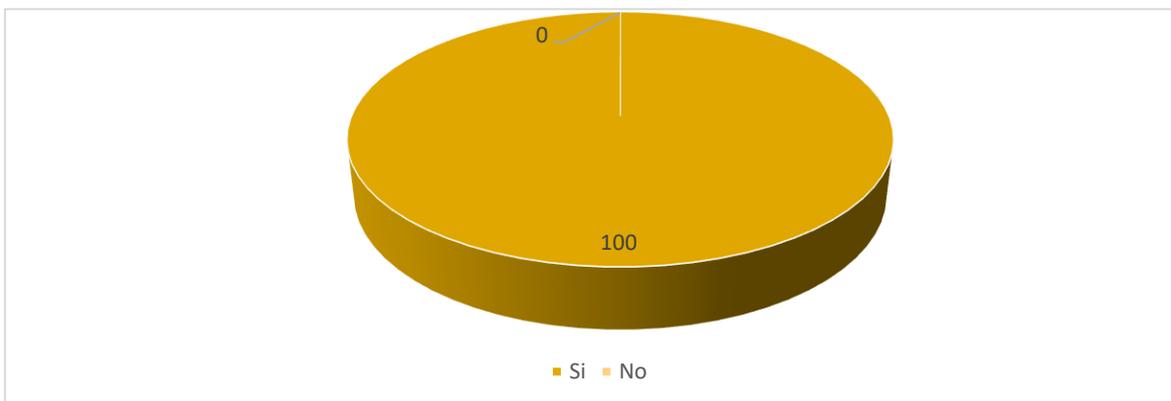
Autor: Emily Muñoz Torres

Nota: Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

En la figura 27 se puede apreciar que el 100% de los docentes cuentan con redes sociales.

Figura 29

Pregunta N°. 4 Considera que las redes sociales podría ser un medio de enseñanza



Autor: Emily Muñoz Torres

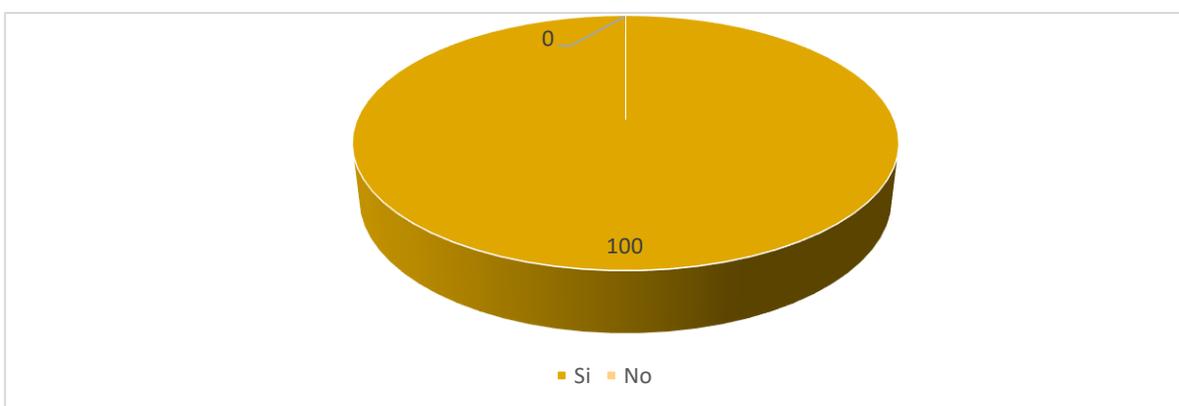
Nota: Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

El 100% de los docentes consideran que las redes sociales son un medio de enseñanza, como se puede apreciar en la figura 29.

El uso de las redes sociales ha facilitado la comunicación y el aprendizaje colaborativo, ha permitido nuevas formas de trabajo entre los actores de los procesos de enseñanza aprendizaje, los recursos tecnológicos, y entre estos las redes sociales pueden ser considerados como herramientas auxiliares, lo único que hay que considerar que estos estén orientados de forma adecuada.

Figura 30

Pregunta N°. 4 Conoce si sus estudiantes tienen cuenta en una Red social



Autor: Emily Muñoz Torres

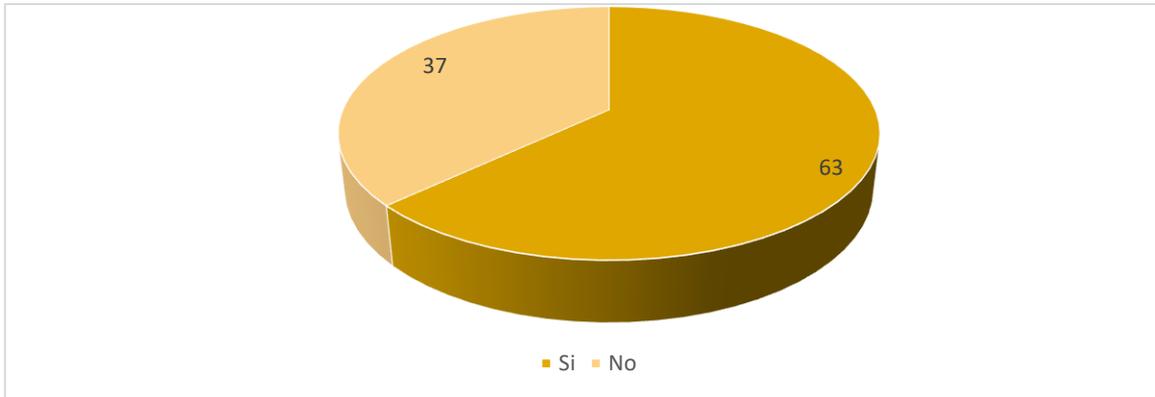
Nota: Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

En la figura 30 se puede apreciar que el 100% de los docentes manifiesta que si conocen que sus estudiantes usan redes sociales, lo que hace interpretar que el uso de

tecnología no les apático, al contrario, es una herramienta muy útil y versátil.

Figura 31

Pregunta N°. 6 Ha conversado con sus estudiantes sobre las redes Sociales



Autor: Emily Muñoz Torres

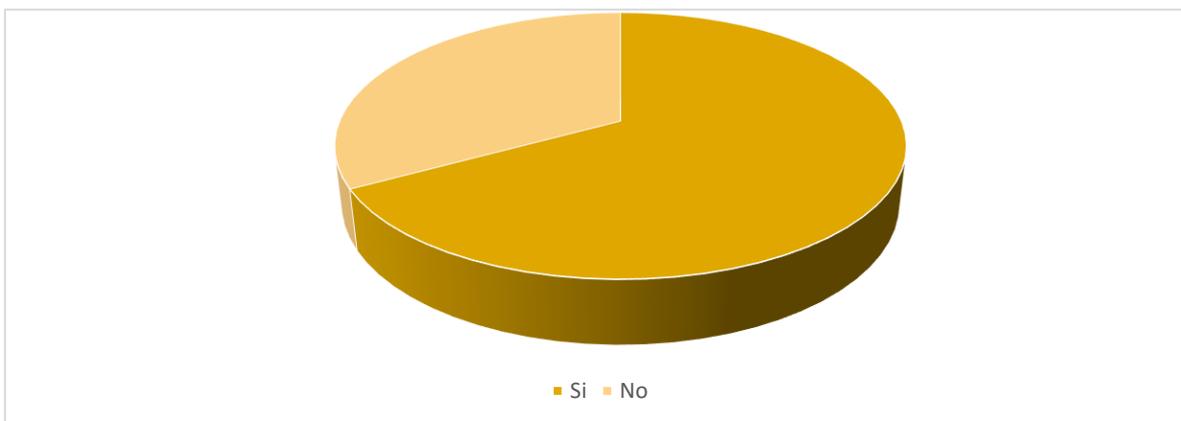
Nota: Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Mater Dei

En la figura 31 se puede observar que el 63% de los docentes si han conversado con sus estudiantes sobre las redes Sociales; el 37% indico que no lo han hecho.

Es necesario recordar en estos espacios que no es suficiente que se sobreentienda que conocen lo que sucede con las redes sociales, al contrario, mientras más se hable de estas se les dará un mejor uso.

Figura 32

Pregunta N° 7 ¿Considera que las redes sociales han provocado desinterés en los estudios de sus alumnos?



Autor: Emily Muñoz Torres

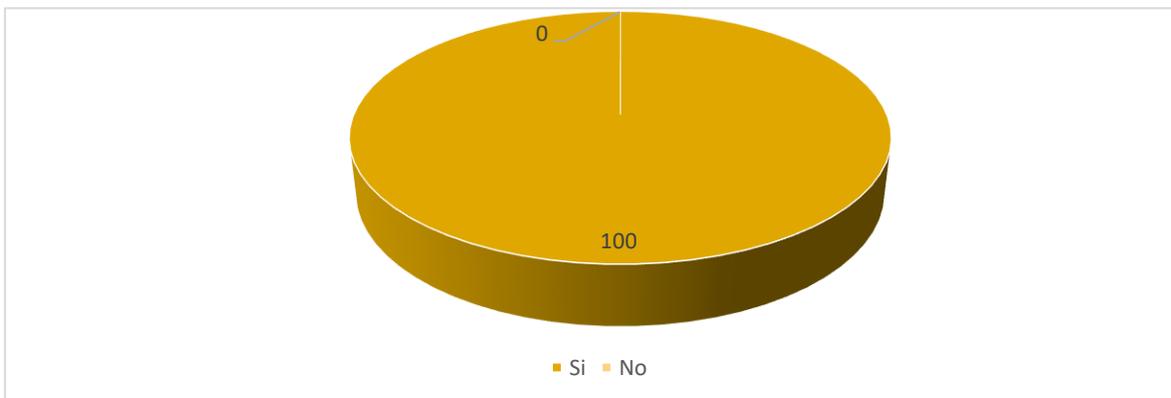
Nota: Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

En la figura 32 se aprecia que el 67 % de los docentes encuestados consideran que,

las redes sociales si ha provocado desinterés en los estudios por parte de sus alumnos; mientras que el 33% considera que no, que las redes no provocan desinterés.

Figura 33

Pregunta N°. 8 Los dispositivos (celulares, laptop o Tablet) facilitan revisar constantemente la red social, descuidando lo académico



Autor: Emily Muñoz Torres

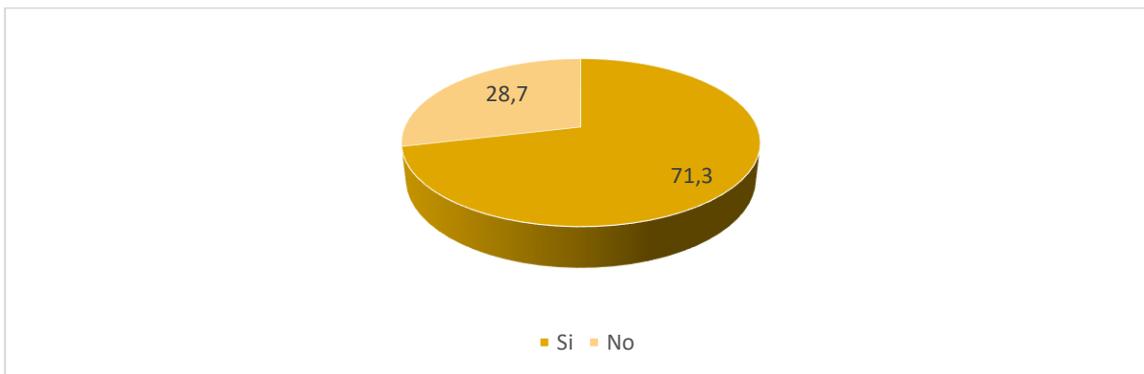
Nota: Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

En la figura 33 los docentes indican con el 100% que los dispositivos (celulares, laptop o Tablet) facilitan revisar constantemente la red social, descuidando el proceso de aprendizaje

El uso de dispositivos móviles facilita no solo el acceso a redes sociales sino también a la información sobre los temas de enseñanza, lo que es necesario en estos tiempos es la orientación adecuada y oportuna sobre el uso de estas herramientas.

Figura 34

Pregunta N°. 9 Es necesario un seminario de capacitación para ayudar a orientar a sus estudiantes sobre el uso adecuado de las redes



Autor: Emily Muñoz Torres

Nota: Encuesta a docentes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei

En la figura 34 se aprecia que el 71,3 % considera que es necesario un seminario de capacitación para ayudar a orientar a sus estudiantes sobre el uso adecuado de las redes; mientras que el 28,7% menciona que no es necesario.

Se considera que no solo un seminario son necesarios para orientar el uso de las redes sociales, si no en la medida de lo posible poder crear responsabilidad en el uso de mismas.

7. **Discusión**

La investigación tuvo como objetivo analizar la red social Facebook como elemento modificador del vocabulario e identidad de los estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei, los resultados obtenidos permiten indicar que el uso de las redes sociales tiene una relación directa e influye en la cultura de los estudiantes.

El criterio de los actores involucrados en el estudio (estudiantes, docentes, y padres de familia) y de los profesionales en diferentes ámbitos, permite mencionar que existe una percepción que como comunicadores, se tiene y la utilidad que les damos a las redes sociales, mientras que para la comunidad educativa, estas mantienen un pro y un contra que hace tener “miedo” por parte de los padres de familia, en los docentes “respeto” lo ven como una posible herramienta que les puede ayudar con el mejoramiento de la enseñanza aprendizaje, mientras que para el grupo de interés (jóvenes adolescentes) es un mundo que les provoca curiosidad y que si no tienen la orientación adecuada, se ven inmersos no solo en la pérdida de identidad y cultura, si no en riesgo de su integridad física y psicológica.

En los actuales momentos de la sociedad globalizada, el internet ha impactado la sociedad por la gran cantidad de información que maneja y servicios que ofrece, para los estudiantes es un medio atractivo, que capta su atención permitiendo que accedan constantemente, pero muchas veces no se dan cuenta que está afectando de manera negativa sus mentes, emociones, actitudes, comportamientos (Delgado, (2017).

Ante ello una de las problemáticas es el uso de las redes sociales lo cual provoca el uso inadecuado del vocabulario, es parte del impacto psicológico y conductual que tiene internet en la vida de los estudiantes (Del Castillo, 2013).

Peyró (2015) indica que se tiende al empleo de un lenguaje cada vez más soez y a la adopción de “palabros”, neologismos y herencias de otros idiomas como causa de los medios de comunicación, al respecto la página digital Semana (2015) menciona que el lenguaje es importante para una buena comunicación en el aula de clases porque fomenta un ambiente agradable para los procesos de enseñanza-aprendizaje y mantiene la sana convivencia, pero es preocupante la influencia de las redes sociales en los estudiantes, ya que el lenguaje que emplean es el reflejo de toda la información proporcionada por este medio y el tiempo que dedican a su uso.

Por otra parte, Rodríguez y Paredes, (2005) indican que el proceso de transformación cultural ha evolucionado debido a la contraposición entre globalización e identificación, y el contraste entre individualismo y comunalismo. la globalización cultural se describe como el surgimiento de un agregado de valores y creencias específicos que son compartidos por todo el mundo, mientras que la identificación cultural es la consecuencia de cómo se han organizado los seres humanos a lo largo de la historia y de su geografía.

Escribano (2020) menciona que no podemos afirmar que Internet sea una nueva cultura, pero sí podemos decir que se trata de una plataforma contenedora de diferentes culturas, se entiende que las culturas configuran grupos humanos que comparten los mismos valores, normas, conocimientos, lenguaje y símbolos, y, aunque su contenido varía de un lugar a otro, todas tienen los mismos elementos estructurales básicos.

Light et al. (2000) mencionan que:

El internet es un entorno donde dejan de existir limitaciones que se hallan en la sociedad real, y en el que, al concitarse personas en iguales condiciones personales de muy distinta procedencia, se produce una cierta necesidad de coexistencia entre gente con acervos culturales distintos en unas condiciones nuevas que requiere una regulación propia, como ocurre en todos los grupos sociales diferenciados, con las redes sociales la cultura ha experimentado una evolución muy notable y, sobre todo, muy rápida, lo que ha hecho que se creen una serie de estructuras, normas, situaciones y formas de actuar y comunicarse a las que el individuo se ha debido de adaptar .

Un trabajo realizado por Abril Yaco (2019) sobre el vocabulario empleado en redes sociales, concluye que presentan ello, cuando hacemos mención del habla esta es la realización de la lengua, es utilizada para comunicarse, este es un acto individual y momentáneo e influye en la cultura.

Sarriera (2003) en su investigación, estudios actuales sobre aculturación en latinos: revisión y nuevas perspectivas llega a la conclusión que la aculturación, expresa una expectativa de asimilación a la cultura dominante. Que las redes sociales influyen en la cultura tanto positiva como negativamente en las formas pluriculturales de convivencia.

Fernández y Rodrigo (2010) en su trabajo ciberlenguaje y principios de retórica clásica: redes sociales: el caso Facebook, concluyen que, en cuanto al lenguaje del usuario, constituye una comunicación escrita totalmente contaminada la expresión se realiza por medio de enunciados exclamativos y desiderativos los intercambios orales son sustituidos en este tipo de comunicación por los emoticonos e imágenes, el usuario tipo emplea la llamada jerga juvenil, entendida como una variedad lingüística utilizada por determinados colectivos de jóvenes para comunicarse entre sí.

Con respecto al primer objetivo específico Estudiar la relación que tiene la cultura con el vocabulario de los estudiantes, se evidencia que el uso excesivo de la red social Facebook producen una aculturación adquiriendo jergas, modismos y palabras extranjeras que transgrede el desarrollo de la identidad de los adolescentes, al analizar de qué manera la red social Facebook influye en los cambios culturales que presentan los estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater-Dei, en este aspecto se pudo observar que en los procesos culturales ellos se enganchan con artistas sus modismos, formas de vestir y expresiones que distan mucho de lo que se acostumbra dentro de nuestro medio, este espacio ahora tiene como modismos expresiones mexicanas; proponer lineamientos alternativos que contribuyan a mejorar y entender la red social Facebook como modificador cultural. En este objetivo se partió de los factores positivos y negativos que se presentan en Facebook, influyen en el accionar de los estudiantes de Mater Dei, por ello se plantea mitigar los aspectos nocivos para la identidad cultural y fortalecer los positivos por medio de una campaña de educomunicacional para fomentar el uso responsable de la red social y generar conciencia en los estudiantes sobre el valor histórico de las tradiciones de su sociedad.

Otro espacio más que permite el contraste de nuestro estudio es la adopción de nuevos modismos para el habla y escritura que presentaron los estudiantes del Mater Dei en las redes sociales, han expuesto las formas de convivencia de muchas personas vistas de una manera morbosa en el sentido de que crean vulnerabilidad en la existencialidad de estos personajes llegando en ocasiones a mantener crisis de identidad y de cuestionamientos al asumir el espacio del quién soy yo o de quién quiero ser, qué corresponde en este caso a grupos etarios de adolescentes que crearon perfiles bajo una edad por así decirlo, superior a la que mantiene y les hizo perder o tambalear su sentido de autoconocimiento en lo que corresponde a identidad cultural social y en ocasiones hasta religiosa

Las redes sociales virtuales son sistemas que permiten establecer relaciones entre usuarios a los que se puede conocer o no en la realidad. Cada una de estas relaciones da acceso, además, a todas las personas que tienen algún vínculo con cada usuario, son sistemas abiertos, formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos (Barriga, 2015).

Las redes sociales se ha podido identificar qué estás en servidor como un transformador mediático a los procesos comunicacionales y que ya no es un privilegio solo de organizaciones comerciales, sino abarca un público que va desde los adultos mayores hasta niños que recién han empezado hacer uso de la tecnología pues como sabemos, en estos momentos los niños mantienen una capacidad cognitiva mucho más desinhibida que los adultos, tienen la capacidad de manipular a la tecnología a su antojo es así que en estos estudios se ha podido considerar que un niño escolar tiene habilidades mayormente amplias a lo que respecta a un adulto que sobrepase los 45 años; es en este punto donde el estudio que comprende los procesos de cambios culturales, los modismos en el habla y la identidad de los jóvenes de primero a tercero de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei se ha podido observar quiénes tienen acceso ilimitado a las redes sociales es un porcentaje mínimo a lo que la conectividad y la interacción en internet, es decir este porcentaje mínimo está dado en un grupo social que no tiene accesibilidad directa a estos medios o si los tiene es limitada.

López Yarade y Morgado (2019) indican que en el año 2010 igualmente se destaca que las redes sociales ayudan a muchos jóvenes a superar procesos emocionales como la timidez, la escasa capacidad comunicacional que algunos de estos jóvenes presentan y les ha permitido establecer espacios de inhibición donde no necesariamente van a tener un contacto físico o el conocido “face-to-face o un cara a cara” para realizar o mantener espacios de intercambio social de conocimientos o simplemente de curiosidad de actividades que realizan otros jóvenes.

Por otra parte la necesidad de entender las desventajas sobre las relaciones sociales cómo culturales y adopción de modismos en lo que corresponde al habla y a la escritura especialmente en adolescentes y jóvenes se han mostrado en varios de los estudios realizados a nivel mundial que la interacción entre más adolescentes o personas que tienen un medio

de vida social bastante desinhibido cómo es el caso de las figuras públicas tanto en el nivel cultural, social, político y religioso; ha hecho que los jóvenes adopten sus modismos sus formas de vestir sus formas de hablar su espacio de actuar y consideran que lo que hacen frente a sus compañeros, a sus círculo social está bien, porque lo vieron que lo realizaban otras personas en una red social qué es vista por todo el mundo podría decirse y esto implica que la faceta de formación cultural de identidad de aplicabilidad comunicación al tanto hablada como escrita pierda en parte su esencia como tal y los jóvenes carezcan de la misma (Arizpe, 2004).

Angulo Torres (2016) respecto al *uso de internet en el desarrollo de trabajos académicos realizados por los estudiantes, concluye que* también infieren en la comunidad educativa comprendida por maestros estudiantes y padres de familia para que tenga un espacio de coincidencia que permita decir que estos adolescentes o jóvenes tiene la capacidad de confundir amistad con solicitudes de amistad que realmente no cumplen los parámetros sociales y culturales que deberían mantener; mientras que se amplía el rango de riesgo y peligro que mantienen estos jóvenes al acceso a redes sociales sin una supervisión de adultos qué les oriente y que les permita visualizar los diferentes problemas que el uso de las mismas pueden acarrear.

Torres (2013) en su estudio sobre el uso de la red social Facebook para fortalecer en los alumnos la obtención de información y expresión de las ideas los resultados con la intención de conocer el uso de la red social Facebook mencionan que incide en el vocabulario y la cultura de los estudiantes.

Con estos antecedentes, la hipótesis planteada en un inicio de la investigación sobre las publicaciones que hacen en facebook si inciden en la identidad cultural de los y las jóvenes, particularmente de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater- Dei, ya que adoptan identidades y expresiones lingüísticas modificadas, parecidas a las que se difunden en la red social.

Con la finalidad de coadyuvar a resolver el problema relacionado al Facebook como modificador del vocabulario de la cultura del habla se elaboró los lineamientos alternativos denominado: campaña para mejorar y entender la red social Facebook como modificador cultural que tiene una duración de dos meses, esta será difundida en dos etapas: La primera con una difusión de artes en redes sociales que motiven a emplear un lenguaje ecuatoriano entre adolescentes; y, la segunda, se realizará una conferencia en la Unidad Educativa

Fiscomisional Mater Dei, a profesores y estudiantes, con la finalidad de comunicar los hallazgos encontrados con respecto al tema de la identidad por medio del lenguaje.

8. Conclusiones

El uso de las redes sociales especialmente el Facebook tiene una relación directa e influye en la cultura de los estudiantes, lo cual incide en las expresiones al utilizar un vocabulario que se encuentra fuera de las reglas gramáticas establecidas por la Real Academia de la lengua; siendo las locuciones erróneas e inadecuadas, que se ha convertido en un lenguaje propio de los adolescentes.

El uso excesivo de la red social Facebook sin ningún control por parte de los estudiantes de la Unidad Educativa Mater-Dei, ha producido cambios culturales, provocando una aculturación que pasan a formar parte de la cotidianidad de los jóvenes, que incide en la adquisición de modismos, jergas y palabras extranjeras que quebranta el desarrollo de la identidad de los adolescentes.

Se elaboro lineamientos alternativos denominado campaña para mejorar y entender la red social Facebook como modificador cultural la cual está compuesta por justificación, objetivos general y específicos, viabilidad con una duración de dos meses, esta será difundida en dos etapas: La primera con una difusión de artes en redes sociales que motiven a emplear un lenguaje ecuatoriano entre adolescentes; y, la segunda, se realizará una conferencia en la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei, a profesores y estudiantes, con la finalidad de comunicar los hallazgos encontrados con respecto al tema de la identidad por medio del lenguaje. Esta propuesta será entregada a la institución investigada, con la finalidad de que la apliquen y de esta manera contribuir a mejorar y entender la red social facebook como modificador cultural de los estudiantes.

9. **Recomendaciones**

Al considerar los factores positivos y negativos que se presentan en Facebook e influyen en el accionar de los estudiantes de Mater Dei, es necesario plantear una estrategia para mitigar los aspectos nocivos para la identidad cultural y fortalecer los positivos por medio de una campaña de educomunicacional para fomentar el uso responsable de la red social y generar conciencia en los estudiantes sobre el valor histórico de las tradiciones de su sociedad.

Facebook puede ser utilizado como un vínculo importante de interacción dentro del desarrollo estudiantil de los adolescentes, facilitando el desarrollo de actividades escolares entre los profesores y los estudiantes debido a que pueden utilizar los grupos cerrados para compartir información y desarrollo de asignaciones e investigación, pero debe existir la debida orientación de seguridad para evitar cualquier tipo de problemática derivada de la fuga de información personal o institucional.

Establecer un medio tecnológico (Red interna con acceso a internet) en la cual se puede incorporar información de la unidad educativa, actividades que realiza la misma, fotos, inclusive se puede orientar subiendo información relevante a los padres tal como libros electrónicos (en formato PDF) sobre diferentes temas como por ejemplo el cómo tratar la adicción a redes sociales, a su vez se puede crear un pequeño espacio para que los padres puedan enviar preguntas a algún mail (preferentemente con la psicóloga de la institución) para alguna consulta o sugerencia de cómo tratar a su hijo en determinado caso.

10. Bibliografía

- Abril Yaco, A. G., & Moscoso Allain, J. E. (2019). *Vocabulario empleado en redes sociales por los universitarios: tipología y recursos de los neologismos* (Tesis de grado, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa). Archivo Digital. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/9598>
- Angulo Torres, P. X. (2016). *El uso de internet en el desarrollo de trabajos académicos realizados por los estudiantes* (Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato.) Archivo Digital. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/23981>
- Arcila, C. (2011). Análisis Comparativo de la Presentación Personal Virtual en Diferentes Espacios de Interacción. *Fonseca Journal of Communication*, (3), 153-169.
- Arizpe, L. (2004). Los retos culturales de México. Cámara de Diputados del H Congreso de la Unión.
- Barriga, T. C. B. (2015). Influencia de las redes sociales virtuales en la cultura de los alumnos de la Universidad Nacional Agraria La Molina. In *Anales Científicos* (Vol. 76, No. 2, pp. ág-275).
- Belk, R. (2013). Extended Self in a Digital World. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477-500.
- Benjamín, Walter (1989), *Discursos Interrumpidos I*, Buenos Aires: Taurus.
- Burke, M. (2011). *Reading, Writing, Relationships: The Impact of Social Network Sites on Relationships and Well-Being* (Tesis Doctoral, Carnegie Mellon University, Pittsburgh, Pennsylvania). Archivo Digital. https://kilthub.cmu.edu/articles/thesis/Reading_Writing_Relationships_The_Impact_of_Social_Network_Sites_on_Relationships_and_Well-Being/6721256
- BussinerInsider. (2012). *Facebook Just Published a Timeline of its Entire Company history*. <http://www.businessinsider.com/facebook-just-published-a-timeline-of-itsentire-company-history-2012-2>
- Canclini, N. G. (1990). La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu. *Sociología y cultura*.
- Castells, M. (2010). Globalización e identidad. *Quaderns de la Mediterrània* 14, 254-262.
- Cohen, H. (2018). *Exploring Presentations of the Self: Tourist Identity and Representation on Facebook*. (Thesis of master, University of Waterloo. Waterloo, Ontario, Canada) Archivo Digital. <http://hdl.handle.net/10012/13593>
- Del Castillo, J. A. G. (2013). Adicciones tecnológicas: el auge de las redes sociales. *Salud y*

- drogas*, 13(1), 5-13.
- Delgado, K. D. C. (2017). Influencia del internet en el vocabulario de los estudiantes. *Revista Universitaria De Informática RUNIN*, 2(5), 25-30.
- Fernández, I. B., & Rodrigo, E. M. (2010). Ciberlenguaje y principios de retórica clásica: redes sociales: el caso Facebook. *Enl@ ce: revista venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 7(2), 47-61.
- Fonseca, O. (2015). *Redes Sociales y Juventud: Uso de Facebook por Jóvenes de México, Argentina y Colombia* (Tesis Doctoral, Universidad de Málaga). España.
- González Varas I. (2000) *Identidad Cultural y Arte. El concepto de: "identidad cultural de un pueblo"*.
https://educacion.indiceenlinea.com/valores/docs/identidad_cultural/sesion_01/sesion_01_identidad_cultural_02.pdf
- Grimson, A., "Culture and Identity: two different notions", in: *Social Identities*, vol. 16, no 1, January 2010, pp. 63-79.
- Guerrero Arias P. (2002). La cultura: Estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia. Ediciones Abya Yala.
- Gutiérrez, A. y Tyner, K. (2012). Educación para los Medios, Alfabetización Mediática y Competencia Digital. *Revista Comunicar*, 38(19), 31-39.
- Harris, M. (2011) "Antropología cultural", Madrid, Alianza Editorial.
- Juárez Escribano, B. (2020, 11 noviembre). *Análisis de la cultura virtual en las redes sociales como organización digital*. <https://isdfundacion.org/2020/11/09/analisis-de-la-cultura-virtual-en-las-redes-sociales-como-organizacion-digital/>
- Kluckhohn, C. (1952). Culture: a critical review of concepts and definitions. *Papers. Peabody Museum of Archaeology & Ethnology, Harvard University*, 47(1), viii, 223.
- Lazo, L. (2017). Identidad y Movimientos Sociales en Manuel Castells. *Repositorio de Revistas de la Universidad Privada de Pucallpa*, 1(3).
- Light, D., Keller, S., & Calhoun, C. (2000). Socialización e identidad a lo largo de la vida. McGrawHil
- López Yarade, D., & Morgado, R. C. (2019). Análisis de la incidencia de las redes sociales en la comunicación de los adolescentes del B° Los Módulos, de la ciudad de Cafayate, Salta en el año 2019. (Tesis de Pregrado, Universidad Católica de Salta).
 Archivo Digital.
http://bibliotecas.ucasal.edu.ar/opac_css/index.php?lvl=notice_display&id=67220
- Martín-Barbero, J. (2000). Retos culturales: de la comunicación a la educación. *Nueva*

sociedad, 169, 33-43.

- Martínez Rodrigo, E., Rodrigo, E. M., y Martín, L. S. (2015). Comunicación y Redes Sociales Presentación. *Revista Científica De Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 13(2).
- Martínez, F. (2010). *La Teoría de los usos y Gratificaciones Aplicada a las Redes Sociales*. II Congreso Internacional Comunicación 3.0. Universidad de Salamanca.
- Marwick, A. E., & d. boyd. (2011). I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter users, Context Collapse, and the Imagined Audience. *New Media & Society*, 13(1), 114–133.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997) *Historia de las Teorías de la Comunicación*. Paidós
- Merchant, G. (2006). Identity, Social Networks and Online Communication. *E-Learning*, 3(2), 235–244.
- Merry, S. E. (2003) “Human rights law and the demonization of cultura (and anthropology along the way)”, *Political and Legal Anthropology* 26 (1): 55-76.
- Pérez-Jiménez, J. (2015). *Identidad: Semblante e Impostura en la Era Digital*. En Salvat, Peyro, P. (2015,22 de noviembre). ¿Cómo afectan las nuevas tecnologías al lenguaje de los jóvenes?. <https://www.control-parental.es/como-afectan-las-nuevas-tecnologias-al-lenguaje-de-los-jovenes/>
- Real Academia Española, (2018). *Comunicación*. <https://dle.rae.es/comunicaci%C3%B3nE>
- Rizo, M. (2004). El Camino Hacia la "Nueva Comunicación": Breve Apunte Sobre las Aportaciones de la Escuela de Palo Alto. *Revista razón y palabra*, 40.
- Rodríguez, V. R. L., & Paredes, A. P. (2005). *Cultura de la innovación y la gestión tecnológica para el desarrollo de los pueblos* (No. 143). Convenio Andrés Bello.
- Romero Gualda, M.V. (1991). *Enseñanza del vocabulario interacción cultural*. <https://hispadoc.es/descarga/articulo/1959459.pdf>
- Salvat, G. y Serrano, V. (Eds.). (2010). *La Revolución Digital y la Sociedad de la Información*. Zamora-Sevilla: Editorial Comunicación Social.
- Sarriera, J. C. (2003). Estudios actuales sobre aculturación en latinos: revisión y nuevas perspectivas. *Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology*, 37(2), 341-364.
- Semana. (2015). Aumenta el tiempo que los jóvenes pasan en internet. *Semana*. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:uDOfrf0gtikJ:https://www.semana.com/educacion/articulo/cuanto-tiempo-invierten-los-jovenes-en-internet/451849-3/&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-b-d>

- Serrano, V. (2016). *Fraudebook: Lo que la red Social hace con Nuestras Vidas*. Madrid, España: Plaza y Valdés, S. L.
- Serrano-Puche, J. (2013). Vidas Conectadas: Tecnología Digital, Interacción Social e Identidad. *Historia y Comunicación Social*, 18(Especial), 353-364.
- Silva, V. (2013): *El Conflicto de las Identidades*. Comunicación e Imágenes de la Interculturalidad. Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Torres, J. J. M. (2013). El uso de la red social facebook para fortalecer en los alumnos la obtención de información y expresión de las ideas/The use of social network facebook to strengthen students in obtaining information and expressing ideas. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 3(6), 73-97.
- Escribano, M. B. J. (2020). Análisis de la cultura virtual en las redes sociales como organización digital. *Prisma Social: revista de investigación social*, (30), 295-321.
- Van Dijck, J. (2016). *La Cultura de la Conectividad: Una Historia Crítica de las Redes Sociales*. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno Editores Argentina S.A.
- Wolton, D. (2010). Informar no es comunicar: contra la ideología tecnológica. *Informar no es comunicar*, 1-144.
- Zaremohzzabieh, Z., Samah, B. A., Omar, S. Z., Bolong, J., & Kamarudin, N. A. (2015). Addictive Facebook use among university students. *arXiv preprint arXiv:1508.01669*.

11. Anexos

Anexos 1: Ámbito geográfico de la investigación

MATRIZ DEL ÁMBITO GEOGRÁFICO											
ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN											
BIBLIOTECA: FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN											
TIPO DE DOCUMENTO	AUTORA/TÍTULO DE LA TESIS	FUENTE	FECHA/AÑO	ÁMBITO GEOGRÁFICO						OTRAS DESAGREGACIONES	OTRAS OBSERVACIONES
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIAS	CANTÓN	PARROQUIA	BARRIO O COMUNIDAD		
TESIS	EMILY SALOME MUÑOZ TORRES Facebook como modificador del vocabulario y la cultura del habla en los estudiantes de primero a tercero de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei, provincia de Loja durante el periodo marzo-septiembre del 2021	UNL	2021	ECUADOR	ZONA 7	LOJA	LOJA			CD	LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Nota: Biblioteca de la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación.

Anexos 2: Mapa geográfico y de ubicación

MAPA GEOGRÁFICO Y MAPA DE UBICACIÓN



Fuente: Registro civil. Loja
https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/03/presentacion_loja.pdf

Anexos 3: Encuestas

ENCUESTA PARA ESTUDIANTES

Edad: Género Femenino Masculino

1. Seleccione el número de palabras de la jerga ecuatoriana que conoce Ud.:

Llucho; Billuzo; poncho; chacra; palta; cura; choclo; Arrarray; achachay; Longo; merced; cancha, chancla, queta, chullo

- Ninguna (0 palabras)
- Algunas (2-5 palabras)
- Muchas (6-10 palabras)
- La Mayoría (11-15 palabras)

2. De los siguientes modismos o expresiones de países latinoamericanos, señale usted las que conoce y utiliza.

Fresa; Peda; Compa; chido; Güey; Neta; No manches; Chavo; Bacán; Vaina; Parce; Berraco; Maluco; Culicagao; Mina; Pibe; Che; Boludo

- Ninguna (0 palabras)
- Algunas (0-5 palabras)
- Muchas (6-12 palabras)
- La Mayoría (13-18 palabras)

3. ¿Ud. tiene una cuenta de red social? Si No

(Si su respuesta es (no) conteste la siguiente pregunta, caso contrario continúe con la Pregunta N°. 6)

4. ¿Porqué Ud. no tiene cuenta de red Social?

(Conteste esta pregunta y entregue la encuesta, gracias por su tiempo)

5. No las conozco o no estoy bien informado sobre ellas

No le interesa

No confía en la seguridad

No tengo tiempo para utilizarlas

6. ¿Qué le animó a unirse a una red social?

Amigos

Familia

Conocer gente

Porque todo el mundo tiene

Popularidad de la red

Por curiosidad

Por que fue fácil crearme una cuenta

7. ¿En qué red social tiene cuenta? Puede elegir más de una opción

Facebook TwitterInstagram otras

8. ¿Le ayuda la red social a relacionarse mejor?

Mucho

Poco

Sigo igual

9. ¿Cree Ud. que se pueden correr peligros con las redes sociales?

Si No

10. De las siguientes actividades que realiza en las redes sociales, por favor indique cuales utiliza y con qué frecuencia, poniendo una x en la opción que más se aproxime a su caso

Actividades que realizo	Siempre	Muy poco	Nunca
Enviar mensajes y comunicarte con tus amigos, familiares u otras personas a las que ya conoces.			
Conocer gente nueva o hacer nuevos amigos(as)			
Intercambiar fotos, videos, música, etc.			
Unirte grupos o hacerte fan, participar en debates o discusiones sobre los temas de interés			
Simplemente diversión y ocupar su tiempo libre			
Motivos de estudio			
Haces referencia a actividades que realizas			
Comentarios o recomendación de juegos, películas			

11. ¿En qué porcentaje considera que la red social Facebook ha influido para que usted conozca los vocablos extranjeros antes mencionados?

0% Nada

25% Poco

50% Mucho

75% Bastante

100% Demasiado

12. En el vocabulario de sus compañeros ¿Ha escuchado usted el uso de modismos o expresiones extranjeras?

Si he escuchado

No he escuchado

13. ¿Qué tan frecuentemente escucha el uso de estos vocablos extranjeros o extranjerismos en su vida cotidiana?

0% Nada

25% Poco

50% Mucho

75% Bastante

100% Demasiado

14. ¿Le interesaría saber cómo la red social Facebook ayudaría a fortalecer la identidad cultural mediante el consumo de contenido propio de nuestro país?

Si me interesa

No me interesa

15. Si los creadores de contenido digital ecuatorianos, en la red social Facebook, hicieran un uso frecuente de nuestra jerga ecuatoriana, ¿aumentaría tu aceptación hacia estos vocablos?

Si -

No

ENCUESTA PARA PADRES DE FAMILIA

Edad: Género Femenino Masculino

Nivel de estudio: Primario Bachillerato Universitario Maestría

1. ¿Conoce Ud. que es una red social?

Sí No

2. ¿Ud. tiene una cuenta de red social?

Si No

(Si su respuesta es (no) conteste la siguiente pregunta, caso contrario continúe con la Pregunta N°. 4)

3. ¿Porqué Ud. no tiene cuenta de red Social?

(Conteste esta pregunta y entregue la encuesta, gracias por su tiempo)

No le interesa

No confía en la seguridad

No las conozco o no estoy bien informado sobre ellas

No tengo tiempo para utilizarlas

4. ¿Saben si su hijo/a utiliza las Redes Sociales?

Sí No

5. ¿Saben lo que hace su hijo/a cuando se conecta al a red social?

Sí No

6. Considera que las actividades escolares de su hijo se han visto afectado por el uso de la tecnología

Sí No

7. Cuando su hijo/a no utiliza la tecnología se torna agresivo

Sí No

8. Su hijo/a da información personal por Internet.

Sí No No se

9. Ha aconsejado a su hijo/a que desconfíe de la forma en que la gente se describe a sí misma en Internet

Sí No

10. Conoce que su hijo/a pudo ser vulnerable ofendido, humillado o chantajeado a través de las redes sociales

Sí No

11. Su hijo/a se pone triste o deprimido por no usar las redes sociales SíNo

ENCUESTA PARA DOCENTES

Edad: Género Femenino Masculino

Nivel de estudio: Primario Bachillerato Universitario Maestría

1. ¿Conoce Ud. que es una red social?

Sí No

2. ¿Ud. tiene una cuenta de red social?

Si No

(Si su respuesta es (no) conteste la siguiente pregunta, caso contrario continúe con la Pregunta N°. 4)

3. ¿Porqué Ud. no tiene cuenta de red Social?

(Conteste esta pregunta y entregue la encuesta, gracias por su tiempo)

No le interesa

No confía en la seguridad

No las conozco o no estoy bien informado sobre ellas

No tengo tiempo para utilizarlas

4. ¿Considera que las redes sociales podría ser un medio de enseñanza?

Si No

5. ¿Conoce Ud. si sus estudiantes tienen cuenta en una Red social?

Si No

6. Ha conversado con sus estudiantes sobre las redes Sociales

Si No

7. ¿Considera que las redes sociales han provocado desinterés en los estudios de sus alumnos?

Si No

8. ¿Piensa que los dispositivos (celulares, laptop o Tablet) han facilitado revisar constantemente la red social, descuidando en sus estudiantes lo académico?

Si No

9. ¿Considera que un seminario de capacitación ayudará a orientar a sus estudiantes sobre el uso adecuado de las redes sociales?

Si No

10. ¿Considera importante que sus estudiantes formen grupos de estudio en una red social entre compañeros? Si No

11. 11.- ¿Conoce de algún estudiante que ha sido víctima de Cyberbullying?

Si No

Anexos 4: Entrevista a profesionales

ENTREVISTA A PROFESIONALES ESPECIALIZADOS

1. ¿Cree usted que la red social Facebook influye la cultura de los jóvenes?
2. ¿Qué opina con respecto al uso constante de modismos y extranjerismos en los jóvenes?
3. ¿De qué manera cree usted que se podría mejorar el uso de las redes sociales?
4. Mediante encuestas obtuve como resultado que los jóvenes utilizan y conocen más sobre vocablos extranjeros que de los que son propios de nuestro país, ¿qué opina con respecto a esta falta de identidad cultural?

Anexos 5: Propuesta alternativa

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

PROPUESTA ALTERNATIVA

Manual para mejorar y entender la red social Facebook como modificador cultural

Autora:

Emily Muñoz

Directora:

Dra. PhD. Erika González

LOJA – ECUADOR

2021

1. TEMA

Campaña para mejorar y entender la red social Facebook como modificador cultural

2. JUSTIFICACIÓN

Facebook es una aplicación que tiene el poder de influenciar en la identidad de los adolescentes que tienden a adoptar conductas influenciadas por los medios y las redes sociales, llegando a reemplazar o descartar, ya sea consciente o inconscientemente, la herencia cultural de generaciones anteriores a las suyas. Si bien es cierto que siempre ha existido una diferenciación generacional, es necesario enfatizar en lo que incita a ello. En este caso, las redes sociales han esclarecido un innegable antes y después en la forma en la que los jóvenes conciben en mundo.

En marco a este panorama cultural que vive Ecuador, surge la idea de la propuesta de realizar una campaña con la finalidad de estimular el interés de los jóvenes y sean consumidores del lenguaje y más específicamente, la jerga ecuatoriana que por tantas generaciones ha prevalecido y poco a poco arriba a su extinción lingüística. Por lo cual, la campaña se centrará en enfatizar la importancia de la cultura y valores en este ámbito que se deja cuasi en el olvido, pero que forma parte indispensable del día a día de todos los ciudadanos. Así, el diseño de a campaña en redes y la conferencia, responderá a las necesidades de la presencia inherente de la cultura del lenguaje en los ecuatorianos.

3. OBJETIVOS

Objetivo General:

Elaborar una campaña para comprender cómo la red social Facebook influye en el comportamiento de adolescentes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei provincia de Loja, e informar de esta grave problemática que hace que las nuevas generaciones pierdan parte de su identidad como ecuatorianos.

Objetivos Específicos:

- Motivar el consumo y proliferación de jerga ecuatoriana entre niños y adolescentes para que sus raíces se reflejen en su habla.
- Comunicar la influencia que las redes sociales, en especial Facebook, tienen sobre las expresiones comunicativas de los niños y adolescentes de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei provincia de Loja
- Difundir la campaña en padres de familia, profesores y estudiantes

4. VIABILIDAD

Se considera viable la creación y difusión de la campaña planteada, debido a la necesidad actual de que niños y adolescentes tomen conciencia de sus influencias en su desarrollo lingüístico. Ecuador es un país rebotante de cultura y un argot característico que en ocasiones responde a una naturaleza quichua. Es importante enfatizar en el lenguaje como parte de la cultura e identidad de los ecuatorianos, especialmente durante su etapa adolescente, pues están biológicamente prestos a imitar lo que perciben sus sentidos.

5. DURABILIDAD

La campaña se prevé aplicar durante 2 meses desde su difusión. Sin embargo, a ello se le suma 1 mes de planificación y elaboración de los materiales y recursos necesarios a emplear

6. FORMA DE DIFUSIÓN

La propuesta que se propone constará de dos etapas. La primera de ellas, consistirá en una difusión de artes en redes sociales que motiven a emplear un lenguaje ecuatoriano entre adolescentes. En la segunda, se realizará una conferencia en la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei, dirigida a profesores y estudiantes, con la finalidad de comunicar los hallazgos encontrados con respecto al tema de la identidad por medio del lenguaje.

7. PRESUPUESTO

Diseñador gráfico	30, 00\$
Cámara y equipos	1000,00\$
Pasajes	20\$
TOTAL	1050,00\$

8. ESTRATEGIA

La estrategia a utilizar será la difusión de contenido por medio de redes sociales (en especial Facebook e Instagram) y seguidamente, la programación de la conferencia a cargo de la investigadora en cuestión para dar a conocer los descubrimientos que relacionan directamente Facebook y las conductas del lenguaje.

9. ACTIVIDADES

- Búsqueda de bibliografía puntual del lenguaje
- Creación de artes explicando el origen y función de distintas palabras ecuatorianas (changar, ñaño, taita, guambra, chulla, chachay, yapa, pupo) para motivar su uso y expansión.
- Creación de cuentas con el nombre: ecuargot
- Elaboración del cronopost
- Posteo de artes
- Difusión del contenido en redes
- Planificación de la charla/conferencia (discurso a realizarse, diapositivas, ejemplificaciones de caso, invitados)
- Petición del salón de conferencias a la Unidad Educativa Mater Dei
- Procesos burocráticos

- Adecuación del salón
- Convocatoria a profesores y estudiantes (creación de invitaciones)
- Ponencia

Anexos 6: Oficios de designación y aprobación del trabajo de titulación



**UNIVERSIDAD
NACIONAL DE LOJA**

CARRERA DE COMUNICACIÓN
Facultad de la Educación, El Arte y la Comunicación

Oficio No.710-D-CCS-FEAC-UNL
Loja, 15 de junio de 2021

Doctor.

Milton Andrade Tapia Ph.D..

**DOCENTE DE LA FACULTAD DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA
COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

Ciudad.-

De mi consideración:

De conformidad a lo dispuesto en los Art. 134 y 135 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, me permito remitir a usted el Proyecto de Tesis titulado: **"Facebook como modificador del vocabulario y la cultura del habla en los estudiantes de primero a tercero de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscomisional Mater Dei provincia de Loja"**, de autoría de la señorita: **Emily Salomé Muñoz Torres**, estudiante de la Carrera de Comunicación Social; a fin de que en un plazo de ocho días hábiles, luego de su análisis y revisión correspondiente se emita el Informe de **Estructura y Coherencia** del mencionado proyecto, mismo que deberá ser coherente con las líneas de investigación de la Carrera,

Aprovecho esta oportunidad para expresarle los sentimientos de mi consideración y estima personal.

Atentamente,
**EN LOS TESOROS DE LA SABIDURIA
ESTA LA GLORIFICACION DE LA VIDA**



Firmado electrónicamente por:
**HEVER
SANCHEZ**

Mgs. Hever Sánchez Martínez.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

HSM/so.

C.c. Interesada, Archivo.

Ciudad Universitaria "Guillermo Falconí Espinosa"
Telefax 2547192

Anexos 7: Certificación de traducción del Abstract

CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

Loja 05 de Septiembre de 2022

Nombre: Marcela Angelita Ocampo Jaramillo

Título: Licenciada en Educación Media, Especialidad Inglés.

Magister en Gerencia y Liderazgo Educativo.

CERTIFICO:

Que he realizado la traducción del español al idioma inglés del resumen del presente estudio investigativo denominado: **FACEBOOK COMO MODIFICADOR DEL VOCABULARIO Y LA CULTURA DEL HABLA EN LOS ESTUDIANTES DE PRIMERO A TERCERO DE BACHILLERATO DE LA UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL MATER DEI, PROVINCIA DE LOJA DURANTE EL PERIODO MARZO-SEPTIEMBRE DEL 2021**, de autoría de la Srta. EMILY SALOME MUÑOZ TORRES, portadora de la cédula de identidad número 1104066616, estudiante de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja. Dicho estudio se encuentra bajo la dirección de la Mgs. Erika Lucia González Carrión, PhD, previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a la interesada hacer uso del presente en lo que ella creyera conveniente.

Firma:



firmado digitalmente por:
MARCELA ANGELITTA
OCAMPO JARAMILLO

Mg. Marcela Ocampo Jaramillo

Cédula: 1103125231

SENESCYT No. Tercer Nivel: 1031-07-758276

Cuarto Nivel: 1031-14-86047597