

**LOS USOS QUE DAN LOS ESTUDIANTES USUARIOS DE NOVENO Y DECIMO  
GRADO DEL LICEO DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO A LA RED SOCIAL  
FACEBOOK DE INTERNET DEL AÑO LECTIVO 2009-2010.**

**LIZZETH ANDREA CÓRDOBA DAVID**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE SOCIOLOGÍA  
SAN JUAN DE PASTO  
2012**

**LOS USOS QUE DAN LOS ESTUDIANTES USUARIOS DE NOVENO Y DECIMO  
GRADO DEL LICEO DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO A LA RED SOCIAL  
FACEBOOK DE INTERNET DEL AÑO LECTIVO 2009-2010.**

**LIZZETH ANDREA CÓRDOBA DAVID**

**Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de  
Sociólogo.**

**Asesor:  
RICARDO OVIEDO ARÉVALO  
Doctor**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE SOCIOLOGÍA  
SAN JUAN DE PASTO  
2012**

## **NOTA DE RESPONSABILIDAD**

“Las ideas y conclusiones aportadas en el presente trabajo de grado son responsabilidad del autor”

Artículo 1 del acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966, emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

San Juan de Pasto, Junio de 2012

## **AGRADECIMIENTO A LA INSTITUCIÓN EDUCATIVO LICEO DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO**

Una gran gratitud al señor rector Emilio Díaz y a los estudiantes, por abrir las puertas de su institución para la realización de mi trabajo de grado titulado: LOS USOS QUE DAN LOS ESTUDIANTES USUARIOS DE NOVENO Y DECIMO GRADO DEL LICEO DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO A LA RED SOCIAL FACEBOOK DE INTERNET DEL AÑO LECTIVO 2009-2010..

Entre los 75 colegios que según el registro de la Instituto Colombiano de Fomento para la Educación Superior- ICFES; existen en la ciudad de de San Juan de Pasto. Para esta investigación, la institución educativa Liceo de la Universidad de Nariño, fue la seleccionada en primer lugar por pertenecer a la UNIVERSIDAD DE NARIÑO, y porque goza de prestigio a nivel municipal y nacional por su gran nivel de desempeño de formación académica y calidad humana, que se ve reflejada en los estudiantes quienes han logrado posicionar a la institución por ocupar los primeros puestos ante el ICFES.

Las anteriores referencias y la familiaridad de esta institución con la Universidad de Nariño, permitieron el acercamiento oportuno para llevar a cabo la recolección de información necesaria para sustentar y validar la investigación a través del análisis sociológico que permite revelar cómo están siendo usadas las Redes Sociales de internet, teniendo como base a la red social FACEBOOK, que es la red social más utilizada por el censo poblacional de esta institución educativa.

## **RESUMEN**

La presente monografía para optar título de grado titulada: LOS USOS QUE DAN LOS ESTUDIANTES USUARIOS DE NOVENO Y DECIMO GRADO DEL LICEO DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO A LA RED SOCIAL FACEBOOK DE INTERNET DEL AÑO LECTIVO 2009-2010. Tiene como principal objetivo conocer los usos que dan a la red social FACEBOOK, los jóvenes estudiantes de los grados noveno y décimo del Liceo de La Universidad de Nariño, con el fin que desde sus experiencias en la red FACEBOOK, se logre determinar que relevancia y significado tiene esta red para su entorno social, teniendo en cuenta el género, edad; identificando así factores como motivación, tiempo dedicado a esta actividad, ventajas y desventajas de pertenecer a estos sitios, que tipo de relaciones y grupos sociales son las que se conforman en este entorno.

El marco teórico conceptual de esta investigación se fundamenta en aportes teóricos y otros estudios que brindan orientación sobre la investigación planteada.

Esta investigación es de carácter cuantitativo, enmarcada dentro de un enfoque descriptivo y utiliza técnicas y herramientas de recolección de información como: la encuesta tipo censo, que permite un análisis completo de la información.

El estudio concluye que las redes sociales han transformado las relaciones de los actores con su entorno y han afectado el espacio de su acción individual y colectiva.

## **ABSTRACT**

This monograph first degree to qualify titled: USES STUDENTS GIVING USERS OF THE NINTH AND TENTH GRADE LYCEUM UNIVERSITY NARIÑO FACEBOOK SOCIAL NETWORK INTERNET. THE 2009-2010 SCHOOL YEAR Its main objective is to know how they use the social network Facebook, young students in grades nine and ten of the Lyceum of the University of Nariño, in order that from their experience in FACEBOOK network is able to determine that relevance and significance of this social network for your environment, considering gender, age, thus identifying factors such as motivation, time spent on this activity, advantages and disadvantages of belonging to these sites, what kind of relationships and social groups are those that conform in this environment.

The conceptual framework of this research is based on both theoretical and other studies that provide guidance on the proposed research.

This research is a quantitative, framed within a descriptive approach and uses techniques and tools for collecting information such as census-type survey, which allows a complete analysis of the information.

The study concludes that social networks have transformed the relationship of the actors with their environment and affected the space of their individual and collective action.

## CONTENIDO

|                                                                                | Pág. |
|--------------------------------------------------------------------------------|------|
| INTRODUCCIÓN .....                                                             | 16   |
| 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....                                            | 18   |
| 1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....                                              | 18   |
| 2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....                                               | 23   |
| 2.1 PREGUNTAS SISTEMATIZADORAS DEL PROBLEMA .....                              | 23   |
| 3. OBJETIVOS .....                                                             | 24   |
| 3.1 OBJETIVO GENERAL .....                                                     | 24   |
| 3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....                                                | 24   |
| 4. JUSTIFICACIÓN .....                                                         | 25   |
| 5. MARCO REFERENCIAL.....                                                      | 29   |
| 5.1 MARCO CONTEXTUAL.....                                                      | 29   |
| 5.1.1 Marco Institucional. ....                                                | 29   |
| 5.2 MARCO DE ANTECEDENTES.....                                                 | 30   |
| 5.3 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL .....                                             | 40   |
| 5.3.1 La Web 2.0 herramienta necesaria de las Redes Sociales de internet. .... | 41   |
| 5.3.2 La Web 2.0 fomenta la enseñanza y aprendizaje. ....                      | 43   |
| 5.3.3 Historia de las Redes Sociales virtuales .....                           | 43   |
| 5.3.4 Tipos de Redes Sociales virtuales .....                                  | 48   |
| 5.3.5 La red social Facebook. ....                                             | 49   |
| 5.3.6 Facebook .....                                                           | 50   |

|       |                                                                                                                                                                               |    |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 5.3.7 | Facebook en Colombia. ....                                                                                                                                                    | 52 |
| 5.3.8 | Paginas colombianas con mayor número de miembros en Facebook .....                                                                                                            | 53 |
| 6.    | ASPECTOS METODOLÓGICOS.....                                                                                                                                                   | 57 |
| 6.1   | TIPO DE INVESTIGACIÓN.....                                                                                                                                                    | 57 |
| 6.2   | LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....                                                                                                                                                   | 58 |
| 6.3   | PLAN DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.....                                                                                                                                        | 58 |
| 6.3.1 | Modelo de recopilación y análisis de la investigación .....                                                                                                                   | 58 |
| 6.3.2 | Fase de recolección de información.....                                                                                                                                       | 59 |
| 7.    | LOS USOS QUE DAN LOS ESTUDIANTES USUARIOS DE NOVENO Y DECIMO GRADO DEL LICEO DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO A LA RED SOCIAL FACEBOOK DE INTERNET DEL AÑO LECTIVO 2009-2010. .... | 62 |
| 7.1   | ASPECTOS GENERALES.....                                                                                                                                                       | 62 |
| 8.    | RESULTADOS REDES SOCIALES.....                                                                                                                                                | 66 |
| 9.    | USOS DE LAS REDES SOCIALES .....                                                                                                                                              | 73 |
| 10.   | TIEMPO PROMEDIO EN LAS REDES SOCIALES .....                                                                                                                                   | 77 |
| 11.   | INTERESES Y NECESIDADES EN LAS REDES SOCIALES .....                                                                                                                           | 80 |
| 12.   | VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES.....                                                                                                                             | 83 |
| 12.1  | VENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES.....                                                                                                                                           | 83 |
| 12.2  | DESVENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES .....                                                                                                                                       | 85 |
| 13.   | CONCLUSIONES.....                                                                                                                                                             | 89 |
|       | BIBLIOGRAFÍA.....                                                                                                                                                             | 92 |
|       | NETGRAFIA .....                                                                                                                                                               | 93 |
|       | ANEXOS.....                                                                                                                                                                   | 95 |

## LISTA DE TABLAS

|                                                                                         | Pág. |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Tabla 1. Con más de 1 millón de seguidores: .....                                       | 54   |
| Tabla 2. De 500,000 a 1 millón de seguidores:.....                                      | 54   |
| Tabla 3. Menos de 500,000 seguidores: .....                                             | 55   |
| Tabla 4. Sexo de los encuestados .....                                                  | 63   |
| Tabla 5. Grado de los encuestados .....                                                 | 63   |
| Tabla 6. Edad de los encuestados .....                                                  | 63   |
| Tabla 7. Estratificación de los encuestados .....                                       | 64   |
| Tabla 8. ¿Sabe que es una red social en internet?.....                                  | 67   |
| Tabla 9. Estudiantes con correo electrónico .....                                       | 68   |
| Tabla 10. ¿A qué Redes Sociales pertenecen los Estudiantes de Noveno y<br>decimo? ..... | 69   |
| Tabla 11. ¿Cuál de las anteriores redes le parece más importante? .....                 | 70   |
| Tabla 12. Sexo Masculino vs redes sociales .....                                        | 71   |
| Tabla 13. Sexo Femenino vs redes sociales.....                                          | 71   |
| Tabla 14. ¿Para qué usa las Redes Sociales de internet? .....                           | 73   |
| Tabla 15. ¿Cuál de los anteriores usos es el más importante? .....                      | 74   |
| Tabla 16. Uso diario en la red social Facebook .....                                    | 77   |
| Tabla 17. Tiempo utilizado por los hombres en las Redes Sociales .....                  | 78   |
| Tabla 18. Tiempo dedicado en las Redes Sociales por las mujeres.....                    | 78   |
| Tabla 19. Temas de interés .....                                                        | 80   |

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Tabla 20. Ventajas de las Redes Sociales.....    | 83 |
| Tabla 21. Desventajas de las Redes Sociales..... | 85 |

## LISTA DE ANEXOS

|                                               | <b>Pág.</b> |
|-----------------------------------------------|-------------|
| Anexo A. Cronograma de actividades.....       | 96          |
| Anexo B. Operacionalización de variables..... | 97          |
| Anexo C. Encuesta .....                       | 100         |

## **GLOSARIO**

**ACCESO:** Es la palabra que se utiliza en Internet para tener permiso para entrar a un sitio virtual habitualmente se obtiene el acceso a una página de Internet después de digitar la clave o contraseña.

**AFICIONES:** Una afición (también llamado hobby, y a veces también pasatiempo) es una actividad cuyo valor reside en el entretenimiento de aquel que lo ejecuta, que algunas veces no busca una finalidad productiva concreta y se realiza en forma habitual.

**APLICACIONES:** Son un tipo de programa informático implementados para que el usuario pueda realizar uno o diversos tipos de trabajo.

**ARPANET:** Es una red de computadoras fue creada por encargo del Departamento de Defensa de los Estados Unidos como medio de comunicación para los diferentes organismos del país. El primer nodo se creó en la Universidad de California, Los Ángeles y fue la espina dorsal de Internet hasta 1990, tras finalizar la transición al protocolo TCP/IP en 1983.

**BRECHA DIGITAL:** la forma más sencilla de definir esta expresión es que hace referencia a la diferencia aquellas personas y comunidades que no pueden o no tienen acceso a la nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), como el computador personal, la telefonía móvil, la banda ancha y otros dispositivos.

**BUSCADOR:** Son un sistema informático que busca archivos almacenados en servidores web.

**CIBERNAUTA-(INTERNAUTA):** Aquella persona que navega por Internet.

**COMUNIDADES VIRTUALES:** Es aquella comunidad cuyos vínculos, interacciones y relaciones tienen lugar no en un espacio físico sino en un espacio virtual como Internet.

**CONEXIÓN:** es la conexión con la que una computadora o red de computadoras cuentan para conectarse a Internet, lo que les permite visualizar las páginas web desde un navegador y acceder a otros servicios que ofrece esta red.

**CONTRASEÑA O CLAVE:** Es el código secreto que permite que la información sea accesible únicamente para la persona o empresa que la asigna.

**El TCP/IP:** Es la base de Internet, y sirve para enlazar <http://es.wikipedia.org/wiki/Computadora> que utilizan diferentes sistemas

operativos, incluyendo PC, minicomputadoras y computadoras centrales sobre redes de área local (LAN) y área extensa (WAN). TCP/IP fue desarrollado y demostrado por primera vez en 1972 por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos, ejecutándolo en ARPANET, una red de área extensa de dicho departamento.

FACEBOOK: traduce "Libro de caras", hace referencia a esos libros que suelen usarse en las universidades y colegios, es un álbum de fotografías, un diario en el que puedes escribir tus anécdotas y acontecimientos.

GOOGLE: motor de búsqueda es un sistema informático que da acceso a archivos almacenados en servidores Web. Las búsquedas se hacen con palabras clave y el resultado de la búsqueda es un listado de direcciones Web en los que se mencionan temas relacionados con las palabras clave buscadas.

HACKER: Existen diferentes subculturas de hacker, entre la definición más precisa es: persona que se disfruta de un conocimiento profundo del funcionamiento interno de un sistema, en particular de computadoras y redes informáticas.

HIPERTEXTO: En informática, es el nombre que recibe el texto que en la pantalla de un dispositivo electrónico conduce a otro texto relacionado. La forma más habitual de hipertexto en documentos es la de hipervínculos o referencias cruzadas automáticas que van a otros documentos.

INMIGRANTE DIGITAL son las personas nacidas antes de los ochenta que manejan o se adaptan con poca facilidad al uso de las tecnologías de la comunicación y la información.

INTERNET: Es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas, que garantizan que las redes físicas que la componen funcionen como una red única, de alcance mundial.

MOTIVACIÓN: son los estímulos, e intereses que mueven a una persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas.

NATIVO DIGITAL. Son las personas que nacieron después de los años ochenta se las conoce con este nombre porque captan y manejan muy bien las tecnologías de la comunicación y la información.

NAVEGADOR: Es un programa que permite visualizar la información que contiene una página web.

NODO: Son puntos de conexión que se interrelacionan entre si de una manera no jerárquica y conforman una red.

**PERFIL:** Es el sitio Web de los usuarios de FACEBOOK, que sirve para escribir información sobre los datos personales, además en este sitio se encuentra información de actividades recientes y su relación con otros usuarios.

**POST HUMANISMO:** sinónimo del Transhumanismo concepto filosófico que apoya el empleo de las nuevas ideas, y ciencias tecnológicas para mejorar y corregir los aspectos indeseables en la vida humana.

**UN BLOG:** Es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.

**WEB:** La palabra web (del inglés: red, malla, telaraña) puede referirse a: Word Wide Web (también conocida como "la Web"), el sistema de documentos interconectados por enlaces de hipertexto, disponibles en Internet.

**WEB 2.0:** Término acuñado que es utilizado para referirse a una segunda generación de Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios web, como las Redes Sociales, los blogs, los wikis, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios.

**YAHOO:** motor de búsqueda es un sistema informático que da acceso a archivos almacenados en servidores Web. Las búsquedas se hacen con palabras clave y el resultado de la búsqueda es un listado de direcciones Web en las que se mencionan temas relacionados con las palabras clave buscadas.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación está dirigida a conocer los usos que dan los jóvenes a la red social de Internet FACEBOOK. Para esta monografía se tomo como Universo de estudio a los estudiantes del Liceo de la Universidad de Nariño de los grados noveno y décimo, con el fin de describir que relevancia y significado tiene el uso de estas redes sociales para los jóvenes; para ello se tuvo en cuenta aspectos como el género y la edad de los usuarios, factores como motivación y tiempo dedicado a esta actividad, igualmente las ventajas y desventajas de pertenecer a estos sitios, así como que tipo de relaciones y grupos sociales son las que se conforman en este entorno. Al tener estos elementos claros se procedió a construir esta monografía, que permitió revelar detalles de importancia para este estudio, lo que condujo a mostrar desde la perspectiva sociológica el papel que juegan hoy en día las Redes Sociales como medio que permite la comunicación, la cooperación y la comunidad.

Una década atrás, la mayor parte de las personas era renuente a las computadoras, la percibían como una máquina ajena y el porcentaje de usuarios de Internet era muy minoritario, hoy por el contrario el uso de la Internet es un medio eficaz, no solo como un instrumento de ocio o de comunicación personal, sino también como una herramienta educativa, de uso profesional, que contribuye a que las relaciones sociales se fortalezcan, permitiendo gran movilidad social y sobre todo un lugar donde se encuentra disponible una serie de elementos que permiten dar espacio a la investigación social.

La Internet en el contexto actual tiene gran demanda, por ello a medida que este servicio aumenta, el numero de usurarios de la misma forma crece y evoluciona así el portafolio de servicios que la Internet ofrece; es por eso que en este espacio virtual se encuentra cada día contenidos más novedosos y numerosos, los cuales son de fácil acceso y aplicabilidad para el usuario en general. Este es el caso de las Redes Sociales en Internet, por cuanto un usuario sin tener conocimientos muy avanzados en este campo, se puede familiarizar fácilmente con el entorno, accediendo a crear su perfil y hacerse conocer en este espacio virtual, creando nuevas maneras de compartir información e interactuar en estos sitios y permitiéndole acceder a una nueva forma de hacer sociedad.

El fenómeno de las Redes Sociales es un tema de gran relevancia en el campo sociológico porque mueve un gran grupo de personas que se hacen conocer en la redes de Internet mostrando acontecimientos de su vida personal y de la vida social y logrando a través de ella objetivos comunes bajo este recurso.

El uso de la red social FACEBOOK es el objeto central de este estudio, debido a que es una de las más conocidas y visitadas, brinda a sus usuarios una gran variedad de utilidades con el fin de que los mismos puedan darse a conocer en el

cibespacio en el campo personal, social, laboral; de la misma manera puedan crear y pertenecer a distintos grupos según sus expectativas, así como también le permite hacer uso de miles de programas interactivos que capturan la atención y el tiempo del usuario, siendo lo anteriormente dicho uno de las problemáticas que se pueden presentar en este contexto, permitiendo, entre otras cosas, identificar las ventajas y desventajas que conlleva el ser miembro de una red social de tal trascendencia como lo es la red social FACEBOOK

Para conocer más este tema de investigación se tomó en cuenta algunos estudios previos, además de conceptos y teorías de autores como José Carlos García, Milagro Pérez, entre otros; que permiten aclarar aun más el tema y/o la problemática acerca de los usos que se dan en las redes sociales de internet.

Dado que la investigación se realizó con estudiantes del Liceo de la universidad de Nariño se considero pertinente realizar una reseña histórica de esta institución educativa.

Esta investigación es de carácter cuantitativo, enmarcada dentro de un enfoque descriptivo porque a través de éste método de estudio se logro obtener información detallada y medible para identificar características propias de los estudiantes usuarios de estas redes Sociales que se llevan a cabo en el contexto virtual.

Finalmente, los resultados de esta monografía, apuntan a dejar bases para posteriores estudios en el campo social teniendo como protagonistas otros contextos que en la actualidad no pueden pasarse inadvertidos puesto que son una nueva forma de hacer sociedad, en un mundo que cada vez está más globalizado a través de la internet y que acertadamente se le puede acuñar un nuevo concepto denominado cibercultura o sociedad en red como lo señala el sociólogo Manuel Castells quien es uno de los investigadores que soportan esta investigación.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La sociología tiene como una de sus principales tareas estudiar las actividades desempeñadas por el ser humano en sociedad, es decir en forma colectiva teniendo en cuenta los diferentes ámbitos, espacios y contextos socioculturales. Esta presente investigación realizada desde la perspectiva sociológica se encamina a conocer, los usos a partir de las actividades sociales desempeñadas por los jóvenes estudiantes desde el entorno virtual a través de las redes sociales de internet; entendiendo a estas como una nueva forma de estructura social, que permiten crear varios tipos de vínculos sociales guiados por intereses y comportamientos comunes.

En la actualidad son más las personas que se preocupan por conocer y aprender sobre los usos de los medios informáticos y muy pocas las que no pueden utilizarlos. Las nuevas generaciones son las que más interés y más facilidad demuestran al manejar estas nuevas herramientas y sin duda alguna son las más expuestas a las problemáticas que se generan por la falta de culturización en el manejo adecuado de este instrumento de comunicación y sus diferentes y novedosos servicios. Si entendemos por cultura “el conjunto de valores y creencias que conforman el comportamiento”<sup>1</sup>, y aplicamos éste concepto al uso de los servicios que la Internet nos presta, sería un factor importante para el adecuado control de estos nuevos medios. En este sentido, cabe citar al sociólogo español Manuel Castells (1998), cuando se refiere a la cultura de Internet definiéndola así: *“los sistemas tecnológicos se producen socialmente y la producción social viene determinada por la cultura. Internet no constituye una excepción a esta regla”*<sup>2</sup>. Respecto a esta cita el autor explica que el ser humano es el creador de la internet y al mismo tiempo es su usuario, en consecuencia el servicio de internet genera prácticas que se ejecutan mediante instituciones u organizaciones sociales. Según Castells:

Son cuatro los estratos que conforman la estructura de la cultura de Internet; la primera la Cultura tecnocrática: Personas encargadas del medio académico y científico; la segunda la Cultura hacker: Personas conocedoras de las TIC que utilizan o manipulan su saber para beneficio o perjuicio del mismo; la tercera la Cultura comunitaria virtual: Son comunidades virtuales encargadas de conformar procesos y formas para los usos sociales en internet.; y la cuarta la Cultura

---

<sup>1</sup> CASTELLS, Manuel. La Galaxia del Internet. Barcelona: Plaza & Janes Editores S.A., 2001. Pp. 57-89.

<sup>2</sup> Ibíd., p. 51.

emprendedora: Son las personas encargadas de hacer difundir este medio a través de la sagacidad y estrategias empleadas.

En palabras de Castells: *“La cultura de internet es una cultura construida sobre la creencia tecnocrática en el progreso humano a través de la tecnología, practicada por comunidades de hackers que prosperan en un entorno de creatividad tecnológica libre y abierto, asentada en redes virtuales dedicadas a reinventar la sociedad materializada por emprendedores capitalistas en el quehacer de la nueva economía”*<sup>3</sup>.

En este sentido, se podría decir que la Internet es un medio abierto de comunicación susceptible a cualquier cambio y modificación, tanto por sus creadores como por los usuarios que utilizan éste servicio, por lo tanto, el contenido que se publica genera riesgos, producto de la falta de educación frente a éste tema. Los jóvenes creen saberlo todo a la hora de utilizar éste medio, sin prever el peligro y haciendo caso omiso a las pocas advertencias de los adultos, quienes a su vez por la falta de conocimiento o tiempo son permisivos o desinteresados al mirar a sus hijos frente a una computadora por largas horas y sin control alguno. Un caso puntual se da al momento de que el usuario sube información y ésta puede ser utilizada para fines no legítimos, lo que se ve reflejado en la juventud actual o “Nativos Digitales”, término acuñado por el experto en medio digitales Marc Prensky en el año 2004.

Por otro lado, nos encontramos con las personas nacidas antes de los años 80, conocidas en el medio como “Inmigrantes Digitales”, las cuales tienen una información mínima o nula en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación y sobre las cuales descansa la responsabilidad de educar o encaminar al buen uso de las mismas, pero esta tarea no se puede lograr debido a que el desconocimiento en el tema genera una serie de incertidumbres frente a su uso y causa confusión y abstención, por lo que es necesario que los adultos hagan parte de la educación frente al uso de estos servicios o en el mejor de los casos, los mismos “nativos digitales” sean quienes enseñen a sus padres sobre éste servicios y a la vez éstos instruyan a sus hijos acerca del control y el buen uso de estas herramientas, puesto que al igual que en el mundo real, el virtual acarrea muchos peligros.

La existencia de una gran gama de aplicaciones y contenidos que existen en la Web, son producto de las actualizaciones que cada vez se hace de éste servicio, un claro ejemplo es el cambio de la Internet estática a la dinámica, esta última interactiva y participativa como es el caso de las llamadas Redes Sociales en Internet, tema central de este estudio y que además han causado una gran popularidad en los cibernautas, en especial los jóvenes, quienes catalogan a estas

---

<sup>3</sup> Ibíd., Pp. 57-89.

redes como una moda en el mundo virtual, pero que en la mayoría de los casos reflejan a través de estos medios un mundo idealizado, haciéndolos partícipes de una vida virtual donde ellos son los creadores de ese espacio, revelando datos de su vida personal y privada que repercute en su vida real trayendo una serie de dificultades si la información que suministra en este medio cae en malas manos, siendo víctimas de alguien que intente abusar de ellos, de alguna manera, o hasta de cometer algún delito en su contra.

Es así como las Redes Sociales tienen su lado positivo, también estos sitios se prestan para cometer actos que degraden a un usuario o a un grupo social de este tipo, por esto vale la pena esta investigación que permite vislumbrar que usos y que características tienen estos lugares virtuales para no por no saber lo que son y cómo usarlos se caiga en manos de los llamados hacker o de personas delictivas.

El tiempo es un factor que en la actualidad está jugando un papel decisivo en la vida del ser humano, debido a que está siendo alterado por la evolución de las herramientas tecnológicas, una muestra clara es que hace diez años atrás era imposible entregar una información de manera tan inmediata como se percibe en la actualidad gracias a la internet. Hoy la agilidad que muestra esta herramienta tecnológica ha superado barreras de tiempo y distancia. Lo que ha permitido en primer lugar acortar distancias, mantenernos informados de los acontecimientos que pasan en el mundo, y sobre todo internet es uno de los principales canales de globalización.

El problema en el uso de tiempo existe cuando no es bien empleado sobre todo por la población joven, que es la que mas usa las tecnologías de la información y la comunicación, sin tener una frecuencia establecida para navegar en la web, es tanto la afición causada por estos sitios que los jóvenes, prefieren trasnochar que aprovechar las horas de sueño. Esto puede con el tiempo verse reflejado en problemas de adicción y aislamiento del mundo real; como lo afirma el catedrático de Psicología Clínica Enrique Echeburúa:

Entre los síntomas que indican adicción a las redes sociales, Echeburúa destacó la creación de una identidad ficticia gracias al anonimato de estas redes, el aislamiento social, la "automedicación digital" ante una depresión, es decir, recurrir a las redes sociales para superar el malestar, y problemas físicos como obesidad, fruto de la vida sedentaria delante del ordenador<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> ECHEBURRIA, Enrique. Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: Un nuevo reto. [En línea]. Disponible en internet: <http://www.psiquiatria.com/articulos/adicciones/otras/> [Este sitio fue publicado el 11 de Junio de 2010].

La internet ha remplazado otros medios comunicativos como son: el teléfono, la Televisión o la radio, por este instrumentó donde pueden hacer todo al mismo tiempo. Sin tener que moverse, por tal razón el tiempo y el sedentarismo del joven se está viendo implicado debido a que en las calles, los parques, y demás sitios que frecuentaban los jóvenes están siendo tomados por el espacio virtual que a ellos les resulta más cómodo.

Al indagar otro problema de cómo las redes sociales afectan el entorno educativo se puede notar que el uso de la internet como herramienta de búsqueda para encontrar ejercicios o tareas del ámbito escolar se ha convertido en una de las principales opciones y también de excusa que los jóvenes encuentran para estar todo el día frente a la web, sin embargo si se hace tan solo un ejercicio en la vida cotidiana de visitar las casas de los familiares es fácil encontrar a los hermanos, primos, sobrinos... frente a un PC, con la sorpresa de que están “sí” realizando una “tarea escolar” pero al mismo tiempo navegando en su red social, lo cual explica que el joven ya no solo presta atención a una sola actividad, sino que pretende realizar muchas al mismo tiempo lo que trae secuelas que recaen en su ámbito escolar como se puede confirmar en la siguiente publicación:

También se acusa a las redes del menor **rendimiento académico de los más jóvenes**. La idea es sencilla: cuanto más tiempo pasan pendientes de la pantalla del ordenador, **menos horas dedican a estudiar** sus exámenes. Para demostrar esta teoría, la universidad estadounidense de Ohio ha publicado un estudio que afirma que los usuarios habituales de Facebook obtienen notas hasta medio punto más bajas que los compañeros que se mantienen al margen de esta red.<sup>5</sup>

Lo anteriormente dicho corrobora que el uso en exceso y sin control de las redes sociales de internet suelen traer secuelas que perjudican el rendimiento académico de los jóvenes.

La internet y sobre todo para esta investigación, el uso de las Redes Sociales virtuales están tomando fuerza en la actualidad, por la estructura y la dinámica que las sostiene y las mantiene vigentes puesto que estos lugares en la web son novedosos porque reúnen gran cantidad de usuarios que son pieza clave para los investigadores de todo tipo: social, económico, político, religioso... en fin que ven en este sitio un lugar propicio para estudiar los comportamientos, las actividades, los intereses, los temas y aficiones.

---

<sup>5</sup> T, Luis. Son las redes sociales las culpables de nuestros problemas. [En línea]. Disponible en internet: <http://www.periodistashoy.es/redes-sociales> [Este sitio fue publicado el 9 de febrero de 2011].

Lo expuesto son una de las tantas razones que suman el esfuerzo de saber mucho más acerca de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación: en este caso las Redes Sociales virtuales, que son un escenario puntual que merece ser investigado dentro del campo de la acción social tanto en la actividad teórica y en la práctica de una disciplina como lo es la sociología.

## **2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuáles son los usos que dan a la red social FACEBOOK, los estudiantes de los grados noveno y décimo del Liceo de la Universidad de Nariño del año lectivo 2009-2010?

### **2.1 PREGUNTAS SISTEMATIZADORAS DEL PROBLEMA**

- ✓ ¿Qué conoce el joven estudiante del liceo UDENAR acerca de las Redes Sociales de internet?
- ✓ ¿Qué atrae al joven estudiante del liceo UDENAR para pertenecer a una de las Redes Sociales de internet?
- ✓ ¿Qué tipo de relaciones o vínculos sociales realiza el joven estudiante del liceo UDENAR en las Redes Sociales de internet?
- ✓ ¿Qué ventajas trae el uso de las Redes Sociales de Internet en la vida social y académica del estudiante?
- ✓ ¿Qué ventajas y desventajas trae el uso de las Redes Sociales de Internet en la vida social y académica del estudiante?
- ✓ ¿Qué limitantes trae el uso las Redes Sociales de Internet en la vida social y académica del estudiante?
- ✓ ¿Con qué frecuencia y tiempo utiliza el estudiante las Redes Sociales de Internet?
- ✓ ¿Qué temas son los que más les gusta a los jóvenes del liceo UDENAR cuando utilizan las Redes Sociales de internet?

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL**

Identificar los usos que dan los estudiantes usuarios de noveno y décimo grado del Liceo de la Universidad de Nariño a la red social FACEBOOK de Internet del año lectivo 2009-2010.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Describir en esta investigación que son las Redes Sociales de Internet a través de la red FACEBOOK.
- ✓ Identificar los intereses y/o necesidades motivan la participación de los estudiantes de noveno y décimo grado del Liceo Udenar en la red FACEBOOK teniendo en cuenta sexo, edad y estrato social
- ✓ El promedio de tiempo que los estudiantes de noveno y décimo grado del Liceo Udenar dedican al uso de la red social FACEBOOK.
- ✓ Conocer las ventajas que los estudiantes de noveno y décimo grado del liceo de la Universidad de Nariño identifican respecto al uso de Redes Sociales de Internet.
- ✓ Conocer las desventajas que los estudiantes de noveno y decimo grado de la Universidad de Nariño identifican respecto al uso de Redes Sociales de Internet.

#### 4. JUSTIFICACIÓN

Este trabajo desarrolla un tema novedoso para el área de las Ciencias Humanas, en especial para la sociología, debido a que se trata de conocer la actividad social dentro de un medio tecnológico como es el internet; que hoy en día está siendo usada por las personas, como una herramienta que proporciona un gran despliegue de servicios que ha abierto las puertas al acceso universal de información, cambiando la forma de comunicarse, relacionarse, informarse y entretenerse. Los anteriores son unos de los tantos cambios que ha generado las bien llamadas tecnologías de la información y la comunicación en siglas conocidas como las TIC; termino que hace poco ha sido introducido en el contexto Colombiano, y que para efectos de este ejercicio investigativo; lo que se requiere es dar a conocer y describir como y cuáles son los usos y las relaciones sociales que se medían en la internet gracias a las llamadas Redes Sociales virtuales.

Las Redes Sociales virtuales, han venido a causar una gran revolución en cuanto a medios de comunicación se refiere, debido a su gran gama de aplicaciones que permiten vislumbrar una nueva forma de establecer o contactar vínculos sociales de personas conocidas o por el contrario personas conocidas que hace tiempo no habías visto, además de tener la opción de hacer nuevos contactos en el entrono virtual con personas de todo el mundo, es tan novedoso este servicio que también se puede contactar personas que comparten gustos, aficiones , el hecho está en que las Redes Sociales virtuales están atrayendo a una gran cantidad de personas que están viendo en ellas una nuevas formas de interacción social y una nueva forma de crear conciencia social frente a temas de interés que repercute en cualquier ámbito de la vida social.

La investigación es realizable por cuanto existen las condiciones, recursos humanos, técnicos y económicos para llevarlo a cabo, y también el interés y la disposición requerida para ello.

En relación con las Redes Sociales en Internet existen varios aspectos de los cuales se conoce poco, porque éste es un tema reciente dentro de nuestro ámbito social y cultural. Esto se debe a que anteriormente era difícil tener acceso a conexiones de Internet de alta velocidad lo que era un gran limitante para el uso de la Internet , sin embargo gracias a los adelantos tecnológicos hoy en día existe la facilidad para acceder a una conexión de alta velocidad, lo cual hace más grata la navegación y por ende el número de internautas a crecido desmesuradamente; hoy en día si no existe el acceso en el hogar, se puede acudir a salas de Internet abiertas para el publico donde se cobra unas tarifas módicas que varían según el tiempo utilizado en el ciberespacio.

La presente investigación consiste en hacer un análisis sociológico teniendo en cuenta a un grupo de jóvenes estudiantes de noveno y decimo grado del Colegio

Liceo de la Universidad de Nariño, al escoger a este colegio de los otros se debe al vínculo directo que este colegio tiene con la Universidad de Nariño pretende que ellos nos sirvan de ejemplo para demostrar que las Redes Sociales de Internet se han convertido en el lugar más visitado a la hora de navegar en Internet tanto para los jóvenes estudiantes como para todo tipo de usuarios que usan estos servicios. En primera instancia la investigación apunta a dar a conocer que es una red social en Internet a través de FACEBOOK, de esta manera al reconocer que son estos sitios, se procederá a responder e identificar: los usos, tiempos, intereses, necesidades, ventajas y desventajas, que los usuarios de la red social FACEBOOK realizan al estar en este entorno. Para conocer esto el instrumento a utilizar es la encuesta, la cual despeja los objetivos planteados, que consiste en conocer que es una red social a través de FACEBOOK, que intereses o necesidades los mueve hacer parte de los diferentes grupos o Redes Sociales que existen en Internet, que diferencias existen por edad, por sexo, por estrato social y en consecuencia con estos hallazgos que ventajas y desventajas tiene el uso de estas redes si no se las utiliza con la debida responsabilidad.

El valor académico y práctico de esta investigación se puede ver reflejado en este documento que permitirá conocer lo que es una red social virtual, para ello se escogió a la red social Facebook, la cual hoy en día es la más nombrada en los medios de comunicación Colombiana.

Todo esto con el fin de que los hallazgos encontrados en esta investigación den pie a la validación de este estudio y permitan dar nociones para la realización de otros temas y problemáticas que se presentan en este medio virtual. Este tema es muy polifacético debido a que puede ser desarrollado por diferentes áreas de la educación es así como también, si se quiere tener un estudio a nivel práctico debe ser abordado por estudiantes de áreas que tengan que ver con la programación y el uso de la tecnología quienes pueden realizar un proyecto que permitan la factibilidad de la creación de una red social en Internet, un ejemplo que podría llevarse a cabo, es la red social de los estudiantes de del liceo de la Universidad de Nariño que permita el encuentro de los estudiantes antiguos y nuevos con el fin de que a través de esta red social los estudiantes y los ex alumnos del Liceo Udenar tengan un espacio social virtual que les permita consignar y transmitir su sentir académico y social de esta prestigiosa institución.

El estudio de las Redes Sociales virtuales conducen a reconocer el interés y las novedades del ejercicio investigativo sociológico frente a temáticas de actualidad que están siendo generadores de sucesos que atañen la sensibilidad de la sociedad, haciéndolos partícipes de una serie de acontecimientos que permiten esclarecer y describir que aspectos positivos y negativos tiene el uso de los medios tecnológicos en los distintos escenarios en los que se mueve el ser humano.

Desde la perspectiva sociológica la presente investigación es muy apreciable , porque las Redes Sociales en Internet se han convertido en una herramienta de gran interés para los investigadores sociales, porque a través de ellas los estudiosos de estos temas logran identificar y obtener información valiosa que puede ser utilizada para dar respuesta a determinado tipo de investigación social, ya que las actividades , acontecimientos y grupos sociales que se conforman en estos espacios virtuales permiten tener muchos temas para desarrollar.

La popularidad alcanzada por estas Redes Sociales virtuales es gracias a la Web 2.0 que es un programa de Internet que facilita la interactividad del usuario con este entorno, permitiendo crear su propia página de Internet, en donde la puede personalizar y crear animaciones según sus gustos y preferencias, con información, con fotos con música, juegos, con videos entre otras utilidades, en función de los requerimientos del usuario.

Esta red también le permite al usuario contactar viejos amigos o conocidos, crear nuevas relaciones sociales, también se puede hacer un grupo o unirte grupos de redes, unidas por diferentes gustos e ideologías que posibilitan la interacción y la movilidad social en este sentido vale la pena mencionar con un ejemplo de causa social que se llevo a cabo por la idea de Oscar Morales que a través de la red social de Internet FACEBOOK quiso dar a conocer la insatisfacción y el rechazo que se tiene hacia las FARC (Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia) Oscar Morales creador de esta iniciativa realizó en su página de FACEBOOK una invitación a una marcha en contra de las FARC, en primera instancia esta invitación fue enviada a sus amigos y estos a su vez a sus otros amigos y conocidos conformando a si una gran cadena que estuvo siendo divulgada en la red virtual y que posteriormente se vio reflejada en la vida real llevando a cabo una gran marcha mundial en contra de las FARC<sup>6</sup> que se efectuó el 4 de febrero de 2008, y que ha sido considerada la más grande y multitudinaria marcha jamás organizada en la historia de nuestro país, y quizás del mundo, movilizand o a 12 millones de personas en más de 200 ciudades y 40 países del mundo, configurándose así, por primera vez en la historia de Colombia.

Después de este evento, Oscar Morales, junto con varios de sus compañeros del grupo de FACEBOOK, dieron vida a la Fundación un Millón de Voces, que trabajará en los mismos propósitos por los cuales nació el Movimiento “No más FARC”.

Estos son unos de los tantos ejemplos de los grupos creados por usuarios de Internet que son personas del común que se hacen usuarias de una red social de

---

<sup>6</sup> MORALES G, Oscar. Un millón de voces contra las FARC. Bogotá. (Colombia). [En línea] Disponible en Internet: <http://oscarmoralesg.wordpress.com/about/> [este sitio fue publicado el 25 de noviembre de 2008].

Internet donde crean su perfil haciendo conocer sus experiencias de vida, se contactan con amigos o hacen amigos, forman grupos, realizan comentarios, críticas, realizan invitaciones que han sido capaz de movilizar una gran cantidad de personas que han aunado esfuerzos en contra o a favor de una causa en común.

Las redes sociales en la actualidad se han convertido en un lugar de encuentro de diferentes actores sociales que crean, comparten y desnudan su intimidad, valiéndose de estos lugares en la web para hacerse notar.

En este hilo conductor es válido este ejercicio investigativo para la sociología puesto que una de las principales tareas del sociólogo es identificar las estructuras sociales, y es acertado decir que las redes sociales de internet están convirtiéndose en fuente de movilidad social que esta estructurando unos fuertes vínculos sociales mediados por el internet.

Esta investigación permite la construcción de una descripción basada en cómo están siendo usadas las redes sociales a través de las actividades, prácticas y saberes que los jóvenes realizan en este entorno, esto se logró gracias a los aportes que nos brinda la población estudiantil objeto de estudio del Colegio Liceo de la Universidad de Nariño.

## 5. MARCO REFERENCIAL

### 5.1 MARCO CONTEXTUAL

**5.1.1 Marco Institucional.** Para este proceso investigativo se tomó a la institución educativa del Liceo de la Universidad de Nariño, de la ciudad de San Juan de Pasto, porque es una institución educativa que tiene gran reconocimiento a nivel nacional y regional por su gran labor pedagógica y académica.

**Misión:** *“El liceo de la universidad de Nariño es una institución educativa pública dedicada a la educación en los niveles de transición, básico primaria, básica secundaria y media vocacional, orientada a la información de personas académica y emocionalmente competentes, con sensibilidad social, espíritu crítico, capacidad de liderazgo y comprometidas con el destino de su entorno”<sup>7</sup>.*

**Visión:** *“El liceo de la universidad de Nariño será la primera institución educativa pública en la región, en los aspectos académicos y formativos. Sus egresados, por su liderazgo, sentido crítico, idoneidad y sensibilidad estarán capacitados para participar activamente en el desarrollo social, económico, político, científico y ambiental de la región, la nación y el planeta tierra”<sup>8</sup>.*

Reconocimiento al Liceo de la Universidad de Nariño.

La investigación realizada con estudiantes del Liceo de la Universidad de Nariño es de gran significancia para la ciudad porque, esta institución goza de un gran prestigio por su alta calidad humana y académica, siendo preciso reconocer que este colegio, ha ocupado el primer puesto, por cuarta vez consecutiva entre las 710 instituciones oficiales del País de Calendario B, y el segundo lugar entre instituciones privadas, demostrando así la calidad pedagógica de sus estudiantes, docentes y trabajadores. De acuerdo a las informaciones obtenidas por la página del Ministerio de Educación Nacional: Colombia Aprende sobre los últimos resultados de las pruebas ICFES 2009, calendario B, esta Institución continúa en el nivel muy superior.

El director del Liceo de la Udenar, Braulio Emilio Díaz Arcos, dice que el reconocimiento se debe a la estructura educativa pedagógica que se lleva en la institución. “Es importante destacar que los estudiantes del Liceo en su gran

---

<sup>7</sup> MANUAL DE CONVIVENCIA. Autor. Representantes de la institución Liceo de la Universidad de Nariño. San Juan de Pasto, Junio de 2007. p.17.

<sup>8</sup> Ibíd., p.18.

mayoría ingresan a las diferentes universidades públicas del país. La formación ha permitido la extensión del trabajo de los estudiantes, porque además del plan básico en jornada de la mañana en la jornada extendida se desarrollan proyectos complementarios que son de carácter obligatorio y flexible. Los estudiantes apuntan a los principios misionales del Liceo, como la formación académica competente, liderazgo social y cuidado del entorno”.

Con estas actividades se fortalecen las estructuras mentales, el desarrollo del pensamiento, la inteligencia en la buena utilización del tiempo libre como los proyectos de teatro, música, danza, oratoria y actividades deportivas. *“En los mejores promedios del departamento y Colombia se encuentra el exalumno del Liceo de la Udenar Álvaro Germán Arteaga Eraso, con 73 puntos”<sup>9</sup>.*

## 5.2 MARCO DE ANTECEDENTES

Dentro de la revisión de información se encontró aportes relevantes que permiten orientar la presente investigación. Todos ellos relacionados con la temática aquí planteada, en primer lugar se hace mención a los documentos y aportes teóricos de autores internacionales, nacionales y por último se toma los aportes de nivel regional.

El tema que concierne en esta investigación son las redes sociales de internet, por lo que es necesario siguiendo el orden de aportes de antecedentes referirnos a citar la teoría de los seis grados de separación propuesta por Frigyes Karinthy (1887-1938) y luego explicarla con las redes por el sociólogo Duncan Watts:

Los Seis Grados de Separación”. Es una teoría propuesta en 1929 por un escritor húngaro de nombre Frigyes Karinthy (1887-1938) ésta intenta probar que *“...cualquiera en la Tierra puede estar conectado a cualquier otra persona del planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de cinco intermediarios conectando a ambas personas con sólo seis enlaces...”<sup>10</sup>.*

Es así como las Redes Sociales de Internet brindan brillantes posibilidades de estudiar a los grupos sociales con mayor rapidez y mayor detalle, hoy en día se encuentra literatura que corrobora la anterior teoría, un ejemplo claro es el libro “Seis Grados: La ciencia de una edad conectada” del sociólogo Duncan Watts y

---

<sup>9</sup> ORTEGA DÍAZ, Guillermo Andrés. Liceo de la Udenar, cuarto mejor Colegio en Colombia. Nariño. [En línea]. Disponible en Internet: <http://www.diariodelsur.com.co/>, [Este sitio fue publicado el 2 de Diciembre de 2011].

<sup>10</sup> TEORÍA DE LOS SEIS GRADOS DE SEPARACIÓN ¿Leyenda Urbana o Realidad Científica? Buenos Aires. [En línea]. Disponible en Internet: <http://expandiendolaconciencia.blogspot.com/> [Este sitio fue publicado 11 de diciembre de 2009].

éste autor asegura “...que es posible acceder a cualquier persona del planeta en tan solo seis saltos.”<sup>11</sup>.

Esto puede ser hoy en día comprobado usando las tecnologías disponibles, ya que ahora es posible enviar mensajes a cualquier individuo del planeta haciendo uso de Internet creando así verdaderas Redes Sociales mundiales, en diferentes campos como el social, educativo, cultural, laboral.

La obra de Manuel Castells. La era de la información, permite hacer un recorrido de la historia de la sociedad creadora de las tecnologías de la información y la comunicación y de cómo estas han transformado las formas de actuar y comunicarnos, transformándola en una nueva sociedad a la que Castells llama: “Sociedad en red”.

A nivel internacional el Sociólogo **Manuel Castells Oliván** nació en 1942 oriundo de España. Es un gran profesor y académico de las ciencias sociales que ha dedicado gran parte de su vida al tema de las tecnologías de la información y la comunicación como se ve sustentado en las obras que ha escrito. Su gusto por este tema lo ha llevado a desempeñarse en la actualidad como director del instituto interdisciplinario de internet de la Universidad de Catalunya.

Por esta razón es importante citar a Castells puesto que sus obras como la denominada “la sociedad en red” permite conocer la definición de este autor frente a este concepto que es de gran orientación para la temática tratada en esta monografía:

Internet se trata de una red de redes de ordenadores capaces de comunicarse entre ellos, sin embargo esa tecnología es mucho más que una tecnología. Es un medio de comunicación, de interacción y de organización Social. Es ya y será aún más el medio de comunicación y de relación esencial sobre el que se basa una nueva forma de sociedad que ya vivimos que es a lo que Castells denomina la “Sociedad red”<sup>12</sup>.

Para el Sociólogo Manuel Castells la internet es reconocida como una creación tecnológica donde en su estudio muestra definiciones técnicas de la estructura de la internet, pero lo más interesante es el análisis social que este sociólogo ha ido construyendo a medida que este entorno ha ido moldeándose como un nuevo mundo virtual, donde es posible hacer una “sociedad en red” donde los esquemas tradicionales de comunicación están creando una nueva forma de interacción y acción social.

---

<sup>11</sup> Ibíd.

<sup>12</sup> CASTELLS, Manuel. La era de la información. Economía, sociedad y cultura: la sociedad red. España: Alianza Editorial, 1998. p 190.

La sociedad en red, que nos muestra Castells, es el periodo de la historia mediado por la información veloz y oportuna, como jamás se habría podido imaginar. Hoy estamos en lo que en palabras de Castells es, "La Era de la Información" es nuestra era:

Periodo histórico caracterizado por una revolución tecnológica centrada en las tecnologías digitales de información y comunicación, concomitante, pero no causante, con la emergencia de una estructura social en red, en todos los ámbitos de la actividad humana, y con la interdependencia global de dicha actividad. Es un proceso de transformación multidimensional que es a la vez incluyente y excluyente en función de los valores e intereses dominantes en cada proceso, en cada país y en cada organización social. Como todo proceso de transformación histórica, la era de la información no determina un curso único de la historia humana. Sus consecuencias, sus características dependen del poder de quienes se benefician en cada una de las múltiples opciones que se presentan a la voluntad humana<sup>13</sup>.

Castells ha pasado gran parte de sus años como académico siguiendo y obteniendo información acerca de los temas tecnológicos en especial la internet, por eso cabe nombrar uno de los estudios más recientes que es el Proyecto Internet Cataluña, donde él empleo más de seis años, en recoger la información esto lo alcanzó a través de más de quince mil entrevistas personales y cuarenta mil a través de la red cuyos resultados fueron descubrir cambios que la internet ha producido en la cultura y en la organización social para hacer mención sobre esto es importante revisar la siguiente entrevista en la que hace mención de este proyecto, siguiendo una temática que para Castells ha creado una importante dinámica social, sobre todo en los sectores dominantes de la sociedad; a continuación se presenta la entrevista realizada a Manuel Castells por la periodista del Diario el país Milagros Pérez. Donde muestra el porqué según Castells *"el poder le tiene miedo a internet"*<sup>14</sup>

Gracias a la investigación del proyecto internet de Cataluña, Castells concede una entrevista para comprobar que Internet es un medio eficaz para el encuentro social, y por tal motivo Castells desmiente la idea de que la Internet hace a una persona aislada, sino por el contrario las personas que son sociables se hacen más sociables y las que no lo son la internet les permite vencer esta timidez, La pregunta que se le formulo a Castells para hacer referencia a lo planteado fue: Pregunta: ¿Por qué cree que la idea de que internet favorece el aislamiento se ha extendido con éxito?

---

<sup>13</sup> LA ERA DE LA INFORMACIÓN. El poder de la identidad. México Distrito Federal: Siglo XXI Editores, 2001. p.57.

<sup>14</sup> PÉREZ, Milagros Oliva. El poder tiene miedo de Internet, entrevista a Manuel Castells. En: El País. Madrid, (06, ene, 2008); p.3.

Respuesta de Castells: Los medios de comunicación tienen mucho que ver. Todos sabemos que las malas noticias son más noticia. Usted utiliza Internet, y sus hijos, también; pero resulta más interesante creer que está lleno de terroristas, de pornografía... Pensar que es un factor de alienación resulta más interesante que decir: Internet es la extensión de su vida. Si usted es sociable, será más sociable; si no lo es, Internet le ayudará un poquito, pero no mucho. Los medios son en cierto modo la expresión de lo que piensa la sociedad: la cuestión es por qué la sociedad piensa eso.<sup>15</sup>

Respecto a lo anterior Castells en su respuesta afirma que la sociedad piensa que la internet favorece al aislamiento porque: “tiene miedo de la vieja sociedad a la nueva” ,lo que para otros autores han denominado “la brecha digital” que es el desconocimiento de los personas adultas a quienes la nueva tecnología les resulta difícil de entender mucho más de manipular, por eso el miedo y la intención al desprestigiarlo haciéndolo ver como peligroso, para poder mantener las tradiciones de un mundo tecnológica, social y culturalmente manipulable.

Siguiendo la temática expuesta por el sociólogo Manuel Castells nos encontramos ante una nueva sociedad, la que llamamos sociedad en red o virtual, la cual a través de la Internet está tomando partido por cuanto es un medio eficaz de encuentro social y un medio de información, el cual se ha convertido en un recurso que hace visible lo que en otros medios de comunicación puede ser controlado o manipulado respecto a esto la pregunta que se le formulo a Castells fue:

Pregunta: Vivimos en una sociedad en la que la gestión de la visibilidad en la esfera pública mediática, como la define John J. Thompson, se ha convertido en la principal preocupación de cualquier institución, empresa u organismo. Pero el control de la imagen pública requiere medios que sean controlables, y si Internet no lo es...

Respuesta de Castells: *“No lo es, y eso explica por qué los poderes tienen miedo de Internet. Yo he estado en no sé cuántas comisiones asesoras de gobiernos e instituciones internacionales en los últimos 15 años, y la primera pregunta que los gobiernos hacen siempre es: ¿cómo podemos controlar Internet? La respuesta es siempre la misma: no se puede. Puede haber vigilancia, pero no control”.*<sup>16</sup>

Lo anterior revela la preocupación de los poderes tradicionales como son: la institución, empresa o cualquier organismo que maneje imagen pública y que encuentra en la Internet una amenaza latente, en cuanto la internet permite a cualquier persona usuaria de este servicio subir cualquier tipo de información que

---

<sup>15</sup> Ibíd.

<sup>16</sup> Ibíd.

fácilmente puede causar gran revuelo dentro de la sociedad esto debido a que no existe forma hasta el momento de controlar este medio; esto explica el porqué el poder le tiene miedo a Internet.

También en lo expuesto en la anterior entrevista se puede comprobar que la internet goza de libertad y autonomía de sus usuarios por la misma razón el control y su utilización debe ser mediada por quien hace uso de esta nueva herramienta que permite acceder a toda clase de información, la clave está en la autonomía y nivel de educación de las personas que hacen uso de este recurso.

En la entrevista a Castells, no solo muestra quienes temen al uso de este medio, si no también hace unas recomendaciones de cómo los usuarios de esta herramienta debemos hacer un ejercicio de razonamiento crítico, teniendo una mente abierta, con capacidad de discernir lo que sirve y lo que no sirve; como lo explica en el siguiente párrafo:

Examina sus interconexiones globales y sus operaciones locales. Indique los marcos mentales en las redes que enmarcan su mente. Practique el pensamiento crítico cada día para ejercitar la mente en un mundo contaminado culturalmente, de la misma forma que ejercita su cuerpo para limpiarlo del veneno de nuestro entorno químico. Desconecte y reconecte. Desconecte lo que no entienda y reconecte lo que tenga sentido para usted.<sup>17</sup>

**El Proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje. Compiladores: Alejandro Piscitelli, Iván Adaime, Inés Binder Autores: Iván Adaime, Amaia Arribas Urrutia y otros.**

En esencia, el *Proyecto Facebook* fue un intento de construcción de un entorno colaborativo y abierto de educación, que se ajustara más a las maneras en que entendemos que se produce el conocimiento y menos a una tradición educativa que concibe a los alumnos como destinatarios y no actores de este proceso.

El *Proyecto Facebook*, que se puso en práctica durante 2009 en la Universidad de Buenos Aires. Es una investigación novedosa que permite abrirse a un mundo de posibilidades para la obtención de conocimiento, en este proyecto los participantes son estudiantes de un “x” sector educativo, que tienen como plataforma para sus actividades académicas a las tecnologías de la información y la comunicación.

Sin ser el único medio de comunicación existente esté proyecto se lo realiza en la red social facebook, lo cual es importante para esta investigación. Los siguientes son algunos de los aportes de este proyecto:

---

<sup>17</sup> Ibíd., p 4.

La definición de red social realizada por Dana Boyd y Nicole Ellison es:

Las redes sociales son servicios basados en la web que permiten a los individuos:

- Construir un perfil público o semipúblico, dentro de un sistema delimitado.
- Articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión
- Ver y recorrer su lista de conexiones y aquellas hechas por otros dentro del sistema.

*“La naturaleza y nomenclatura de estas conexiones pueden variar de una sitio a otro”<sup>18</sup>.*

En el estudio realizado por sociólogos canadienses como Jeffrey Boase y Barry Wellman, así como Lee Rainie y John Horrigan, del Pew Internet Project que lleva como título *“La fuerza de los lazos de Internet”<sup>19</sup>*; se encontró que antes de aislar a las personas el internet fomenta la unión social y la cooperación. Los sociólogos argumentan en este estudio que la sociedad ha pasado por una serie de transformaciones a través de la historia y en su entorno. En la actualidad, el cambio más determinante es la manera de relacionarse esto debido a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación permiten unas nuevas formas de interacción y dinámicas sociales entre las más conocidas y más utilizadas hoy en día están: las Redes Sociales, los teléfonos móviles, y la mensajería instantánea entre otros que han tomado un papel primordial en la vida de los seres humanos. Aunque se debe aclarar que el internet no reemplaza otros medios de la comunicación, es claro afirmar que es un medio que cada día cobra más importancia, por lo novedoso y el alto nivel de alcance comunicativo y simbólico que ha alcanzado para el desarrollo de la vida social.

*“El ciberespacio no se está construyendo en deterioro de otras relaciones sociales de proximidad como las familiares, ya que si para una persona del común el número de personas con las que mantiene relaciones estrechas es de 35, en el caso de un usuario de Internet su número de relaciones es de 37 personas”<sup>20</sup>.*

Dentro de este estudio es oportuno señalar otro aspecto positivo es que las redes son utilizadas cada vez con más frecuencia como medio de comunicación y de encuentro social: *“El 29% de los encuestados reconoce que la Red ha jugado un*

---

<sup>18</sup> GRUFFAT, Carolina. El Proyecto Facebook y la posuniversidad. La arquitectura es la política de la red. Facebook y sus rivales. Buenos Aires Argentina: Ariel, S.A., 2010 p. 73.

<sup>19</sup> MARTÍNEZ, Eduardo. Internet refuerza los lazos sociales. Madrid, España. [En línea]. Disponible en Internet: [http://www.tendencias21.net/Internet-refuerza-los-lazos-sociales\\_a876.html](http://www.tendencias21.net/Internet-refuerza-los-lazos-sociales_a876.html). [Este sitio fue publicado el 12 de febrero de 2006].

<sup>20</sup> Ibíd., p 4.

*papel crucial al menos en una decisión importante en los últimos dos años, lo que representa a 60 millones de norteamericanos*<sup>21</sup>.

En este estudio se resalta los cambios significativos de comunidades cotidianas, que ya están dando paso, a otro tipo de comunidades sociales cuyo vínculo no es dado por la proximidad de un barrio o una ciudad, sino el internet.

Los datos de este estudio se obtuvieron a través de encuestas. La primera se aplicó en febrero-marzo de 2004 y abarcó a 2.200 adultos norteamericanos. La Segunda se efectuó en los meses de febrero y marzo de 2005 y abarcó a 2.201 adultos norteamericanos.

Cuando se les preguntó sobre el impacto de Internet en el tamaño de sus Redes Sociales, el 31% destacó que la red había aumentado significativamente sus lazos sociales, mientras que sólo el 2% señaló que habían disminuido. El 30% respondió asimismo que Internet había aumentado sus encuentros casuales con otras personas y sólo el 2% señaló que estos encuentros casuales habían disminuido después del uso de Internet. El 28% señaló finalmente que habían aumentado sus lazos íntimos y sólo el 1% que habían disminuido<sup>22</sup>.

La publicación de este informe, obliga a una nueva lectura de los efectos sociales de Internet. Es verdad que los datos, tanto de los estudios de 2002 y 2005, como los divulgados ahora, se refieren únicamente a ciudadanos norteamericanos, pero en teoría pueden considerarse válidos para otros continentes, por lo que el cibernauta comienza a perder una imagen de persona aislada y ajena a la realidad, para convertirse en una persona moderna que usa la tecnología para vivir mejor su vida real.<sup>23</sup>

Discurso de Hervé Fischer, presidente de la FIAM, en ocasión del almuerzo de inauguración del Encuentro de mayo 2002 del Mercado Multimedia de las Américas organizado por el Consejo Quebequense para América Latina. Montreal, 7 de mayo de 2002.

El filósofo y sociólogo Hervé Fischer en este discurso hace una reflexión sobre las relaciones que se medían por las tecnologías de la información y la comunicación indicando en su discurso que este tipo de relaciones, están contribuyendo, a que las personas pongan en manifiesto su pensar, sus sentimientos, sus ideas, sin temer al que decir. Esto es lo que buscan las Redes Sociales de internet,

---

<sup>21</sup> Ibíd., p.1

<sup>22</sup> Ibíd., p.2

<sup>23</sup> Ibíd., p.1.

encontrar la parte humana en fomentar el encuentro, el debate. En palabras del autor:

Hervé Fischer, sociólogo y filósofo concibe las tecnologías digitales como espacio que acerca al post humanismo, Hervé proclama con regocijo la llegada de un romanticismo digital que deja espacio a lo humano, a su sensibilidad, a su precariedad, a su fragilidad, a su imaginario, a su sensualidad, a su sentimentalismo y a sus angustias.

*“La distancia geográfica ha sido hasta ahora un obstáculo, pero lo virtual es un puente que une en un segundo a empresarios y a creadores que se encuentran a miles de kilómetros los unos de los otros y les permite trabajar juntos”<sup>24</sup>.*

Investigación Las Redes Sociales Satisfacen Necesidades Básicas realizada por la Docente de la Facultad de Comunicación Social Juliana V. de A la sola.

En esta investigación se encontró evidencias acerca de las herramientas informáticas para ver la eficacia de las Redes Sociales online, donde se dicen que operan en tres ámbitos, “las 3Cs combinada”, de forma cruzada como la autora lo explica a continuación: comunicación, comunidad, cooperación. Comunicación (nos ayudan a poner en común conocimientos sean científicos, lúdicos, recreativos, académicos etc.).

Comunidad (nos ayudan a encontrar e integrar comunidades, familiares que viven en grandes distancias o amigos que por falta de tiempo no se visitan).

Cooperación (unirse de forma solidaria ante las crisis o las dificultades, formando una cadena basada en la unión y la fraternidad.). Lo que la comunicadora social Juliana Villamonte propone con lo anteriormente mencionado es:

*“Una red social de personas es combinada si se establece mediante eventos cara a cara y una comunidad en línea. Los dos elementos de la mezcla se complementan el uno al otro”<sup>25</sup>.*

Lo que trata de explicar la autora con esto es que las “las 3Cs”, comunicación, comunidad, cooperación se cumplen en la red social virtual, siempre y cuando los contactos que se encuentran en la red, se han los mismos que se encuentran en permanente contacto en el diario vivir.

---

<sup>24</sup> FISCHER, Hervé. Discurso Mercado Multimedia de las Américas. Montreal: Traducción Miguel Callati, 2002. p 6.

<sup>25</sup> VILLAMONTE, Juliana. Las Redes Sociales satisfacen necesidades básicas. Panamá. [En línea] Disponible en Internet: <http://www.slideshare.net/> [Este sitio fue publicado 2 de marzo de 2008].

Según DAVID ALANDETE: define a la red social FACEBOOK como: "La red de contactos Facebook se ha convertido no sólo en un fenómeno social sino en todo un instrumento de análisis académico"<sup>26</sup>.

En razón de lo anotado David Alandete muestra un estudio realizado en la Red Facebook, que tiende a obtener información confiable basada en aportes de académicos de diferentes áreas y sociólogos que cada vez más se enfocan en las tecnologías de la comunicación y de información para estudiar a una nueva estructura social mediada por lo virtual.

Un grupo de investigadores de la Universidad de California en Los Ángeles y de Harvard están analizando una clase de estudiantes de primeros semestres a través de este portal de Internet. Observan sus mensajes y movimientos como si se tratara de un microcosmos con sus propias normas y hábitos. Han decidido, además, no revelar el nombre de la universidad que están observando para no interferir en sus costumbres.

Los alumnos no saben que están siendo estudiados, y el único límite es el de la configuración de seguridad que cada uno elija para su perfil. Los administradores de la universidad del estudio saben que los sociólogos están analizando a sus alumnos. Desde FACEBOOK se asegura que no existe ninguna norma en la empresa prohibiendo estudios sociológicos y que el único límite de privacidad lo imponen los usuarios.

Los investigadores se conectan cada día para ver los hábitos de los usuarios. La información les ayudará a trabajar sobre el concepto de (clausura triádica), un término de sociología que analiza si los amigos de un individuo son también amigos entre ellos. Este concepto fue introducido por el doctor Georg Simmel hace más de 100 años, y sólo ahora se cuenta con un campo de pruebas para confirmar sus teorías.

En la vida real sería imposible seguir a una persona las 24 horas del día. Pero en el paraíso de FACEBOOK, estos académicos saben quién escribe en la pizarra de quién, a quién le dedican canciones o cómo se conocieron unos alumnos a otros. "Las Redes Sociales de Internet dan medios excelentes para comprender la interacción humana".

Un informe publicado en el periódico el Tiempo en la sección de tecnología se dedica a revelar datos de interés acerca de un trabajo investigativo titulado "adultos jóvenes revelados": identificada por los jóvenes que están entre las edades de 18 y 24 años realizado por la compañía de investigación de mercados

---

<sup>26</sup> ALANDETE, David. Red Social. En: El diario, El País de Madrid: Washington, (14/ene/2008); p 3.

Synovate en 26 países del mundo la cual mediante una encuesta efectuada a 12.000 personas llegó a la siguiente afirmación hecha por David Castiglioni de Microsoft: *“Existe una percepción falsa de que los jóvenes pierden el tiempo en internet, que se relacionan con cualquiera, así no lo conozcan, o que no planean las cosas o son irresponsables. La verdad no es esa. Quieren hacer lo mismo que sus padres: ganar reconocimiento y ser exitosos y para ello usan intensivamente la red”*<sup>27</sup>

La investigación de Synovate demuestra en general que los jóvenes adultos encuestados distinguen que lo más importante para ellos es la familia, pero reconocen que el pertenecer a una red social en internet es el mejor medio de comunicación y de multitarea que posibilita sus relaciones reales. *“Hay que destacar que si bien internet es la base de sus vidas, para ellos aspectos como las relaciones reales, la vida en familia, la pareja y el éxito personal están por encima de las actividades virtuales”*<sup>28</sup>

El trabajo de grado presentado por los autores Moreno y Ramírez de Universidad de La Salle de Bogotá. Permite explicar la definición de las redes sociales como un concepto que es válido para el quehacer sociológico para el estudio de la sociedad y los efectos en su comportamiento.

Desde los aportes de Moreno, *“Las Redes Sociales surgen a partir de la interacción de personas que tienen relaciones con otras, posibilitando el desarrollo de actividades, el flujo de información y la vinculación potencial de más personas a los objetivos comunes de un grupo”*<sup>29</sup>.

Ahora bien, es muy importante que los antecedentes se relacionen con el tema de estudio, que para efectos de este trabajo las Redes Sociales de Internet, es interesante retomar el siguiente trabajo investigativo de autoría regional:

*“Biblioteca virtual y conexión a Internet de los centros educativos del municipio de Pupiales. Autores. Eduardo Antonio Cabrera y Alexandra Josefina Nistar. Universidad de Nariño, 2000”*<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> Periódico el TIEMPO, martes 21 de julio de 2009. Estudio de synovate en 26 países derrumba varios mitos. Así es la generación de internet.

<sup>28</sup> Ibíd.

<sup>29</sup> MORENO, V y RAMÍREZ, O, Viviana. División de Formación Avanzada. Bogotá: 2008. p 38. Trabajo de grado (Especialista en Consultoría en Familia y Redes Sociales). Universidad de La Salle.

<sup>30</sup> CABRERA, Eduardo y NASTAR, Alexandra Josefina. Biblioteca virtual y conexión a Internet de los centros educativos del municipio de Pupiales. San Juan de Pasto. 2000, p 73. Trabajo de grado. (Especialización en Docencia Universitaria). Universidad de Nariño.

La Monografía realizada por los autores describe como la inmersión de la tecnología a través de la conexión a Internet entra a formar parte activa en los procesos educativos, brindando innovadoras maneras para que los estudiantes asimilen el conocimiento de forma fácil ayudando al proceso de enseñanza aprendizaje.

Los autores Eduardo Cabrera y Alexandra Nastar señalan que: las redes virtuales son la solución que permite a cualquier organización estar a la vanguardia en cuanto a información e interacción con otros usuarios, de una forma sencilla, fácil y ganando un considerable ahorro en los costos de comunicación que brinda la Internet.

A través de la información sustentada anteriormente en la presente investigación se pretende fortalecer la importancia de este estudio debido a que la sociedad en que hoy estamos, está siendo abordada cada vez más por las tecnologías de la información y la comunicación. Por lo tanto es necesario conocer e informarse acerca de estas nuevas formas de relacionarse para que por no interesarse en ellas, se pague por pasar por inadvertidos y se quede excluido de esta nueva estructura social ya naciente.

### **5.3 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

La confiabilidad del proyecto fue posible por la calidad y confiabilidad de conceptos, teorías que se encontraron para dar solución a este tema, es así como la situación problema, hace necesario unos referentes que se convierten en la base de la investigación que se define: Los usos que dan los Estudiantes usuarios de noveno y decimo grado del Liceo de la Universidad de Nariño a la red social Facebook de internet del año lectivo 2009-2010. Es así como a continuación con el ánimo de satisfacer el éxito de esta investigación se brindara una breve definición de Internet, que es la base donde se encuentra las redes sociales virtuales a las que hace referencia este trabajo investigativo, por ello de lo que se trata es de describir, lo que es una red social de internet y también dar respuesta a los siguientes interrogantes: ¿Qué es la WEB 2.0?, ¿Qué tipos de Redes Sociales existen en Internet?, ¿Ventajas y desventajas?, ¿Qué intereses y necesidades tienen los usuarios para pertenecer una red social? Entre otras, para poder tener claro los términos y entender los objetivos a alcanzar en esta investigación y sobre todo satisfacer al lector para la comprensión del mismo.

Para hablar sobre el tema de Las Redes Sociales en Internet, en primer lugar, hay que conocer que significa la palabra Internet: la Internet es un conjunto de redes

de comunicación interconectadas, que utilizan la familia de protocolos TCP/IP<sup>31</sup>, garantizando que las redes físicas funcionen correctamente para tener un alcance mundial. Sus orígenes se remontan a 1969, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como ARPANET<sup>32</sup>. Uno de los servicios que más éxito ha tenido en Internet ha sido la triple doble w (www), o Web<sup>33</sup> que es un conjunto de protocolos que permite de forma sencilla, la consulta de archivos de hipertexto. Ésta fue un desarrollo posterior a los años 90 pero que ha seguido en constante evolución. Antes la Web era estática, en la que el usuario tenía un papel de solo ser observador, pero la evolución que ha tenido hoy en día es que la Web es dinámica, donde los usuarios se convierten en protagonistas dispuestos, creando y compartiendo contenidos, opinando, participando y relacionándose.

### **5.3.1 La Web 2.0 herramienta necesaria de las Redes Sociales de internet.**

Para que las redes sociales de internet funcionen dinámicamente, el servicio que se utiliza en Internet es el término, Web 2.0 que fue acuñado por Tim O'Reilly en 2004, para referirse a una segunda generación en la historia de la Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las Redes Sociales, los blogs, los wikis, que permiten al usuario ser creador y participante activo en el intercambio ágil de información y colaboración entre los usuarios.

---

<sup>31</sup> El TCP/IP es la base de Internet, y sirve para enlazar computadoras que utilizan diferentes sistemas operativos, incluyendo PC, minicomputadoras y computadoras centrales sobre redes de área local (LAN) y área extensa (WAN).

<sup>32</sup> La red de computadoras ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) fue creada por encargo del Departamento de Defensa de los Estados Unidos como medio de comunicación para los diferentes organismos del país. El primer nodo se creó en la Universidad de California, Los Ángeles y fue la espina dorsal de Internet hasta 1990, tras finalizar la transición al protocolo TCP/IP en 1983.

<sup>33</sup> WEB: World Wide Web -www- o Red Global Mundial que es un sistema de documentos estáticos enlazados y accesibles a través de Internet.

Es así como hay que explicar el concepto de La Web<sup>34</sup> y más aún el de La Web 2.0<sup>35</sup>. La investigación se centra en tener claro el concepto de Web 2.0 ya que es el principal escenario que hace que las Redes Sociales virtuales estén vigentes.

A esta nueva Web se la denomina WEB 2.0 o Web Social y nos ofrece grandes posibilidades en el ámbito educativo.

Así, la Web 2.0 se constituye en el escenario donde convergen los usuarios, los servicios, los medios y las herramientas. Un terreno en el que estas relaciones tejen Redes Sociales en las que la clave es la participación, la posibilidad de conversar e interactuar. He ahí la importancia de esta investigación en el campo sociológico, porque las Redes Sociales se convierten en un medio que posibilitan el estudio de la parte social donde se garantiza la obtención de resultados en un tiempo límite y con resultados óptimos para el campo de la ciencias Humanas.

Como se ve, en todos estos servicios el protagonista es el usuario que comparte. Este componente de socialización es la gran aportación de la Web 2.0 y la fuerza que sustenta estas aplicaciones.

La Web 2.0 es posible gracias a la unión de individuos compartiendo conocimientos que permiten la creación de esta web, y al mismo tiempo la interactividad de los creadores como de los usuarios que hacen que estos servicios que brinda la internet brinde la posibilidad de crear una “Cultura de internet” como lo expone el Sociólogo Castells:

Los sistemas tecnológicos se producen socialmente y la producción es social viene determinada por la cultura...La cultura de los que produjeron a internet dio forma a este medio: productores/usuarios y consumidores/usuarios. Los primeros retroalimentan el sistema tecnológico y los segundos, consumidores usuarios que son receptores de aplicaciones y sistemas que no interactúan directamente con el desarrollo de la internet pero que sus usos tienen sin duda un efecto agregado en la evolución del sistema<sup>36</sup>.

Los Blogs son escenarios que permiten la creación de un lugar donde se puede crear páginas Web a partir de plantillas existentes, que te permiten crear desde la hoja de vida, hasta diferentes opciones de uso según, tu propio interés todo esto

---

<sup>34</sup> Ibíd.

<sup>35</sup> WEB 2.0: Se refiere a una segunda generación de Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios interactivos que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los miembros.

<sup>36</sup> CASTELLS, La Galaxia del Internet. Op. cit., p. 51.

con la finalidad de entablar relaciones entre las personas que crean estos sitios para hacerse conocer y darse a conocer en la vida real.

El Wiki otro sitio novedoso que se encuentra en el mundo virtual, se trata de una especie de diccionario virtual este sitio, se edifica de manera colectiva y horizontal en tiempo real, los autores del Wiki editan, publican, modifican y construyen el conocimiento.

Al nombrar estos escasos contenidos de los muchos que existen en la Web tiene como fin el acercarnos a ese nuevo mundo que posibilita la virtualidad, que junto con la extensión de la Banda Ancha, han cambiado la concepción de los medios de comunicación existentes, haciendo que todos estén en la Web.

**5.3.2 La Web 2.0 fomenta la enseñanza y aprendizaje.** La arquitectura en la que esta basada Web 2.0 tiene como principal sentido la participación social dinámica. Es por esto que nos encontramos ante una tecnología que abre las puertas a una nueva forma de enseñanza y aprendizaje que se basan principalmente en la comunicación, por eso sería absurdo no aprovechar la potencia y el alcance de la Web para desarrollar valores de participación, colaboración y construcción colectiva del conocimiento.

Por otra parte, los investigadores sociales y de las distintas disciplinas, los profesores y en general todos los interesados en estos temas no podemos hacer caso omiso a la presencia de unas nuevas generaciones de “nativos digitales”, que son conocedoras de las tecnologías de información y la comunicación porque sencillamente nacieron con ellas, por lo tanto son hábiles en su utilización y sobre todo tienen el beneficio o perjuicio de realizar una o varias tareas al mismo tiempo. Es por esto que los que no son conocedores de estas nuevas tecnologías se le llama “inmigrantes digitales” individuos que sobrepasan los treinta y que no son capaces de realizar lo hecho por los “nativos digitales”, ante este dilema la solución a este problema sería la educación y culturización frente a las TIC. Este tema merece ser investigado con el fin de que las personas inexpertas en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación puedan acceder a ellas ya que deben estar acordes con la actualidad y sacar el mayor provecho que la Web 2.0 ofrece pero sobretodo hacer que esta nueva plataforma de internet se constituya en un espacio de buenas prácticas, por eso es necesario educar a los inmigrantes y a los nativos digitales frente a estos temas.

**5.3.3 Historia de las Redes Sociales virtuales.** Hay varias versiones sobre las primeras Redes Sociales en Internet, pero es muy claro que están presentes desde hace más de 10 años. Según un artículo publicado en la revista Enter 2.0 la cual se especializa en temas de tecnología, la historia de las Redes Sociales en Internet data de de 1995, cuando RandyConrads creó el sitio web

classmates.com. *“Con esta red social se pretende que la gente pueda recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto, universidad, entre otros. En 2002, comienzan a aparecer sitios web promocionando las redes de círculos de amigos en línea y el término se empleaba para describir las relaciones en las comunidades virtuales. En 2003 se popularizaron con la llegada de sitios como Friendster, Tribe.net, MySpace, Ecademy, Xing, y LinkedIn.”*<sup>37</sup>.

Con esto es claro que este tipo de redes ya tienen una amplia trayectoria y por ende un gran número de usuarios o como se los conoce en el medio “miembros” los cuales les dan “vida” a estos sitios, construyendo así un espacio en el que expresan sus intereses, se relacionan, dan a conocer diferentes facetas de su vida, se colaboran, buscan entretenimiento, quieren hacer negocios, etc.

Es muy claro que estas redes han llegado para quedarse y se han convertido en un enorme fenómeno social que ha sido fuente para proyectar diferentes representaciones de tipo amistoso, familiar, cultural, académico, económico... cuyas dimensiones, efectos e implicaciones aun son inciertos pero que sin duda alguna generan mucha incertidumbre y son motivo para hacer una investigación como la que se está adelantando.

Las redes sociales en la actualidad son parte de la vida de las personas que son conocedoras de las tecnologías de la información y la comunicación, por esto vale la pena nombrar cuales son las que más gozan de prestigio hasta el momento, ya que estas redes sociales no son estáticas, y por este hecho sus creadores pueden hacer que se fortalezcan o por el contrario lleguen a desaparecer en la web.

Desde de la aparición de la primera Red Social classmates.com , diversas redes se han creado unas permanecen y otras han desaparecido, entre las pioneras a nivel mundial por la cantidad de usuarios que las manejan están : MySpace, FACEBOOK, LinkedIn, Twitter. Sin embargo no se puede afirmar que son las líderes, porque estas redes son de carácter mediático (hoy lo son mañana quien sabe). Esta es una característica que las redes sociales virtuales tienen debido a que a cada momento sus creadores y sus usuarios aportan ideas para que estas plataformas se sigan actualizando y por ende acojan o no mayor popularidad.

En la historia de las redes sociales de internet no se puede pasar por alto una red que surgió con el fin de brindar ayuda para el entorno laboral y profesional. Esta red social bautizada con el nombre Ryze.com se inició en 2001, Su razón de ser creada, es la de proporcionar una red de apoyo para los consumidores en un

---

<sup>37</sup> GARCIA, José Carlos. En: Redes Sociales ser o no ser. Enter 2.0 Vol. 105 No.20. Bogotá. (Septiembre, 2007); p.34.

entorno profesional que permita la búsqueda de puestos de trabajo, hacer las conexiones de empresas, y potenciar las comunidades virtuales para las necesidades de las empresas en general. LinkedIn es otra red de estas características que se hizo popular a partir del año 2003 para capturar este segmento de mercado y difundiéndose por estar orientada al campo laboral, la novedad de esta red es que mantiene una base de datos para este tipo de contactos y en el mundo de los negocios promueve el contacto profesional, para compartir temas de interés según el área profesional. *“De igual forma, es un excelente espacio para buscar empleado o empleador con sus más de 150 millones de usuarios registrados.”*<sup>38</sup>

MySpace: esta red social tiene acogida a partir del año 2003 puesto que anteriormente las políticas de usuario no permitían que se registren menores de edad, pero al modificarse esta política y permitir a los menores de edad crear sus propios perfiles a tenido gran acogida, creando de esta manera tres tipos de poblaciones en esta red social los cuales son: Jovenes, los músicos / artistas, y los adultos en su etapa posterior a la universidad.

Como anteriormente se ha nombrado las redes sociales están en constante evolución y dinamismo por lo que en la fecha de Mayo de 2012 ,según un informe publicado en internet escrito por Andrea Escalante, Estudiante de comunicación Social , quien es amante de las TIC, permite distinguir las siguientes redes sociales facebook, twitter, Google+,Pinterest, LinkedIn como las más populares. Estas 5 redes sociales tienen gran prestigio debido a su variabilidad en las plataformas que utilizan.

A continuación se brinda una descripción de las redes que no se ha nombrado hasta el momento en esta investigación según Andrea Escalante:

Facebook: Es la red social por excelencia, creada en 2004 por Mark Zuckerberg y varios compañeros de Harvard. Hoy cuenta con más de 901 millones de usuarios registrados. Es una red bastante completa, ya que puedes escribir en el muro, jugar y compartir fotos y videos, entre muchas otras aplicaciones. Además, con sus aplicaciones móviles, recibe 200 millones de visitas diarias. Una de las aplicaciones más nuevas y populares es BranchOut, una aplicación de bolsa de trabajo. Twitter: Fundada en 2006, esta red social de microblogging te permite compartir mensajes con tus seguidores de 140 caracteres. Cuenta con más de 200 millones de usuarios a nivel mundial<sup>39</sup>.

---

<sup>38</sup> ESCALANTE, Andrea. Las 5 redes sociales más populares. [En línea]. Disponible en Internet: <http://www.matuk.com//> [Este sitio fue publicado 9 de mayo de 2012].

<sup>39</sup> Ibíd.

La novedad que tiene la red social Twitter es que se ha hecho tan popular en los medios de comunicación, que permite a los usuarios del común tener un contacto interactivo con los grandes personajes de la farándula nacional e internacional donde como cualquier red social se puede compartir fotos, tu ubicación, chatear entre otras actividades. El Twitter hoy es una herramienta muy novedosa que se ha hecho indispensable para la gran mayoría de las personas y de los medios para enterarse y sobre todo, para participar en temas del momento.

Google+: fue lanzada en 2011, por el gigante Google. Esta red social busca ser la competencia directa de Facebook, de hecho constantemente se hacen comparaciones de sus actualizaciones. Funciona mediante círculos (grupos para compartir) y cuenta con mensajería y seguimiento de intereses. Cuenta con una sección de novedades para ver las actualizaciones de los círculos. Además te permite la integración con otras aplicaciones de Google. Hoy tiene más de 170 millones de usuarios registrados con 20 millones de visitas diarias.

Pinterest: Esta red social, lanzada en 2010, tiene un formato de tabla de anuncios y permite a los usuarios crear y administrar colecciones de imágenes mediante temas. Lo que esta aplicación intenta es “conectar al mundo a través de las cosas que las personas consideran interesantes”. Tiene conexión a otras redes como Twitter y Facebook; además, recibe un promedio de 17 millones de visitas, con más de 21 millones de usuarios.<sup>40</sup>

Las anteriores son algunas de las redes sociales que existen actualmente, sin embargo, hoy en día hay redes para todo tipo y sobre todo con las características y aplicaciones necesarias para que sean utilizadas en los diferentes dispositivos y aparatos tecnológicos para los que han sido creados y asegurar su conectividad.

Las Redes son 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. Una sociedad fragmentada en minorías aisladas, discriminadas, que ha desvitalizado sus redes vinculares, con ciudadanos carentes de protagonismo en procesos transformadores, se condena a una democracia restringida. La intervención en red es un intento reflexivo y organizador de esas interacciones e intercambios, donde el sujeto se funda a sí mismo diferenciándose de otros<sup>41</sup>.

---

<sup>40</sup> Ibíd.

<sup>41</sup> ZAMORA, Marcelo. Redes Sociales en Internet. Guatemala. [En línea]. Disponible en Internet: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales> [Este sitio fue publicado 1 de noviembre de 2008].

Para entender con mayor calidad el tema de Redes Sociales es necesario citar la teoría de los seis grados de separación propuesta por Frigyes Karinthy (1887-1938) y luego explicarla con las redes por el sociólogo Duncan Watts:

Los Seis Grados de Separación. Es una teoría propuesta en 1929 por un escritor húngaro de nombre Frigyes Karinthy (1887-1938) ésta intenta probar que *“...cualquiera en la Tierra puede estar conectado a cualquier otra persona del planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de cinco intermediarios conectando a ambas personas con sólo seis enlaces...”*<sup>42</sup>.

Es así como las Redes Sociales de Internet brindan brillantes posibilidades de estudiar a los grupos sociales con mayor rapidez y mayor detalle, hoy en día se encuentra literatura que corrobora la anterior teoría, un ejemplo claro es el libro “Seis Grados: La ciencia de una edad conectada” del sociólogo Duncan Watts y éste autor asegura “...que es posible acceder a cualquier persona del planeta en tan solo seis saltos.”.

Esto puede ser hoy en día comprobado usando las tecnologías disponibles, ya que ahora es posible enviar mensajes a cualquier individuo del planeta haciendo uso de Internet, creando así verdaderas Redes Sociales mundiales, en diferentes campos de la vida social, educativa, cultural, laboral, económica entre otras.

La historia de las redes sociales se remonta a las potencias mundiales. Sin embargo con la globalización estas redes sociales se han llegado a propagarse por todo el mundo.

En Colombia palabras como “myspace, FACEBOOK, hi5, xing, Universia, Colombia aprende”, entre otras, no significaban nada para nuestro contexto sin embargo hasta que hace 5 años, con la apertura de banda ancha y a las promociones que existen de internet, estas plataformas virtuales se han hecho más accesibles a toda clase de estrato social, posibilitando que los contactos en línea se hagan más frecuente y la participación en estos medios se está tornando masiva y recursiva, en tanto que nos enteramos de lo que sucede en el mundo en instantes gracias a estos medios virtuales.

La red social que se conocerá en este estudio es la red de contactos FACEBOOK que se ha convertido no sólo en un fenómeno social sino en todo un instrumento de análisis académico ya que existen estudios donde los investigadores usan este medio para enterarse de comportamientos y niveles de participación que existen en estas redes sociales de internet.

---

<sup>42</sup> TEORÍA DE LOS SEIS GRADOS DE SEPARACIÓN ¿Leyenda Urbana o Realidad Científica? Buenos Aires. [En línea]. Disponible en Internet: <http://expandiendolaconciencia.blogspot.com/> [Este sitio fue publicado 11 de diciembre de 2009].

Un estudio hecho por investigadores en la red Facebook tiene como objetivo conocer los hábitos de los usuarios. La información les ayudará a trabajar sobre el concepto de “clausura triádica”, un término de sociología que analiza si los amigos de un individuo son también amigos entre ellos. Este concepto fue introducido por el doctor Georg Simmel hace más de 100 años, y sólo ahora se cuenta con un campo de pruebas para confirmar sus teorías.”Las Redes Sociales de Internet nos dan medios excelentes para comprender la interacción humana”.

Desde FACEBOOK se asegura que no existe ninguna norma en la empresa prohibiendo estudios sociológicos y que el único límite de privacidad lo imponen los usuarios. Dentro de los muchos apartes que se encuentran en el amplio mundo que ofrecen los motores de búsqueda en Internet (Un motor de búsqueda es un sistema informático que busca archivos almacenados en servidores Web, Las búsquedas se hacen con palabras clave y el resultado de la búsqueda es un listado de direcciones Web en los que se mencionan temas relacionados con las palabras clave buscadas.).

Existen varios estudios físicos que se encuentran sobre el uso de a Internet, pero muy poco sobre las Redes Sociales en Internet, tal vez porque son tecnologías relativamente nuevas por tal razón es de suma importancia esta monografía ya que es un abrebocas a todo lo el portafolio que ofrece las Redes Sociales en Internet que llegaron para formar una nueva forma de hacer sociedad.

**5.3.4 Tipos de Redes Sociales virtuales.** La actualidad lleva a que los creadores de Redes Sociales sean muy versátiles a la hora de crearlas por eso hoy existen diferentes tipos y clasificaciones de las Redes Sociales virtuales que se adaptan a los gustos, aficiones, localización geográfica y a las actividades desempeñadas por los usuarios.

Entre la clasificación y tipos de Redes Sociales para esta investigación de carácter sociológico se tiene en cuenta la clasificación realizada por Pablo Fdez. Burgueño quien es un Abogado y profesor de Derecho de los videojuegos, Internet y Derecho Tecnológico. Pablo Fernández Burgueño encamino sus estudios profesionales al gusto por las tecnologías de la información y la comunicación por lo que es valioso citar su aporte en la clasificación y tipos de redes sociales que a continuación se citan:

“Digitales o Redes Sociales On-Line: Son aquellas que tienen su origen y se desarrollan a través de medios electrónicos. A continuación veremos algunos de los ejemplos más representativos.

Las relaciones pueden ser de distintos tipos, como intercambios financieros, amistad, relaciones sexuales, o rutas aéreas. También es el medio de interacción de distintas personas como por ejemplo juegos en línea, chats, foros, spaces, etc.

Redes Sociales Horizontales: Son aquellas dirigidas a todo tipo de usuario y sin una temática definida. Se basan en una estructura de celdillas permitiendo la entrada y participación libre y genérica sin un fin definido, distinto del de generar masa. Los ejemplos más representativos del sector son FACEBOOK, Orkut, Identi.ca, Twitter.

Redes Sociales Verticales: Están concebidas sobre la base de un eje temático agregador. Su objetivo es el de congregar en torno a una temática definida a un colectivo concreto ejemplos de redes de profesionales, redes de ocio. Ejemplo: Xing y Linked In, Wipley, Minube Dogster.

Redes Sociales Humanas: Son aquellas que centran su atención en fomentar las relaciones entre personas uniendo individuos según su perfil social y en función de sus gustos, aficiones, lugares de trabajo, viajes y actividades. Ejemplos de este tipo de redes los encontramos en Koornk, Youare y Tuenti.

Redes Sociales Nómadas: A las características propias de las Redes Sociales sedentarias se le suma un nuevo factor de mutación o desarrollo basado en la localización geográfica del sujeto. Este tipo de redes se componen y recomponen a tenor de los sujetos que se hallen geográficamente cerca del lugar en el que se encuentra el usuario, los lugares que haya visitado o aquellos a los que tenga previsto acudir. Los ejemplos más destacados son: "*Latitud, Brighkite, Fire Eagle y Skout*"<sup>43</sup>

En cuanto a la anterior clasificación de tipos de redes sociales, existen otras, pero para el objetivo de este estudio es válido mencionar la clasificación hecha por Pablo Fernández Burgueño, porque permite definir los tipos de redes de forma fácil y que permiten la dinámica con ejemplos que llevan a visitar diferentes espacios en la web que permiten la comprensión de esta temática.

**5.3.5 La red social Facebook.** Es a partir de esta red que se encamina esta investigación, debido a que es una red social que tiene una gran cantidad de los usuarios no solo a nivel regional sino del mundo entero, por la variedad de los servicios que ofrece para sus usuarios, es así que teniendo en cuenta a los jóvenes estudiantes del Liceo de la Universidad de Nariño de los grados noveno y décimo (un pequeño grupo de todo el estudiantado del colegio), se ha decidido, realizar el proceso investigativo que permita despejar los objetivos de este estudio y elaborar una descripción confiable frente al presente tema, para dicho alcance es conveniente definir la red social FACEBOOK, para poder comprender de lo

---

<sup>43</sup> FERNANDEZ BURGUEÑO, Pablo. Clasificación de Redes Sociales. España. [En línea] Disponible en Internet: [http:// www.pabloburgueno.com](http://www.pabloburgueno.com) [Este sitio fue publicado el 2 de marzo de 2009].

que se trata y que se puede hacer dentro de esta plataforma virtual que es objeto de estudio.

Facebook es una red social que ha ganado gran popularidad debido a su gran portafolio de servicios y sobretodo porque ha realizado su presentación en varios idiomas que lo ha hecho merecedor de pertenecer a la mayoría de los continentes.

**5.3.6 Facebook.** Además de ser una red social FACEBOOK su nombre traduce libro de caras, hace referencia a esos libros diarios que suelen usarse en las universidades y colegios, donde se ponen fotografías y nombres de personas y sus logros.

FACEBOOK es un sitio web gratuito de Redes Sociales creado por un joven Mark Zuckerberg. Inicialmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard. Pero gracias a la acogida y actualizaciones Facebook, está disponible a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios o miembros como son llamados en este sitio, pueden participar en una o más Redes Sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica.

Hasta inicios de enero de 2010 Facebook tenía ya 350 millones de usuarios activos en todo el mundo. Pero según actualizaciones hasta la fecha de mayo de 2012 “ *Facebook hoy cuenta con más de 901 millones de usuarios registrados.* ”.<sup>44</sup>

Según el Investigador Axel Marazzi opina sobre la popularidad de FACEBOOK es realmente grande, pero lo más interesante de todo es la velocidad de crecimiento con la que lo alcanzaron.

Hace menos de un año y medio, en agosto del 2008, la red social tenía 100 millones de usuarios y le tomó aproximadamente 5 meses llegar a los 150 y, desde ese momento, comenzó a tener 50 millones de usuarios más cada tres meses. Esto generó que pasara de tener 150 millones de usuarios a 350 en menos de un año<sup>45</sup>.

La popularidad de FACEBOOK es gigantesca, esto se debe a su gran portafolio de servicios que se ajustan a la necesidad del usuario que las visita entre las actividades y aplicaciones de FACEBOOK encontramos:

---

<sup>44</sup> ESCALANTE, Op. cit.

<sup>45</sup> AXEL, Marazzi. Facebook alcanza los 350 millones de usuarios. Buenos Aires. [En Línea]. Disponible en Internet: <http://alt1040.com/htm>. 1ª pagina. [Este sitio fue publicado el 2 de Diciembre de 2009].

Conseguir amigos. Es una forma de localizar amigos con quienes se perdió el contacto o agregar otros nuevos con quienes intercambiar fotos o mensajes.

Grupos y páginas. Se trata de reunir personas con intereses y gustos comunes. En los grupos se pueden añadir fotos, vídeos, mensajes... en cuanto a las páginas, estas también se crean con fines específicos, donde se exponen ideas, críticas, realizan invitaciones a eventos, convocatorias.

Además, los grupos también tienen su normativa, entre la cual se incluye la prohibición de grupos con temáticas discriminatorias o que inciten al odio y falten al respeto y la honra de las personas. Si no se cumple, existe la opción de denunciar y reportar los grupos que vayan en contra de esta regla, por lo cual FACEBOOK incluye un link en cada grupo el cual se dirige hacia un Tabla de reclamos y quejas.

Muro. Es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario o miembro los vea. Sólo es visible para usuarios registrados, se anexan enlaces, fotos y vídeos. Las actualizaciones realizadas en esta página benefician más la acogencia e este sito una actual es la llamada súper muro permite incrustar animaciones flash.

Fotos. Esta opción permite subir fotos por medio de un programa que permite de forma sencilla, hacer un álbum virtual en FACEBOOK. Según FACEBOOK, Hay: más de 5 mil millones de fotos de usuario, 160 terabytes de almacenaje. (FACEBOOK se reserva el derecho de eliminar fotos inadecuadas).

Regalos. Los regalos o gift son pequeños íconos con un mensaje. Los regalos dados a un usuario aparecen en la pared con el mensaje del donante, a menos que el donante decida dar el regalo en privado, en cuyo caso el nombre y el mensaje del donante no se exhiben a otros usuarios.

Una opción “anónima” está también disponible, por la cual cualquier persona con el acceso del perfil puede ver el regalo, pero solamente el destinatario verá el mensaje.

Algunos regalos son gratuitos y el resto cuestan un dólar, es necesario un número de tarjeta de crédito. El dinero recaudado es donado a causas benéficas.

Juegos. La mayoría de aplicaciones encontradas en FACEBOOK se relacionan con juegos de rol, trivias (p. Ej. Geografía), y pruebas de habilidades (digitación, memoria). Entre los más célebres se encuentra guerra de pandillas, un juego de rol cuyo objetivo es acumular puntos y dinero mediante ataques a otros usuarios y el cumplimiento de misiones asignadas.

**5.3.7 Facebook en Colombia.** Colombia no ha sido ajena a la revolución causada por las Redes Sociales en línea y cada vez más personas hacen uso de mensajes, fotos, videos y otras creativas aplicaciones para comunicarse entre sí en comunidades virtuales más o menos numerosas, unidas por intereses y gustos, o por la pertenencia a ciertos grupos sociales o instituciones y lógicamente la ciudad de Pasto y dentro de esta investigación los jóvenes estudiantes del Liceo de la Universidad de Nariño objeto de estudio no podían estar exentos al uso de redes sociales.

No existe un registro o una estadística que permita saber cuántos usuarios existen por ciudad, en nuestro país sin embargo según información encontrada en la Web si se da cuenta de una cifra aproximada de miembros que actualmente existen registrados en Facebook, esta información se la encuentra en la página de internet: <http://www.facebookcolombia.com/>, donde además de encontrar esta información, este sitio es clave para la búsqueda de hallazgos interesantes para el uso de la red social facebook.

El alto nivel de conectividad que existe hoy en día en Colombia se debe a que el crecimiento de empresas vendedoras de este servicio ha ampliado su cobertura y sus precios, lo que hace que ser más accesible tener este servicio en los diferentes estratos sociales. Aunque algunos usuarios todavía se abstienen de entrar a formar parte de estas Redes Sociales virtuales cada vez más estas amplían el acceso a la información, los contactos y el intercambio etc. Llamando mucho más la atención para hacer parte de ellas. Las Redes Sociales en Colombia se introducen a pasos agigantados en las telecomunicaciones por la manera de establecer relaciones interpersonales tan prometedoras y por la multiplicidad de servicios que en ella se ofrecen. La existencia de este medio que permite encontrar viejos amigos como también “amigos instantáneos por docenas”; el contacto virtual te da la opción de recordarte fechas importantes como son cumpleaños, grados, aniversarios, citas a eventos, enterarte de cómo va la vida de tu amigo etc. Estos son unos de los tanto usos que se hacen en la red por tal razón en el ámbito cultural y sobre todo en los medios de comunicación como la TV y la radio, que hoy en día son fuente directa de información entre el presentador de “x” programa y el televidente o radioescucha. Estos fenómenos por nombrarlos de alguna manera, que antes eran casi imposibles de hacer, están jugando un papel importante dentro de las redes sociales, que en verdad crean lazos sociales interesantes y oportunos para la participación eficaz dentro de cualquier temática o problemática que este en juicio.

La cantidad de servicios y usos que brindan las Redes Sociales no garantizan que tengan estricta medidas de uso por lo que es conveniente que las autoridades encargadas de estipular leyes frente al uso de las TIC<sup>46</sup> estén atentas a este nuevo

---

<sup>46</sup> TIC. Tecnologías de la información y la comunicación.

fenómeno que permite al usuario compartir tanta información como son: datos, fotos o videos que si no son bien manejados pueden caer en manos de delincuentes. FACEBOOK, por ejemplo, declara que adquiere una licencia sobre cualquier tipo de información que el usuario coloque en su portal y se reserva el derecho de ofrecerla a terceros. Tampoco asegura la protección total de la información y acepta que puede ser víctima de piratas informáticos.

Para seguir relatando a Facebook, se puede decir que cuenta con un gran despliegue de herramientas que son más ágiles, fáciles de usar que las que existen en otras redes, además cuenta con amplio margen de creatividad permitiendo una gran cantidad de actividades, entre ellas están en que cada usuario pueda seleccionar las portadas de sus libros favoritos, expresar con diferentes platillas, su humor, su estado de ánimo ,escribir un grafiti para sus amigos, escoger flores y hasta una bebida simbólica para enviar, además de cosas tradicionales como compartir las fotos de su última fiesta o paseo, colgar videos personales, y etiquetar a sus amigos o inscribirse en múltiples grupos en los que se tengan afinidad .

Facebook y Myspace son espejo de una generación inspirada en la tecnología, acostumbrada al veloz consumo de información y presta a apropiarse de aplicaciones para ser empleadas 'a la medida del cliente'. Este es un universo donde importa más la cantidad que la calidad de los 'amigos' y, al mismo tiempo, cada quien puede encontrar y contactar a otros con los mismos intereses. Se establecen relaciones 'privadas', en un espacio público virtual y frío, abierto de par en par a millones de ojos. Como ya se ha vuelto costumbre ante lo apabullante de la tecnología: hay que aprovechar los beneficios de estas redes y abrir los ojos frente a sus peligros.<sup>47</sup>

### **5.3.8 Paginas colombianas con mayor número de miembros en Facebook.**

La información actualizada en la página de FACEBOOK en Colombia hasta la fecha de mayo de 2012 indica que *“existen aproximadamente 15,799,320 usuarios de Facebook en Colombia siendo así el cuarto país Latinoamericano con mayor número de usuarios en Facebook, superado solo por Brasil (35.1 millones), Mexico (30.9 millones) y Argentina (17.5 millones)”*<sup>48</sup>.

Las siguientes tablas se las obtuvo de la página <http://www.facebookcolombia.com/>. Estas tablas sufren modificaciones, debido a

---

<sup>47</sup> NULLVALUE. Generación Facebook. Colombia. [En Línea]. Disponible en Internet: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/>. Editorial- opinión. [Este sitio fue publicado el 19 de Agosto de 2007].

<sup>48</sup> Facebook en Colombia. [En Línea]. Disponible en Internet: <http://www.facebookcolombia.com/>. [Este sitio fue actualizado 13 de Mayo de 2012].

que los creadores de este sitio, permiten su actualización a medida que surjan otros nuevos integrantes de las listas. Estas tablas están organizadas según el nivel de seguidores que los usuarios miembros de Colombia de la red Facebook tienen frente a un artista, tema de interés, empresa, político, propaganda, lema, programa noticia... en fin esta página resalta el valor significativo de diferentes temáticas o eventos presentes en el país.

A continuación se presentan 3 tablas, que se han categorizado según el número de seguidores: la tabla 1, muestra los nombres de los artistas o temas, o personajes del escenario Nacional, programas, empresas entre otros. Con un número mayor a 1 millón de seguidores; la tabla 2, muestra la acogencia de 500,000 a 1 millón de seguidores y la tabla 3 indica también el número con Menos de 500,000 seguidores, con las mismas características anteriores, pero lo que cambia es la cantidad de usuarios que están de acuerdo, a favor o son fans de las diferentes propuestas presentadas en estas tablas.

**Tabla 1. Con más de 1 millón de seguidores:**

| <b>Nombre</b>    | <b>Miembros</b> |
|------------------|-----------------|
| Shakira          | 47.234.507      |
| Juanes           | 3.764.371       |
| Pirry            | 2.059.712       |
| Colombia         | 1.892.142       |
| Andres López     | 1.850.169       |
| J Balvin         | 1.541.171       |
| Amo a Colombia   | 1.306.219       |
| Juan Valdez café | 1.091.086       |

Fuente: <http://www.facebookcolombia.com/>

**Tabla 2. De 500,000 a 1 millón de seguidores:**

| <b>Nombre</b>       | <b>Miembros</b> |
|---------------------|-----------------|
| Antanas Mockus      | 847.320         |
| SUSO EL PASPI       | 829.701         |
| Crepes & Waffles    | 717.390         |
| BlackBerry Colombia | 577.019         |
| Liga Postobon       | 532.953         |
| Totto               | 521.305         |

Fuente: <http://www.facebookcolombia.com/>

**Tabla 3. Menos de 500,000 seguidores:**

| <b>Nombre</b>                    | <b>Miembros</b> |
|----------------------------------|-----------------|
| Cerveza Águila                   | 454.204         |
| Club Deportivo Los Millonarios   | 406.153         |
| Bon Bon Bum                      | 405.837         |
| Selección Colombia               | 375.036         |
| Club Atlético Nacional Oficial   | 352.678         |
| Vulgarcito                       | 335.069         |
| Gustavo Petro                    | 317.041         |
| GUARO ANTIOQUEÑO                 | 280.331         |
| Milo Colombia                    | 250.986         |
| Vallenato.com                    | 216.203         |
| Leonisa                          | 194.946         |
| Bogotá 100% Albiazul             | 181.116         |
| Huggies Colombia                 | 166.465         |
| Chocolatina Jet                  | 154,771         |
| AIRES S.A.                       | 155.321         |
| Chocorramo                       | 153.063         |
| PIPE BUENO                       | 149.051         |
| Germán Vargas Lleras             | 101.580         |
| AMERICANINO COLOMBIA             | 94,621          |
| Ejército de Colombia             | 85,476          |
| Almacenes Éxito                  | 79,353          |
| Cinemark Colombia                | 71,816          |
| Movistar Colombia                | 58,352          |
| Nestlé Colombia                  | 58,038          |
| Avon Colombia                    | 55,167          |
| Club Colombia                    | 51,975          |
| REEBOK COLOMBIA                  | 51,335          |
| Bancolombia                      | 47,407          |
| <b>Nombre</b>                    | <b>Miembros</b> |
| ARTURO CALLE                     | 41,659          |
| Smirnoff Colombia                | 38,754          |
| Terra Colombia                   | 37,989          |
| NESTLÉ FITNESS Colombia          | 37.516          |
| UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA | 37,394          |
| Antioquia, Colombia              | 37,146          |
| Avianca                          | 37,358          |
| Tigo Colombia                    | 33,680          |

Fuente: <http://www.facebookcolombia.com/>

En las Tablas se muestra una columna ubicada en la parte izquierda de la ventana que indica el nombre del grupo o el tema de interés que permite cautivar la atención del usuario para pertenecer a él. La lectura que se puede hacer de esta página es en primera instancia que existen varios grupos que los unen intereses y motivaciones comunes.

Las tablas nos muestran que los usuarios en la actualidad demuestran cada vez más interés por movimientos y grupos sociales de opinión en temas políticos, económicos, paz, violencia; culturales entre otros. Además las tablas muestran como las empresas e industrias del País, cada vez están haciendo parte de estos sitios para lograr más popularidad y acogencia y posicionamiento de marca.

## 6. ASPECTOS METODOLÓGICOS

### 6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para este estudio se tomo como censo poblacional a los estudiantes de noveno y décimo grado del Liceo de la Universidad de Nariño que son usuarios de la red social FACEBOOK y como apoyo teórico, los documentos y estudios basados en la sociedad inmersa en el contexto de la tecnología para corroborar y validar la información y los objetivos propuestos de este estudio.

El paradigma investigativo que se utiliza, para el proceso investigativo, es el Cuantitativo, con un enfoque descriptivo-explicativo, en cuanto pretende conocer y caracterizar, mediante un ejercicio de análisis sociológico, los usos que dan los estudiantes a las Redes Sociales en Internet tomando como base a la red social FACEBOOK por ser la que hoy en día tiene más prestigio entre los usuarios de estos sitios.

La investigación como lo cita Bonilla *“Es una aproximación científica de las ciencias sociales hacia la realidad, desde una perspectiva analítica, donde el acontecer cotidiano se somete a interpretaciones racionales bajo la óptica de las significaciones contenidas en los diferentes comportamientos que se suceden dentro de las interrelaciones sociales”*.<sup>49</sup>

La investigación Cuantitativa, utilizada en este trabajo es de gran importancia puesto que a través de variables e información estadística, obtenida mediante una encuesta realizada al universo poblacional de la Institución Educativa del Liceo de la Universidad de Nariño se logró identificar datos valiosos que permitieron la construcción de un análisis sociológico basado en la satisfacción del desarrollo de los objetivos propuestos en este estudio, que apuntan a identificar y conocer los intereses, motivaciones, tiempo dedicado, ventajas, desventajas, así como también características de la personalidad de los jóvenes estudiantes que se ven reflejados en la utilización de este tipo de redes.

La sociedad en el largo periodo de la historia ha generado grandes cambios que han traído como consecuencia, el uso de diferentes mecanismos y herramientas que han posibilitado el encuentro de varias culturas a través de estos medios, lo cual genera una globalización en que todos los individuos tienden a homogeneizarse en medio de tanta heterogeneidad. Este ejercicio sociológico permite ver que a través del uso de las Redes Sociales de internet, el ser humano está siendo protagonista y participe de un gran ejercicio de expresión, y encuentro

---

<sup>49</sup> BONILLA CASTRO, Elsy y RODRÍGUEZ SHEK, Penélope. Más allá del dilema de los métodos: la investigación en ciencias sociales. Bogotá: Uniandes, 1997. p. 36.

social que posibilita la acción y la reacción frente a diferentes propuesta y alternativas que brindan estos sitios.

## **6.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Para este estudio se tomo dos líneas de investigación creadas en la UNIVERSIDAD DE NARIÑO. La primera corresponde a Educación y Sociedad consolidada en la reforma curricular de año 2004 del Departamento de Sociología, y la segunda línea de investigación tomada para este trabajo investigativo es la llamada: Enseñanza en tecnologías de información y comunicación en siglas conocida como: E-TIC dirigida por el docente Carlos Guasmayán Ruiz, director de la Universidad de Nariño Virtual.

## **6.3 PLAN DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

ETAPAS DE INVESTIGACIÓN:

- ✓ Elaboración del proyecto de investigación
- ✓ Realización de prueba piloto para el trabajo de campo
- ✓ Ajustes de prueba piloto, aplicación del trabajo de campo
- ✓ Sistematización y análisis de la información obtenida
- ✓ Elaboración y sustentación del trabajo final

**6.3.1 Modelo de recopilación y análisis de la investigación.** Como instrumento empleado para la recolección de datos cuantitativos e información que permito sustentar el alcance de los objetivos propuestos fue la encuesta tipo censo debido a que se tomo a toda la población de estudiantes de noveno y decimo grado distribuidos así: para el grado noveno fueron 68 estudiantes y en el grado decimo con 94 estudiantes los que se aplico la encuesta, para un total de 162 estudiantes que es el total del censo poblacional. La encuesta se elaboro en forma de cuestionario semiestructurado, aplicado a estudiantes de noveno y decimo grado de la institución educativa Liceo de la Universidad de Nariño periodo comprendido 2009-2010. Este instrumento está acorde con la investigación descriptiva, y se utilizo por considerarse un medio adecuado para la recolección de información general, de información específica, que permitieron construir un informe descriptivo de los hallazgos encontrados.

Para este proceso el primer paso que se llevo a cabo, fue visitar la institución educativa del Liceo de la Universidad de Nariño en el comienzo del año lectivo 2009-2010, esto se realizo para solicitar el permiso con el rector el señor: EMILIO DÍAZ del Plantel educativo, quien permitió que se concediera la autorización para pedir información sobre el número de estudiantes de los grados

noveno y décimo, y posteriormente con esta información lograr la aplicación de la encuesta a estos grados dentro de los horarios de clases. La respuesta por parte del rector fue positiva por lo que se logró obtener, la información y el número de estudiantes del Liceo Udenar que corresponde a 162 estudiantes en total de los grados noveno y décimo; universo de la población.

**6.3.2 Fase de recolección de información.** Para este proceso fue necesario realizar la encuesta que tuvo como fin sustentar los objetivos propuestos para este trabajo investigativo que se elaboro de la siguiente manera:

La encuesta permitió el acercamiento a los estudiantes y facilito la obtención de información, que fue tabulada y posteriormente analizada para el alcance de dicho estudio.

a. ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN: La información se divide en dos partes: Datos de información general: tiene relación con los datos del estudiantes en cuanto a: grado, edad, sexo, estrato al que pertenece, correo electrónico.

El correo electrónico fue necesario puesto que a través de este dato, se logró confirmar la existencia del estudiante en la red social FACEBOOK.

b. PREGUNTAS ESPECÍFICAS: estas son las de contenido, que hacen referencia a los objetivos de la investigación. Para el análisis se ha tomado cado uno de los 5 objetivos como, capítulos así:

- ✓ Dar a conocer en esta investigación que son las Redes Sociales de Internet a través de la red FACEBOOK.
- ✓ Identificar que intereses y/o necesidades motivan la participación de los estudiantes de noveno y décimo grado del Liceo Udenar en la red FACEBOOK teniendo en cuenta género y edad.
- ✓ Identificar la cantidad promedio de tiempo que los estudiantes de noveno y décimo grado del Liceo Udenar dedican al uso de la red social FACEBOOK.
- ✓ Conocer qué ventajas que los estudiantes de noveno y decimo grado del liceo de la Universidad de Nariño identifican respecto al uso de Redes Sociales de Internet.
- ✓ Conocer qué desventajas que los estudiantes de noveno y decimo grado del liceo de la Universidad de Nariño identifican respecto al uso de Redes Sociales de Internet.

c. POBLACIÓN DE ANÁLISIS: Para esta investigación la población encuestada son los estudiantes de los grados novenos y decimos de la institución educativa Liceo de la Universidad de Nariño en el periodo comprendido del año 2009-2010. Lo que corresponde a un universo de 162 estudiantes.

d. INSTRUMENTO EMPLEADO PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN: Se preparo una encuesta, resultado de un cuidadoso estudio. En primera medida se realizo una prueba piloto a un grupo de veinte estudiantes con el fin de hacerle los ajustes y el análisis correspondientes; luego se redacto el cuestionario definitivo, que se agrega como anexo.

e. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN: El trabajo investigativo se sustenta con la documentación relacionada con el tema y la información y los datos que se lograron obtener en la encuesta aplicada a los estudiantes del Colegio que pertenece a la Universidad de Nariño, cuyo nombre es Liceo de la Universidad de Nariño. La encuesta tipo censo se aplico únicamente a los grados noveno y decimo de este establecimiento cuyas respuestas de los estudiantes permitieron la descripción de los hallazgos encontrados, localizando respuestas a los objetivos planteados de forma objetiva, critica y reflexiva, logrando de esta manera brindar un aporte que sirva de consulta para posteriores trabajos encaminados al estudio de las tecnología de la información y la comunicación.

La investigación cuantitativa valiéndose en la estadística y el apoyo de herramientas ofimáticas como es el programa Excel, con el cual a través de los datos obtenidos en la encuesta, se realizo la sabana, donde se sistematizo la información y donde se realizaron las operaciones estadísticas y cruces de variables lo que permitió realizar las respectivas tablas con los datos, frecuencias y porcentajes de la información recogida con el instrumento. Los marcos y antecedentes obtenidos, también son fuente para que se construyera el contenido de los hallazgos que permitió la interpretación cuantitativa y cualitativa para el alcance de dicha investigación.

Los indicadores de medición empleados para esta investigación son de carácter ordinal, nominal y de escala likert, puesto que permitieron la obtención y la sistematización completa de la información y los datos suministrados a partir de la encuesta.

La técnica empleada permitió obtener la información de primera mano puesto que el contacto con los estudiantes hizo posible que hubiera un clima de confianza que permitiera obtener la información pertinente para este estudio, a través de la comprensión de lo sustentado a través del cuestionario como medio de análisis de los resultados obtenidos. Esto logró, identificar, conocer y describir que usos realizan los estudiantes en las Redes Sociales de internet, logrando identificar que afinidades, preferencias, temas de interés, ventajas y desventajas existen en la utilización de este medio.

El cuestionario, está dividido en 5 capítulos que se refieren a: Identificación, usos y prácticas, tiempo y temas de interés, ventajas y desventajas. El desarrollo de la encuesta contiene 16 preguntas desglosadas para cada capítulo.

## **7. LOS USOS QUE DAN LOS ESTUDIANTES USUARIOS DE NOVENO Y DECIMO GRADO DEL LICEO DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO A LA RED SOCIAL FACEBOOK DE INTERNET DEL AÑO LECTIVO 2009-2010.**

Los resultados de esta investigación son el producto de un proceso investigativo arduo, puesto que la temática a tratar es nueva, y por tal razón la mayor fuente de investigación fue la internet, debido a que el tema ha sido evaluado y tratado con mucha más afición en otros países del mundo, porque los cambios y las repercusiones que las Redes Sociales de internet han traído para estos lugares y personas interesadas han sido de gran impacto.

Colombia como un país en proceso de globalización, está dando grandes sorpresas en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), de las cuales hace parte la investigación que permite hacer un recorrido sobre una de las tantas opciones que nos da el uso del internet, como son las llamadas Redes Sociales de internet.

Es así como gracias a la encuesta que fue el instrumento de recolección de información empleado, se procedió a interpretar cada uno de los ítems del cuestionario que dieron una perspectiva de los diferentes usos que realizan los jóvenes estudiantes al utilizar sus Redes Sociales.

Es necesario recordar que para el análisis e interpretación de resultados el cuestionario está dividido por capítulos los cuales corresponden a los objetivos propuestos en la investigación. Es de esta manera como el primer capítulo llamado aspectos generales corresponden a identificación del estudiante: Sexo, edad, grado, estrato social, como se mira a continuación:

### **7.1 ASPECTOS GENERALES**

La población tomada para este estudio son los estudiantes del Liceo de la Universidad de Nariño que pertenecen a los grados noveno y décimo. Distribuido de la siguiente manera: el total de estudiantes de grado noveno es de 68 y del grado decimo es de 94 estudiantes. Por lo cual la encuesta aplicada es de tipo censo porque se la aplico a todo el universo poblacional.

A continuación los hallazgos que se obtuvieron en el instrumento aplicado permiten identificar los siguientes aspectos que se los clasificara y analizara con la ayuda didáctica de las tablas que permiten una mejor descripción.

**Tabla 4. Sexo de los encuestados**

| <b>SEXO</b> | <b>NUMERO DE ESTUDIANTES</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|-------------|------------------------------|-------------------|
| MASCULINO   | 86                           | 53%               |
| FEMENINO    | 76                           | 47%               |
| TOTAL       | 162                          | 100%              |

Fuente. Esta investigación

En la Tabla 4. Se observa que del total de estudiantes encuestados el 53% pertenece a sexo masculino y el 47% pertenecen a sexo femenino, con lo que se logra determinar que el número de hombres y mujeres encuestados tiene una diferencia de 10 estudiantes de género masculino en comparación a la población femenina, lo cual demuestra que la población masculina es más representativo en la población estudiantil de estos dos grados del Liceo de la Universidad de Nariño.

**Tabla 5. Grado de los encuestados**

| <b>GRADO</b> | <b>NUMERO DE ESTUDIANTES</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|--------------|------------------------------|-------------------|
| NOVENO       | 68                           | 42%               |
| DECIMO       | 94                           | 58%               |
| Total        | 162                          | 100%              |

Fuente. Esta investigación

La tabla 5. Muestra el número total de estudiantes encuestados por grado. Siendo el grado decimo el de mayor población estudiantil.

**Tabla 6. Edad de los encuestados**

| <b>EDAD</b> | <b>NUMERO DE ESTUDIANTES</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|-------------|------------------------------|-------------------|
| 13          | 4                            | 2%                |
| 14          | 51                           | 31%               |
| 15          | 66                           | 41%               |
| 16          | 37                           | 23%               |
| 17          | 4                            | 2%                |
| TOTAL       | 162                          | 100%              |

Fuente: Esta investigación.

En la Tabla 6. Se observa la representación por edades correspondientes a los estudiantes de los grados novenos y decimo que están entre los 13 y 17 años; siendo estas dos edades las menos representativas ocupando tan solo el 2% de estudiantes que tienen las edades de 13 y 17 años, también la tabla nos muestra que los estudiantes que están entre las edades más representativas de estos grados están entre las edades de 13 a 15 años siendo los estudiantes de 14 años el 31%, de los encuestados y los de 15 años el 41% de la población más representativa entre estos grados y por ultimo existe estudiantes de 16 años de edad que equivalen al 23% de la población encuestada.

Esta investigación cuenta con una población joven, quienes comprenden la adolescencia y a quienes en este estudio se los llama “los nativos digitales”<sup>50</sup> termino acuñado por el experto en medios digitales Marc Prensky en el año 2004<sup>51</sup>.

**Tabla 7. Estratificación de los encuestados**

| ESTRATO | NUMERO DE ESTUDIANTES | PORCENTAJE |
|---------|-----------------------|------------|
| ALTO    | 11                    | 7%         |
| MEDIO   | 138                   | 85%        |
| BAJO    | 13                    | 8%         |
| TOTAL   | 162                   | 100%       |

Fuente: Esta investigación.

La tabla No. 7. Se refiere a la estratificación social de los estudiantes Sugiere la siguiente clasificación: el estrato alto está conformado por el 7% de la población que equivale a 11 estudiantes, el 85% de los estudiantes pertenece a estrato medio que es igual a 138, mientras que la población de estudiantes de estrato bajo es del 8 %. Esto quiere decir que la mayor parte de la población de estudiantes encuestada es de estrato medio y es la que predomina con un 85% del total de la población.

Las evidencias recolectadas anteriormente exponen la información de identificación, que corresponden al grupo de estudiantes del Liceo de la Universidad de Nariño de los grados de noveno y decimo. Con los datos e información suministrada a las preguntas realizadas a esta población de estudio

---

<sup>50</sup> Nativos Digitales: Son las personas que nacieron cuando ya existían la tecnologías digitales.

<sup>51</sup> Disponible en Internet: <http://luzcaraballo.blogspot.com/2005/10/marc-prensky-aprendizaje-basado-en.html>.

se logro brindar los siguientes resultados a los capítulos que posteriormente se describen.

A continuación se procederá a mostrar los resultados de las preguntas de contenido las cuales obedecen a responder los siguientes aspectos como: saber si el estudiante sabe que es una red social de Internet, que permite a partir de los resultados dar respuesta al primer Capítulo que consiste en hacer conocer en esta investigación que son las Redes Sociales de Internet a través de la red FACEBOOK.

## 8. RESULTADOS REDES SOCIALES

En este capítulo describe los hallazgos que se encontraron en el transcurso de la investigación mediante información pertinente a esta temática, y a los conocimientos que tienen los estudiantes sobre las Redes Sociales de Internet teniendo como red social para esta investigación a Facebook, identificada como la que mas acogida tiene por la población escogida para este estudio.

En la encuesta no se logro elaborar una pregunta específica que permitiera dar respuesta a este primer capítulo, porque todo el cuestionario da cuenta de las redes sociales de internet puesto, que fue estructurada para que las respuestas dieran razón de ella. Es así como la primera pregunta que se formula permite responder a que redes sociales pertenece el estudiante de esta manera, ya se puede comprobar que el encuestado sabe lo que es una red social de internet y más aún cuando escoge a que redes sociales pertenece y por ende identifica la de su preferencia que es en este caso la red social Facebook para satisfacción de este trabajo investigativo.

Para responder a este capítulo es necesario valernos de los antecedentes que respondan en primer lugar a la definición más sucinta que se encontró en la Revista Enter 2.0. Donde define a la Red Social así:

Una red social es un sitio Web en internet en el que usted, después de crear una cuenta de usuario, puede colgar o publicar sus fotos, videos, eventos, podcast, correos electrónicos, opiniones y foros entre cientos de opciones más, para compartirlos luego en un grupo suyo específico, con sus amigos, familiares y conocidos, unidos todos por unos mismos intereses y gustos.<sup>52</sup>

El capítulo primero tiene como finalidad hacer conocer que es una red social a través de la red social facebook por esto es importante definir que es la red social facebook para que este capítulo quede resuelto.

Según los antecedentes descritos en este estudio, es posible describir a la red social facebook, como un sitio que se encuentra en internet, y al cual se puede pertenecer, accediendo a la cuenta de facebook y registrando los datos para poder pertenecer a esta red social, que permite mantener contacto con amigos, conocidos, familiares a través de cientos de opciones como el compartir fotos, chatear, compartir enlaces, videos, eventos, juegos entre otras.

Facebook posibilita que cualquier persona pueda ser miembro de esta red, lo único que se necesita es tener correo electrónico. Por esta razón la privacidad de

---

<sup>52</sup> GARCIA, Op. cit., p. 34.

lo que se quiera mostrar o hacer público en esta red, depende de lo que se quiera compartir en este sitio. Un modo de control es que solo las personas que se hayan confirmado como amigos son los que pueden ver su perfil, de esta manera se evita que personas inescrupulosas hagan mal uso de estos sitios en la Web. En este último aspecto vale la pena citar a Manuel Castells:

Examina sus interconexiones globales y sus operaciones locales. Indique los marcos mentales en las redes que enmarcan su mente. Practique el pensamiento crítico cada día para ejercitar la mente en un mundo contaminado culturalmente, de la misma forma que ejercita su cuerpo para limpiarlo del veneno de nuestro entorno químico. Desconecte y reconecte. Desconecte lo que no entienda y reconecte lo que tenga sentido para usted.<sup>53</sup>

Una reflexión acerca de lo citado por Castells nos lleva a que a pesar de que el mundo está globalizado por lo digital, no se debe caer, en pensar que todo lo que está en red es la verdad y es lícito, por lo contrario el autor nos dice que se debe ser crítico frente a estos sitios teniendo la capacidad de discernir lo bueno de lo malo.

Lo anterior permite explicar de manera sencilla lo que son las redes sociales de internet y para qué sirven y gracias a lo citado nos brinda orientación sobre el uso adecuado de este servicio.

La definición de redes sociales en internet responde al primer capítulo de este trabajo investigativo. De ahora en adelante los demás hallazgos que se describen a continuación dan respuesta a los demás capítulos que permiten identificar los intereses, necesidades, el tiempo, las ventajas y desventajas que el uso de estas redes tiene para la población para quien está hecho este estudio.

**Tabla 8. ¿Sabe que es una red social en internet?**

| CONOCE? | NUMERO DE ESTUDIANTES | PORCENTAJE |
|---------|-----------------------|------------|
| Si      | 161                   | 99%        |
| No      | 1                     | 1%         |
| TOTAL   | 162                   | 100%       |

Fuente: Esta investigación.

---

<sup>53</sup> Ibíd., p 4.

Los datos de la Tabla 8, correspondiente indican que el 99% de los estudiantes conoce y sabe que son las Redes Sociales de Internet y tan solo el 1% desconoce este término.

Para dicho ejercicio se tomo a FACEBOOK como fuente principal de soporte investigativo, y se logro corroborar a través de la encuesta que es esta Red Social la preferida por los estudiantes encuestados.

**Tabla 9. Estudiantes con correo electrónico**

| E-MAIL      | ESTUDIANTES | %    |
|-------------|-------------|------|
| Si          | 136         | 84%  |
| No          | 3           | 2%   |
| No responde | 23          | 14%  |
| Total       | 162         | 100% |

Fuente: Esta investigación

La Tabla 9. Permite saber en este estudio si el estudiante tiene o no tiene correo electrónico, lo que corrobora que los estudiantes son conocedores de los servicios que brinda la Web. Los estudiantes que tienen correo electrónico son el 84%, los estudiantes que no tienen correo es el 2% y tan solo el 14%, no respondieron la pregunta por razones personales.

Como se describe anteriormente para poder registrarse o hacer parte de la red Social facebook, los usuarios deben tener correo electrónico, sino **NO** sería posible acceder a estas redes, debido a que los creadores de estos lugares usan el correo de sus miembros para poder comunicar, informar y controlar los mensajes y la publicidad que se anuncian en estos lugares directamente a los correos de los usuarios de esta manera incentivan la visita permanente a estos sitios.

**Tabla 10. ¿A qué Redes Sociales pertenecen los Estudiantes de Noveno y decimo?**

| Redes    | SI  | %   | NO  | %   | TOTAL | %    |
|----------|-----|-----|-----|-----|-------|------|
| Facebook | 142 | 88% | 20  | 12% | 162   | 100% |
| Hi5      | 99  | 61% | 63  | 39% | 162   | 100% |
| My space | 32  | 20% | 130 | 80% | 162   | 100% |
| Sonico   | 52  | 32% | 110 | 68% | 162   | 100% |
| Twitter  | 20  | 12% | 142 | 88% | 162   | 100% |
| Ninguna  | 12  | 7%  | 150 | 93% | 162   | 100% |

Fuente: Esta investigación.

Las Redes Sociales enunciadas en la encuesta son las que en Colombia cuentan con mayor popularidad, y son las más utilizadas, estas redes son: FACEBOOK, Hi5, My Space, Sónico, Twitter.

La pregunta de la encuesta es: ¿A qué Redes Sociales pertenece? Donde el estudiante respondió a todas las redes sociales a las que pertenecía, resultados que se muestran a continuación: FACEBOOK es la red social con mayor porcentaje de usuarios miembros representado en el 88% y tan solo el 12% no están inscritos, sigue la red social Hi5 que cuenta con gran popularidad en la población joven con un 61% de acogida frente a un 39% de abstención a su uso, en tercer lugar esta Sónico con un porcentaje de usuarios del 32% y de no acogida de un 68%, My Space tiene una acogida del 20% con un 80% de no acogida, por ultimo esta la red social Twitter con un 12% de acogida y un 88% de no pertenencia a este sitio.

En esta tabla también se puede observar que solo el 7% de la población encuestada es renuente a la utilización de redes.

**Tabla 11. ¿Cuál de las anteriores redes le parece más importante?**

| REDES    | NIVEL DE IMPORTANCIA | PORCENTAJE |
|----------|----------------------|------------|
| Facebook | 102                  | 63%        |
| Hi5      | 19                   | 12%        |
| Msn      | 7                    | 4%         |
| Sonico   | 0                    | 0%         |
| Twitter  | 0                    | 0%         |
| Xing     | 1                    | 1%         |
| Ninguna  | 33                   | 20%        |
| Total    | 162                  | 100%       |

Fuente: Esta investigación.

Como se puede apreciar, la población a quien se aplicó la encuesta escogió a FACEBOOK como la red más importante con un porcentaje del 63% que corresponde a 102 estudiantes de 162 encuestas aplicadas lo cual quiere decir que escogen a esta red social versus las redes Hi5 que obtuvo el calificativo de importancia 12%, MSN con un 4% y las demás redes enunciadas en la encuesta obtuvieron una calificación del cero y el 1%; para el análisis de esta ítem, también se logra identificar que el 20% de la población encuestada que corresponde a 33 estudiantes de noveno y decimo del Liceo UDENAR, pertenecen a diferentes redes pero no tienen una favorita, o que consideren importante.

### **Sexo Versus Género.**

La siguiente tabla muestra el porcentaje de acogencia hacia una red teniendo en cuenta el sexo. La tabla, muestra la acogencia del sexo masculino a las diferentes redes expuestas, es de esta manera como a pesar de separar sexo masculino de femenino se puede comprobar que la favorita para el sexo masculino es la red social facebook con un 63% de aceptación, después le sigue la red hi5 con un porcentaje del 13% y posteriormente la red MSN con un porcentaje del 5%, las demás redes no tienen acogencia para el sexo masculino.

**Tabla 12. Sexo Masculino vs redes sociales**

| REDES    | MASCULINO | %    |
|----------|-----------|------|
| Facebook | 54        | 63%  |
| Hi5      | 11        | 13%  |
| Msn      | 4         | 5%   |
| Sonico   | 0         | 0%   |
| Twitter  | 0         | 0%   |
| Xing     | 0         | 0%   |
| Ninguna  | 19        | 22%  |
| Total    | 86        | 100% |

Fuente. Esta investigación

**Tabla 13. Sexo Femenino vs redes sociales**

| REDES    | FEMENINO | %    |
|----------|----------|------|
| Facebook | 48       | 63%  |
| Hi5      | 7        | 9%   |
| Msn      | 3        | 4%   |
| Sonico   | 0        | 0%   |
| Twitter  | 0        | 0%   |
| Xing     | 0        | 0%   |
| Ninguna  | 14       | 18%  |
| Total    | 76       | 100% |

Fuente. Esta investigación

La tabla anterior muestra el porcentaje de acogencia del sexo femenino hacia una red social. La tabla, indica la acogencia del sexo femenino a las diferentes redes expuestas, es de esta manera que el sexo femenino tiene en primer lugar a la red social facebook con un 63% de aceptación, después le sigue la red hi5 con un porcentaje del 9% y posteriormente la red MSN con un porcentaje del 4%, las demás redes no tienen acogencia para el sexo femenino.

En las anteriores tablas se observa la preferencia de hombres y mujeres por cada red social, es así como Facebook es la escogida por los estudiantes de ambos sexos como la de su preferencia, seguida por la red hi5 tambien escogida por ambos sexos y por ultimo MSN, con un porcentaje semejante.

Lo relevante de este cruce de variables es que se llega a comprobar el favoritismo de la red social facebook, objeto de estudio de esta investigación logrando identificarse que es relevante para ambos sexos.

## 9. USOS DE LAS REDES SOCIALES

En las Redes Sociales de Internet se presentan diferentes opciones usos para que sus usuarios se motiven a emplearlos por tal motivo para esta investigación se tomo los usos que más se realizan en estos sitios para que los jóvenes estudiantes tengan diferentes opciones a la hora de elegir cuales son los que más usan y por otro lado, cuál de estos usos es el más relevante para ellos.

Los estudiantes tenían la opción de marcar todos los usos que aplican, en la tabla se muestra, el número de estudiantes que contesto y que no contesto a las diferentes opciones de respuesta, así como también la tabla, indica el porcentaje de contestación afirmativa y negativa, lo cual indica los usos más frecuentes realizados en su mayoría por los jóvenes estudiantes.

La gama de usos que se muestran en la tabla 12, obedece a los practicados en las Redes Sociales con mayor frecuencia por los usuarios de Internet. En que el Escribir y enviar mensajes esta en un 91%, que ha este uso le sigue publicar fotos y ver fotografías en un 67%, seguido de la utilización de este sitio para Reencontrar viejos amigos en un 64%, conocer gente en un 62%, Saber que están haciendo mis amigos en un 57%, Hacer planes con mis amigos en un 56%, Obtener información y noticias un 40%, Crear o pertenecer a un grupo en un 36%, Seguir eventos un 27%, ,Para darme a conocer mejor en un 25%. Como auxiliar académico en un 15%. No respondió a ninguna de las anteriores un 10% de los estudiantes encuestados.

**Tabla 14. ¿Para qué usa las Redes Sociales de internet?**

| USOS                                    | SI  | %   | NO  | %   | TOTAL | %    |
|-----------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-------|------|
| a. Escribir y enviar mensajes           | 148 | 91% | 14  | 9%  | 162   | 100% |
| b. Saber que están haciendo mis amigos. | 93  | 57% | 69  | 43% | 162   | 100% |
| c. Publicar y ver fotografías.          | 109 | 67% | 53  | 33% | 162   | 100% |
| d. Para conocer gente.                  | 100 | 62% | 62  | 38% | 162   | 100% |
| e. Seguir eventos                       | 43  | 27% | 119 | 73% | 162   | 100% |
| f. Obtener información y noticias       | 64  | 40% | 98  | 60% | 162   | 100% |
| g. Crear o pertenecer a un grupo        | 58  | 36% | 104 | 64% | 162   | 100% |
| h. Hacer planes con mis amigos          | 91  | 56% | 71  | 44% | 162   | 100% |
| i. Para darme a conocer mejor.          | 41  | 25% | 121 | 75% | 162   | 100% |
| j. Reencontrar viejos amigos            | 104 | 64% | 58  | 36% | 162   | 100% |
| k. Como auxiliar académico.             | 25  | 15% | 137 | 85% | 162   | 100% |
| l. Ninguna de las anteriores            | 17  | 10% | 145 | 90% | 162   | 100% |

Fuente. Esta investigación

Respecto a estos ítems se puede decir que la forma en la que se encuentra estructurada la red social en muy poca medida se utiliza como fuente de conocimiento a través de acceder a información y noticias. Por lo contrario, la tabla muestra que los usos más frecuentes que los estudiantes realizan en esta red social es el de escribir, enviar mensajes, publicar y ver fotos, contactarse con viejos amigos y conocer gente; lo que para este tipo de población objeto de estudio es viable, en tanto esta red les sirve a ellos como un medio de comunicación mas dinámico que el uso del teléfono o que el correo electrónico.

Para referirnos a los resultados de los usos que realizan los jóvenes estudiantes en las redes sociales es necesario examinar el porqué ellos escogen esos ítems como los más realizados en estos sitios y para ello es importante citar a investigadores expertos en este tema como son: Dana Boyd y Nicole Ellison quienes señalan: *“la mayoría de los sitios de redes sociales ayuda al mantenimiento de redes sociales preexistentes, no es que permiten a los individuos conocer extraños sino mas bien articular y hacer visibles sus redes sociales. los participantes no están necesariamente creando redes, o en busca de conocer gente nueva, sino que están principalmente comunicándose con personas que ya forman parte de su red social extendida”*<sup>54</sup>.

**Tabla 15. ¿Cuál de los anteriores usos es el más importante?**

| USOS                                    | NIVEL DE IMPORTANCIA | %    |
|-----------------------------------------|----------------------|------|
| a. Escribir y enviar mensajes           | 61                   | 38%  |
| b. Saber que están haciendo mis amigos. | 6                    | 4%   |
| c. Reencontrar viejos amigos            | 6                    | 4%   |
| d. Para conocer gente.                  | 19                   | 12%  |
| e. Seguir eventos                       | 8                    | 5%   |
| f. Obtener información y noticias       | 9                    | 6%   |
| g. Crear o pertenecer a un grupo        | 2                    | 1%   |
| h. Hacer planes con mis amigos          | 10                   | 6%   |
| i. Para darme a conocer mejor.          | 2                    | 1%   |
| j. Publicar y ver fotografías           | 24                   | 15%  |
| k. Como auxiliar académico.             | 8                    | 5%   |
| l. Ninguna de las anteriores            | 7                    | 4%   |
| TOTAL                                   | 162                  | 100% |

Fuente. Esta investigación

---

<sup>54</sup> GRUFFAT, Op. cit., p. 73.

De las opciones que se utilizan para que los estudiantes identifiquen el uso más importante que realizan en FACEBOOK: el que obtuvo mayor escogencia por el grupo seleccionado es el de escribir y enviar mensajes que corresponde al 38% de los estudiantes encuestados, esto demuestra que los estudiantes están utilizando esta red, como medio de comunicación efectivo en tiempo real debido a que están haciendo uso del chat, de FACEBOOK, y dejando opiniones y mensajes en los perfiles de sus contactos. Reemplazando otros medios virtuales como es: Mensseger, y el correo electrónico.

El publicar y ver fotos tiene un porcentaje de respuesta del 15% de los estudiantes encuestados, lo que hace concluir que para los estudiantes es significativo el ver fotos y publicar sus fotografías.

Con estos ítems se explica que este servicio también es uno de los más usados, ya que al subir una foto, un video, o un mensaje al perfil, esta publicación aparece en el portal de inicio del círculo de contactos, lo que permite querer saber más de lo que se ha publicado en tú perfil; por lo que hace que sea más visitado y por ende sea más popular.

Lo anterior es explicado a través del proyecto facebook. Por unos de las autores Grufafat Carolina y Roberto Schimkus quienes definen a estas aplicaciones de Facebook como: “circulación expansiva de información”:

*“La publicación de videos o álbumes de fotos y algunas aplicaciones como los test o aplicaciones de frases. Los usuarios las publican y salen en su página de inicio de todos sus contactos, quedando a la expectativa de que alguien los comente o interactué con ellos”<sup>55</sup>.*

Siguiendo los porcentajes que distinguen los usos más importantes entre los jóvenes objeto de estudio, se distingue que el conocer gente nueva, es una de las utilidades que también realizan los estudiantes encuestados en estos lugares debido a que el 12% seleccionaron este ítem. Esta respuesta es delicada debido a que este estudio permite encontrar en esta repuesta, una problemática debido a que los jóvenes se confían y por ello, pueden ser víctimas de caer en las manos de usuarios que atentan contra la privacidad o mucho peor atentan contra su vida.

Los jóvenes se exponen en las redes sociales, al pretender hacer nuevos contactos en estos sitios, debido a que *“las prácticas como el grooming que significa acoso de carácter erótico a menores de edad es recurrente en estas redes. Los delincuentes acostumbran abrir falsos perfiles con fotografías falsas de atractivos adolescentes. En ocasiones los propios adolescentes publican*

---

<sup>55</sup> Ibíd., p. 76.

*fotografías comprometedoras de amigos y compañeros en clase con el propósito de perjudicar su imagen y reputación”<sup>56</sup>.*

Lo anterior describe uno de los problemas que genera, el que por conocer gente nueva en la red, el usuario se vea sujeto a manos de criminales y de personas que desean dañar la reputación.

Seguir eventos 5%, Obtener información y noticias 6%, Crear o pertenecer a un grupo 1% Hacer planes con mis amigos 6%, Darse a conocer mejor 1%, Como auxiliar académico 5%; los anteriores ítems permitieron encontrar que los jóvenes estudiantes realizan diferentes uso en la red como las anteriores mencionadas.

El uso de los jóvenes para reencontrarse con viejas amistades no es tanto de su interés frente a otros usos antes señalados que si los son ya que en este ítem se comprobó debido a que el 4% de los encuestados escogió la respuesta de Reencontrarse con viejos amigos.

Ante estos resultados se puede afirmar que la red social Facebook, como su nombre lo indica, favorece la sociabilidad logrando intercambiar información y participación a través de aplicaciones que permiten la publicación de mensajes de texto videos, fotos, esto prueba lo sustentado debido a que fueron los usos que mayor porcentaje alcanzaron, por esto se asume como los más utilizados por los jóvenes a quien se aplico la encuesta.

Para explicar lo anteriormente dicho, autores como: Rheingold 1996; Lèvy, 1999 que introdujeron el concepto de “comunidad virtual” para referirse: *“a los nuevos territorios virtuales donde priman la socialización y la comunicación a partir de intereses compartidos y de la construcción de lazos afectivos y solidarios, prescindiendo de la localización física pero manteniendo el tiempo real”<sup>57</sup>.*

---

<sup>56</sup> OCTAVIO Islas y AMAIA, Arribas. El Proyecto Facebook y la posuniversidad. Comprender las redes como ambientes mediáticos .Buenos Aires Argentina. Editorial Ariel, S.A.,2010 P. 160

<sup>57</sup> SUED, Gabriela. El Proyecto Facebook y la posuniversidad. Pensando a Facebook. Buenos Aires Argentina: Ariel, S.A., 2010. p. 73.

## 10. TIEMPO PROMEDIO EN LAS REDES SOCIALES

En este capítulo se presenta la identificación de la cantidad promedio de tiempo que los estudiantes usuarios de noveno y décimo grado del Liceo Udenar dedican al uso de la red social FACEBOOK.:

Se puede evidenciar que el promedio de uso diario en la utilización de Redes Sociales de Internet por los estudiantes, se encuentra tipificado según los datos suministrados por la encuesta de la siguiente manera:

Tiempo de uso diario menor de una hora es de un 22%, tiempo de uso diario entre una y dos horas esta en un 41%, tiempo de dos a tres horas es de un 9%, y el tiempo mayor de tres horas diarias esta en un 24%, la pregunta que corresponde a otra cual se refiere al uso ocasional de las Redes Sociales de Internet.

**Tabla 16. Uso diario en la red social Facebook**

| USO DIARIO        | ESTUDIANTES | %    |
|-------------------|-------------|------|
| MENOR 1 HORA      | 35          | 22%  |
| ENTRE 1 Y 2 HORAS | 66          | 41%  |
| ENTRE 2 Y 3 HORAS | 14          | 9%   |
| MAS DE 3 HORAS    | 39          | 24%  |
| OTRA . CUAL       | 8           | 5%   |
| TOTAL             | 162         | 100% |

Fuente. Esta investigación

**EL TIEMPO QUE DEDICAN LOS JÓVENES ESTUDIANTES SEGÚN EL SEXO:**  
Las Tablas siguientes determinan el tiempo utilizado por los hombres y mujeres en las Redes Sociales de internet, así como permite hacer una comparación de sexo determinando cuanto tiempo utilizan los hombres y cuanto tiempo utilizan las mujeres a esta actividad en el internet.

**Tabla 17. Tiempo utilizado por los hombres en las Redes Sociales**

| USO DIARIO        | ESTUDIANTES HOMBRES | %    |
|-------------------|---------------------|------|
| MENOR 1 HORA      | 20                  | 23%  |
| ENTRE 1 Y 2 HORAS | 30                  | 35%  |
| ENTRE 2 Y 3 HORAS | 5                   | 6%   |
| MAS DE 3 HORAS    | 20                  | 23%  |
| OTRA. CUAL        | 11                  | 13%  |
| TOTAL HOMBRES     | 86                  | 100% |

Fuente. Esta investigación

La anterior tabla muestra el tiempo que los jóvenes estudiantes hombres utilizan en las redes sociales así: las proporciones de tiempo utilizado en el uso de las Redes Sociales está en que el 35% de los hombres gasta de una a dos horas en su red social, en un promedio equitativo están los hombres estudiantes que utilizan 1 hora diaria al uso de su red y por el otro lado otro grupo de estudiantes con igual porcentaje utilizan más de tres horas se encuentran en un 23%, finalmente también en esta categorización del tiempo utilizado por los hombres se puede ver que existen un 13% de estudiantes hombres que aunque pertenecen a las Redes Sociales de internet la visita a estos lugares del ciberespacio es esporádico.

**Tabla 18. Tiempo dedicado en las Redes Sociales por las mujeres**

| USO DIARIO        | ESTUDIANTES MUJERES | %    |
|-------------------|---------------------|------|
| MENOR 1 HORA      | 15                  | 20%  |
| ENTRE 1 Y 2 HORAS | 36                  | 47%  |
| ENTRE 2 Y 3 HORAS | 9                   | 12%  |
| MAS DE 3 HORAS    | 12                  | 16%  |
| OTRA. CUAL        | 4                   | 5%   |
| TOTAL             | 76                  | 100% |

Fuente. Esta investigación

El Tabla No. 18 muestra el tiempo que las jóvenes estudiantes mujeres utilizan en las redes sociales así: las proporciones de tiempo utilizado en el uso de las Redes Sociales está en el 47% de las mujeres de una a dos horas en su red social, a este porcentaje le sigue otro grupo de jóvenes estudiantes mujeres que

usa 1 hora diaria a su red siendo el 20% del total de encuestadas, también hay el 16% de las jovencitas que utilizan más de tres horas, finalmente también en esta categorización del tiempo utilizado por los mujeres se puede ver que existen un 5% de este sexo, que aunque pertenecen a las Redes Sociales de internet la visita a estos lugares no es relevante.

Al comparar la tablas anteriores que se refieren al tiempo utilizado por los jóvenes según el sexo se puede decir que el tiempo en las Redes Sociales de internet tiene un promedio de dedicación entre 1 y 2 horas diarias aproximadamente, siendo el género femenino el 47% y el sexo masculino el 35% en dar respuesta a este periodo de tiempo, logrando analizar que las Redes Sociales tienen más frecuencia de uso por parte del sexo femenino en este periodo de tiempo en comparación al tiempo dedicado a estas por el sexo masculino; en este caso vale resaltar también la pregunta ¿otra cual? Que hace referencia al uso esporádico de las Redes Sociales lo que permite corroborar que el sexo masculino con un porcentaje del 13% en comparación con el femenino 5% visita mucho menos estos sitios.

## 11. INTERESES Y NECESIDADES EN LAS REDES SOCIALES

Al identificar los intereses y/o necesidades que motivan la participación de los estudiantes de noveno y décimo grado del Liceo Udenar en la red FACEBOOK teniendo en cuenta sexo y edad se muestran los siguientes resultados:

TEMAS DE INTERÉS: El análisis de la Tabla 17 ,permite satisfacer uno de los capítulos en que esta direccionada esta investigación, la siguiente tabla permite identificar que intereses y/o necesidades motivan la participación de los estudiantes de noveno y décimo grado del liceo Udenar en la red FACEBOOK teniendo en cuenta género y edad.

**Tabla 19. Temas de interés**

| TEMAS DE INTERES             |     |     |     |     |       |      |
|------------------------------|-----|-----|-----|-----|-------|------|
| TEMAS DE INTERES             | SI  | %   | NO  | %   | TOTAL | %    |
| a. Deportes                  | 64  | 40% | 98  | 60% | 162   | 100% |
| b. Cultura                   | 95  | 59% | 67  | 41% | 162   | 100% |
| c. Política                  | 36  | 22% | 126 | 78% | 162   | 100% |
| d. Economía.                 | 21  | 13% | 141 | 87% | 162   | 100% |
| e. Temas académicos          | 37  | 23% | 125 | 77% | 162   | 100% |
| f. Salud                     | 23  | 14% | 139 | 86% | 162   | 100% |
| g. Justicia                  | 15  | 9%  | 147 | 91% | 162   | 100% |
| h. Diversión                 | 140 | 86% | 22  | 14% | 162   | 100% |
| i. Seguridad                 | 21  | 13% | 141 | 87% | 162   | 100% |
| j. Ninguna de las anteriores | 6   | 4%  | 156 | 96% | 162   | 100% |

Fuente. Esta investigación

Para determinar el nivel de participación de los estudiantes según temas de interés, fue preciso tener en cuenta las temáticas que se enfocan a las edades de los encuestados para ello se tomaron los siguientes: deportes, cultura, política, economía, temas académicos, salud, justicia, diversión, seguridad, ninguna de las anteriores.

De los 162 estudiantes a quienes se les pregunto cuales son los temas que tienen en cuenta al hacer uso de sus Redes Sociales, los encuestados contestaron que usan las Redes Sociales en un 86% para la diversión, este porcentaje es el más alto en esta pregunta debido a que las Redes Sociales son un medio que promueve el entretenimiento y la diversión de quienes las utilizan.

Las Redes Sociales y sobretodo sus aplicaciones permiten captar la atención de los jóvenes puesto que en estos sitios, los usuarios encuentran espacios para realizar diferentes actividades que se pueden estar realizando con otras así por ejemplo, puedes estar navegando en los perfiles de los amigos, a la vez chateando, y escribiendo mensajes en el muro o opinando frente a una temática, esta puede ser una ventaja de FACEBOOK, en cuanto que en la misma plataforma se puede hacer varias actividades a la vez.

En resumen las diferentes opciones para participar en una gran cantidad de alternativas que fomentan el juego interactivo, la participación en foros, el envío de mensajes, fotos, videos en tiempo real. Así como también hacer planes con los amigos, el participar el hacer bromas, enviar regalos, y sobretodo saber que están haciendo los amigos a través de la revisión de sus perfiles que en ella se publican son indicadores que estos sitios absorben el tiempo de los jóvenes.

Por otro lado encontramos que el 59% piensan que las Redes Sociales les permiten espacios para incentivar la cultura, por eso respecto a esto se puede ver que este porcentaje hace parte de grupos y roles social que se dedican a este tema.

Otro sector de la población encuestada escoge al deporte, determinado por el 40% que mira en las redes un espacio para incentivar o pertenecer a un grupo o hacer amigos que estén en afinidad con estos intereses, esta es la gran ventaja que tienen las redes, ya que permite encontrar contactos que estén en afinidad con los gustos e intereses.

Siguiendo con la interpretación de la tabla 17, se encuentra que el 37% de la población a quien se la aplico la encuesta, mira en las redes una alternativa para hacer énfasis en los temas académicos con respecto a esto se puede hacer mención a otros países como España, Argentina donde el uso de las redes está siendo implementado en la aula escolar, y en las universidades, como medio de comunicación e información sobre temáticas académicas y de encuentro social entre estudiantes y profesores esto se ve reflejado en: **El Proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje.** Este *Proyecto* se puso en práctica durante 2009 en la Universidad de Buenos Aires. Fue una investigación novedosa que permitió la obtención de conocimiento mediante actividades académicas llevadas a cabo en plataformas tecnológicas de la información y la comunicación, cuya red social escogida fue Facebook.

Siguiendo con los hallazgos obtenidos en esta investigación otro tema que causa gran expectativa es la política que tuvo un 22% de acogida entre los encuestados, esto indica que la población juvenil no es renuente frente a estos temas y les gusta participar y enterarse de este tipo de argumentos.

Las Redes Sociales hoy en día son un medio por el cual diferentes tipos de personalidades en este caso candidatos políticos, pueden hacerse conocer en esta red y además recibir y hacer conocer en el caso de la política: hacer conocer sus propuestas de gobierno. Con respecto a esto cabe decir que es la época en que la forma de hacer política se mira fuertemente afectada por este nuevo tipo de forma de darse a conocer, y sobre todo las Redes Sociales permiten establecer un lugar de encuentro donde se pone en tela de juicio los intereses de los participantes.

La gran versatilidad de las redes propicia todo tipo de actividades e intereses que se puedan hacer en ellas, es por eso que los estudiantes encuestados, en la pregunta que otros temas de interés encontraban en las redes se pudieron comprobar que también usan las redes para buscar temas que relacionados a la económica, la salud, la justicia, la seguridad. Frente a esta pregunta fue tan solo el 4% de la población encuestada la que no tiene un tema de interés específico frente al uso de este sitio.

## 12. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES

En este capítulo se presentan las ventajas y desventajas que los estudiantes de noveno y décimo grado del liceo de la Universidad de Nariño identifican respecto al uso de Redes Sociales de Internet.

### 12.1 VENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES

Para abordar este capítulo es necesario valernos de antecedentes previos encontrados sobre las ventajas que tienen las redes sociales de internet para ello tomamos los aportes de para explicar:

**Tabla 20. Ventajas de las Redes Sociales**

| VENTAJAS                          | SI  | %   | NO  | %   | TOTAL | %    |
|-----------------------------------|-----|-----|-----|-----|-------|------|
| NOTICIAS EN TEMPO REAL            | 120 | 74% | 42  | 26% | 162   | 100% |
| CONOCER GENTE NUEVA               | 45  | 28% | 117 | 72% | 162   | 100% |
| DIVERSIÓN                         | 32  | 20% | 130 | 80% | 162   | 100% |
| COMPARTIR GUSTOS                  | 19  | 12% | 143 | 88% | 162   | 100% |
| RENCONTRARSE CON VIEJAS AMISTADES | 59  | 36% | 103 | 64% | 162   | 100% |
| ESTUDIO                           | 22  | 14% | 140 | 86% | 162   | 100% |
| NO RESPONDE                       | 12  | 7%  | 150 | 93% | 162   | 100% |

Fuente. Esta investigación

La tabla 18 Muestra las ventajas que el joven estudiante identifico a la hora de responder a este ÍTEMS: el 74% encuentra como la mayor ventaja de las Redes Sociales el hecho de enterarse de noticias en tiempo real, debido a que desde el perfil la opción inicio permite enterarte de las ultimas noticias del momento, temas de actualidad, y sobre todo las actualizaciones e invitaciones que han realizado tus contactos y los grupos a los que perteneces.

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), desarrollan cada vez nuevos medios de comunicación que a la vez producen nuevos medios mediáticos. Esto por ejemplo lo producido en las redes sociales de internet que posibilitan el intercambio mediático de información esto para referirnos a enterarse de los eventos en tiempo real.

Respecto a lo anterior Claudia Benassini, investigadora mexicana opina que estos ambientes mediáticos tienen dos importantes características: *"la primera es que los nuevos medios son nuevos ambientes; esto es por lo que los medios son los mensajes...la segunda característica es que los ambientes realmente totales y saturados son invisibles. Los que percibimos son fragmentarios e insignificantes comparados con los que no vemos. No obstante, los ambientes creados por las nuevas tecnologías resultan invisibles mientras hacen visibles los nuevos ambientes"*<sup>58</sup>.

Siguiendo el orden de importancia en las ventajas escogidas por los jóvenes estudiantes usuarios de las redes sociales, se continua con un calificativo del 36% el encontrarse con amigos, seguido de un 28% el de conocer gente nueva estas dos ventajas se relacionan porque ambas apuntan al nivel de sociabilidad en las redes sociales, resaltando la importancia de estos sitios, en el sentido de que las redes ayudan a construir lazos sociales y relaciones con personas que comparten los mismos intereses, preocupaciones y necesidades, esta ventaja permite comentar que el uso de las Redes Sociales esta posibilitando que personas que son aisladas se integren, haciendo que exista una combinación entre pluralidad y comunidad porque las opciones que brinda las Redes Sociales permite seleccionar temas, grupos, pasatiempos... que se ajustan a las necesidades y gustos del usuario.

Para sustentar esta información el Autor Neil Postman dice que: *"detrás de cada tecnología existe una filosofía. Hay un cambio en todos los paradigmas de la vida social. No solo como un medio de comunicación, sino también como una forma de vida en la que los individuos construyen una identidad y, en torno de esta, una nueva forma de vivir y relacionarse con los demás. Con internet se amplía la socialización"*<sup>59</sup>.

Otra ventaja es que estos espacios propician tiempos para la lúdica y esparcimiento este ítem identificado como la diversión vista como ventaja tiene un nivel de importancia del 20% de los estudiantes que consideraron que la red social FACEBOOK que es la preferida por los jóvenes, contiene varias opciones y aplicaciones para pasar el tiempo y entretenerse, como son: test en los que el usuario descubre su personalidad, estados de ánimo, temas académicos, juegos interactivos, videos, música, el chat, el actualizar el perfil, el hecho de mirar el perfil de otros y opinar, el pertenecer a un grupo y hacerte fans entre otros permiten que el usuario halle diversión en este tipo de actividades.

---

<sup>58</sup> BENASSINI, Claudia. El Proyecto Facebook y la posuniversidad ¿Y si las nuevas tecnologías no fueran la respuesta?. Buenos Aires Argentina. Ariel, S.A.,2010 p. 131.

<sup>59</sup> COBO, Cristóbal. El Proyecto Facebook y la posuniversidad. ¿Y si las nuevas tecnologías no fueran la respuesta? Buenos Aires Argentina. Ariel, S.A.,2010 p. 160.

El 14% tomo como ventaja que su red social, sirve para realizar actividades de estudio, otro punto positivo calificado con 12% que encuentran los jóvenes en las Redes Sociales es que en estos sitios se encuentran contactos que comparten intereses y gustos, lo cual posibilita espacios de socialización y participación social. Por último tan solo el 7% de los jóvenes estudiantes no identificaron ventajas o no opinaron sobre ellas.

## 12.2 DESVENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES

El identificar las desventajas de las Redes Sociales es importante para este trabajo investigativo debido a que todo sitio o lugar que se crea o se realiza, debe ser evaluado o medido, para destacar lo bueno y lo malo. Para explicar este punto es considerable valerse de aportes del Sociólogo, estadounidense Neil Postman (1931 - 2003):

*“La tecnología da y la tecnología quita. Esto significa que para toda ventaja que una nueva tecnología ofrece, siempre hay una desventaja correspondiente. La desventaja puede exceder en importancia a la ventaja, o la ventaja bien puede ser el merito del precio”<sup>60</sup>.*

**Tabla 21. Desventajas de las Redes Sociales**

| DESVENTAJAS                        | SI  | %   | NO  | %   | TOTAL | %    |
|------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-------|------|
| Delincuencia                       | 111 | 69% | 51  | 31% | 162   | 100% |
| Peligro por citas ciegas           | 74  | 46% | 88  | 54% | 162   | 100% |
| Cometer delitos con las fotos      | 23  | 14% | 139 | 86% | 162   | 100% |
| Distractores, tiempo               | 26  | 16% | 136 | 84% | 162   | 100% |
| Falta de contacto en el mundo real | 18  | 11% | 144 | 89% | 162   | 100% |
| Pornografía                        | 7   | 4%  | 155 | 96% | 162   | 100% |
| Privacidad                         | 30  | 19% | 132 | 81% | 162   | 100% |
| No responde                        | 7   | 4%  | 155 | 96% | 162   | 100% |

Fuente. Esta investigación

La anterior Tabla permite encontrar las desventajas que el joven estudiante identifico en el uso y al pertenecer a una red social: La delincuencia esta en el 69%, este calificativo es alto puesto que el uso indebido de las Redes Sociales y

<sup>60</sup> Ibíd., p. 73.

la mucha información suministrada en el perfil es expuesta y puede ser utilizada para actos delictivos. En las noticias hoy en día encontramos casos de secuestros, extorción, amenazas, robos y muerte. Es este el motivo que la población encuestada manifiesta como una gran desventaja que se encuentra en las redes.

Según sondeos realizados por la Unidad de Atención a Delitos Tecnológicos, se ha constatado que el 90% de los alumnos de secundaria cuentan con acceso a Internet, la mayoría desde sus propios hogares y sin ningún tipo de supervisión paterna o filtros cibernéticos, hoy en día se maneja la protección de datos en las redes sociales, en las maneras de bloquear la información a quienes tienen acceso a ellas, hablando de cualquier tipo de red social, no de ninguna en particular, ya que todas podrían brindar información que podría ser utilizada, por eso hay que vigilar a qué páginas se entra o con quién se platica para evitar algún riesgo<sup>61</sup>.

La anterior publicación indica una gran problemática que el uso sin restricción está causando en las redes sociales, de ahí que es importante el papel educativo por parte de los establecimientos educativos y de los padres en cuanto al uso de estos sitios virtuales.

El 46% de la población encuentra una gran desventaja de la red social, el peligro de citas a ciegas, que está relacionada al conocer y aceptar a gente desconocida en el perfil, porque al contactarte con alguien por este medio virtual hace que las relaciones se tornen peligrosas debido a que el medio virtual no debe ser comparado con el contacto cara a cara donde las relaciones pueden permitir el espacio de observar y comprobar si la persona con quien se está entablando una relación es confiable o no lo es.

Para referirse a la desventaja señalada como citas a ciegas, es oportuno referirnos a Matilde Matuk, quien afirma que lo mejor al acudir a una cita a ciegas es: *“presentarse con seguridad y dar sólo los datos generales para evitar una mala experiencia”*<sup>62</sup>.

*“Realmente muchas veces estos sitios sí ayudan a formar parejas. Es un método eficiente, ya que ayuda a conocer a chicos o chicas más allá de nuestros círculos sociales que, conforme cumplimos años, se van haciendo cada vez más*

---

<sup>61</sup> ODETTE, Daniela. La delincuencia en las redes sociales. [En línea]. Disponible en internet: <http://www.institutovalladolid.mx/gacetasecundaria/> [Este sitio fue publicado el 1 de Marzo de 2012].

<sup>62</sup> ODETTE, Daniela. El misterio de las citas a ciegas [En línea]. Disponible en internet: <http://www.publimetro.com.mx/noticias/a/> [Este sitio fue publicado el 13 de Febrero de 2011].

*Pequeños. Lo anterior reduce las posibilidades de encontrar a alguien nuevo en nuestro camino”<sup>63</sup>.*

De acuerdo con lo mencionado anteriormente “las citas a ciegas” permiten conocer gente que este fuera de nuestro círculo de conocidos, a demás como se cita anteriormente es verdad que si no ampliamos nuestro círculo de amistades es posible que cada vez más se reduzca las posibilidades de encontrar alguien nuevo en nuestro camino, pero debido a la gran inseguridad encontrada en estos tiempos es debido estar atenta e informado y no ser presa fácil de actos que atenten contra la integridad y la vida de las personas que ingenuamente usan estos sitios para encontrar “amigos”.

El cometer delitos con tus fotos el 14% cree que esta es otra desventaja porque las imágenes que se suben en este entorno son expuestas a cualquier uso o modificación; por lo que una precaución a tener en cuenta en este punto es que se debe ser muy selectivo a la hora de elegir a quien se va a aceptar en el perfil, no vaya ser que por incauto se tome posesión de las fotos que se publiquen y por tanto, sea presa fácil de suplantación de tu identidad.

El 11% de la población atribuye como desventaja que las relaciones que se están realizando en este medio permiten que el contacto físico esté siendo remplazado por el contacto con una pantalla de computador. El 4% de la población encuestada piensa que la pornografía es una desventaja frente al uso de estos servicios.

Las desventajas que se ven plasmadas en estos últimos ítems, son una problemática que se halla como consecuencia de los grandes avances tecnológicos que a pesar de que estos nos han traído grandes despliegues de beneficios, han sido también causante de las desventajas descritas anteriormente. Las soluciones frente a estos temas por parte de los desarrolladores como FACEBOOK, son el de crear normas y restricciones ante el uso de estos sitios en cuanto a la privacidad de sus usuarios. Sin embargo es el usuario el que debe ser educado frente al uso de este servicio para saber que subir o no subir a su perfil, el control frente a esto depende en gran parte de quien decide pertenecer a estos sitios ya que lo que se muestre es en parte responsabilidad del usuario.

El 19% de la población que aplico la encuesta indica que las Redes Sociales disminuyen el estado de privacidad de sus usuarios. Esto es cierto si la información que se introduce a la red social no está configurada en el modo de privacidad de la información, por eso es necesario que antes de hacer parte de un sitio como estos se opte por leer las políticas de uso del servicio y ante todo permita que solo contactos confiables sean parte de los miembros que hagan parte de su información.

---

<sup>63</sup> Ibíd.

*“Las redes sociales hoy representan un complejo ambiente comunicativo que impone enormes retos a legisladores, educadores, padres de familia. Legislar en internet no es sencillo. Educar siempre es mejor. Para atenuar los efectos negativos del uso indebido de las redes sociales, debemos apostar decididamente a la alfabetización digital de nuestra sociedad”<sup>64</sup>.*

Lo expuesto anteriormente permite reflexionar acerca del papel que debemos jugar hoy, porque no es solo el hecho de saber utilizar una herramienta, sino el de saber hacer buen uso de ella. Por esto es necesario conocer acerca de estos nuevos temas que surgen con las tecnologías de la información y la comunicación las TIC, para así poder ser portadores de la información y además contribuir a la educación frente a estas.

**VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES:** Las posibilidades de comunicación que muestran las Redes Sociales son inmensas gracias a la Web 2.0 nos dan la posibilidad de ser los creadores de nuestro entorno virtual. Ejemplo FACEBOOK es una red virtual que brinda su plataforma para que seamos nosotros los usuarios, los encargados de llenar este espacio y permitir diversidad de contenidos, además de los ya existentes; por tal razón es importante que la información que se suministre en este sitio no sea vulnerada. Para que esto no suceda es importante tener en cuenta las ventajas y desventajas que en estos sitios existen:

Las ventajas que proporcionan las Redes Sociales son numerosas y su atractivo esencial radica en la participación e interacción que existe, además de que esta socialización se realice en tiempo real. Se pasa de unas relaciones verticales a unas relaciones horizontales esto quiere decir que en los sitios virtuales no existe distinción de ningún tipo, todos estamos al mismo nivel. Cualquiera puede convertirse en emisor y productor sus propios contenidos. Permitiendo de esta manera acceder a contactos de todo tipo y posición geográfica, ser anunciadores, participar en foros, eventos, estar de acuerdo o en desacuerdo de ideales o posturas de cualquier índole. Otra ventaja que permite las Redes Sociales es que posibilita un espacio propicio para ejecutar acciones de todo tipo, entre ellos están participar en eventos, hacer parte de un grupo social específico, anunciarte como profesional, entablar temas académicos, como también posibilitan los espacios para el ocio y la diversión, donde se puede crear y desarrollar hobbies, participar en juegos, test, eventos en fin la plataforma cada vez se está actualizando a la medida de las necesidades del usuario.

---

<sup>64</sup> OCTAVIO y AMAIA, Op. cit., p. 160.

### 13. CONCLUSIONES

A lo largo de esta investigación, se desarrolló los objetivos del estudio acordados, para esto fue necesario recurrir a todo tipo de información encontrada en documentos, revistas, videos, información hallada en la Internet, etc. Que hiciera referencia al estudio de las redes sociales virtuales. Para el proceso siguiente y para concretar la investigación se aplicó la encuesta tipo censo, a los estudiantes de los grados noveno y decimo del colegio Liceo de la Universidad de Nariño del periodo lectivo 2009-2010, quienes brindaron la información pertinente para dar solución a los objetivos propuestos en este estudio; que en primera medida apuntan a definir que es una red social de Internet a través de la red Facebook, esto se logró a partir de la identificación de los usos que dan los usuarios a la redes sociales, de esta manera se lograron despejar los objetivos específicos que brindaron resolver que intereses o necesidades, tiempo empleado, ventajas, desventajas y con este ultima se logro captar unos de los riesgos que el uso de estas redes puede traer si no son utilizadas de una manera adecuada.

Esta investigación permitió reconocer que las redes sociales de internet deben su existencia y por ende su popularidad, a la aparición de la web 2.0 o también podría llamarse Web social, que es una herramienta dinámica que hace posible la interactividad, la participación, y el intercambio veloz de información y colaboración entre los cibernautas o usuarios de internet, de una manera eficaz y accesible.

La tarea de identificar los usos que tiene las redes sociales de internet permitió conocer que existen diferentes usos y aplicaciones que se pueden realizar en estos lugares, dependiendo de los gustos y motivaciones que manifiesten la participación o colaboración de los usuarios.

Para esta investigación se tomo a la red social facebook la cual goza de una gran cantidad de usuarios, podría decirse que no solo de nativos digitales es decir adolescentes y jóvenes sino también de inmigrantes digitales, personas adultas que gracias a la plataforma con fáciles opciones de uso, han logrado captar este tipo de población, que además a través de esta red, se está alfabetizando en el uso de estos servicios debido a la convergencia de conocimientos obtenidos en este mismo sitio, que como se ha dicho en el transcurrir de esta investigación, las redes se han convertido en el lugar preciso de encuentro de: comunicación , cooperación y comunidad. Donde es posible encontrar afinidades comunes que facilitan actividades de diferentes tipos: lúdicas, deportivas, culturales, empresariales o laborales, y por ultimo como se ha señalado en algún aparte de esta investigación “proyecto facebook”; que están posibilitando la educación sin muro y sobretodo donde los aportes que se encuentran en estos espacios son convergentes de estudiantes hacia profesores lo que está revolucionando la forma de aprender.

Las redes sociales de internet es considerada en el presente como un potente medio tecnológico de comunicación, ya que es un generador de ambientes de encuentro de otros medios de comunicación como son: la TV, la Radio, el teléfono... debido a que hoy; por ejemplo: la palabra facebook es conocida y nombrada en las calles por los usuarios, la TV, la radio, la prensa, como un portavoz de información entre el presentador y el televidente, entre el emisor y el receptor, entre el candidato y el votante, entre el famoso y su fans etc. Lo que antes era casi imposible de hacerse las redes sociales virtuales lo hicieron posible, al punto de que hoy existen dispositivos especialmente diseñados para que estas redes virtuales funcionen correctamente en los diferentes aparatos electrónicos y digitales hechos para estos tipos de comunicación virtual. Todo esto con el fin de que la noticia, el evento, el documental, en fin toda clase de participación social que puede ser mediado por las redes sociales virtuales se haga posible y con más sorpresa aun sea de manera mediática.

Lo interesante de este asunto es que para poder pertenecer a una red social es requisito indispensable, tener correo electrónico, puesto que este, es la dirección de donde los creadores de las redes sociales tienen el control que permite tocar la puerta para que tú entres a tú red, con el fin de mostrarte las ultimas actualizaciones, mensajes, fotos, publicaciones... que han realizado tus contactos y que además posiblemente estés etiquetado en más de uno de los perfiles de tus contactos.

Lo anterior nos lleva a reflexionar de que tan seguros sean estos sitios, y que tanto puede tú privacidad e intimidad ser vulnerada, si en estos lugares dejas a la luz algo tan importante como es la dirección del correo electrónico, que viene siendo tú dirección de domicilio en la red virtual.

Internet abre una gran puerta de servicios y espacios para que tú explores y hagas uso de ellos, sin embargo la clave está en lo que haces público en este espacio, debido a que la libertad es lo que abunda en la Web. Lo importante es saber seleccionar el contenido de lo que ves y de lo que haces ver, puesto que si no controlas tú información en el perfil, se puede estar expuesto a una serie de acontecimientos en los que tú integridad, privacidad y seguridad puedan ser pieza fácil de manos criminales, que pueden desde suplantar tu identidad, intimidarte por lo que has subido a la red, o realizar cualquier daño en el que puede estar en riesgo hasta tu propia vida.

El tiempo es un factor oportuno de ser señalado en estos sitios. Ya que a pesar de que las redes son efectivas para posibilitar una serie de acontecimientos sociales, las redes sociales no lo son todo, ni abarcan todo. Hay que tener claro que si no existe control y educación frente al tiempo y a su utilización dedicada en estos sitios, puede ser causante de adicción y por ende toda adicción merece ser atendida antes de que al no, atenderse a tiempo, se termine siendo absorbido por

estos espacios y más aun generando otro tipo de problemáticas sociológicas; psicológicas y afectivas que terminen con el aislamiento del mundo real.

Por último a lo largo de este trabajo investigativo se ha venido señalando ¿que son?, ¿para que sirven?, sus utilidades, los intereses y motivos que mueven el pertenecer a la redes sociales virtuales y por último los beneficios y perjuicios que este tipo de sitios pueden acarrear. Frente a esto, lo indispensable esta, en el papel que juega la educación como tradicionalmente se ha venido diciendo: “la educación viene de casa”; por tal motivo la tarea indispensable de los padres no es solo dar el instrumento, sino el saber ¿qué es? y cómo debe ser utilizado, para poder controlar lo que hacen sus hijos, y crear cultura frente a su uso. En segundo lugar es importante que los establecimientos educativos y sobretudo sus educadores estén al tanto de lo “nuevo”, con el fin de hacer frente a la alfabetización en estos temas.

## BIBLIOGRAFÍA

AVENDAÑO, Virginia. *"El poder tiene miedo de Internet"*, entrevista a Manuel Castells. En: El diario El País. Madrid. (16, ene., 2008); pagina y letra de la hoja.

CASTELLS, Manuel. La galaxia en Internet. Barcelona: Plaza y Janes Editores, S. A., 2001. 303 p.

\_\_\_\_\_. La era de la información. Economía, sociedad y cultura: la sociedad Red. España: Alianza Editorial, 1998. 590 p.

COLUMNISTA: FACEBOOK y la publicidad: mitos y realidades. Barcelona: Masts, 1991.

FISCHER, Hervé. Discurso de presidente de la FIAM, en ocasión del almuerzo de inauguración del Encuentro de mayo 2002 del Mercado Multimedia de las Américas organizado por el Consejo Quebequense para América Latina. Montreal, 7 de mayo de 2002.

GARCÍA, José Carlos. Redes Sociales: ser o no ser. En: Revista ENTER 2.0. Bogotá. Vol. 105 No. (20, septiembre, 2007); 34 p.

GIL, Jorge y SCHMIDT, Samuel. Análisis de la estructura sociológica generada desde las redes en Internet. México: s.n., 2002. 300 p.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Compendio. Tesis y otros trabajos de grado. Bogotá: INCONTEC, 2002. 80 p.

ECHEVERRÍA, J. Interpretación de la virtualidad. El conocimiento mediado por espacios de interacción social. Bogotá: s.n., 2003. 180 p.

ORTIZ, O. Andrés. Fundamentos de la investigación social y pedagógica. Bogotá: Unam, 2001. 350 p.

PEÑA, Luis S. El impacto social de las Redes Sociales creadas por Internet Bogotá: Universidad Nacional, 2001. 250 p.

TORRES, A. Enfoques Cualitativos y Participativos en Investigación Social. Santa Fe de Bogotá: UNAD. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, 1988.

## NETGRAFIA

FACEBOOK alcanza los 400 millones de usuarios. [Online].Buenos Aires. . [Este sitio fue publicado el 2 de diciembre de 2009]. Axel Marazzi. Disponible en <http://alt1040.com/>.

FERNANDEZ BURGUEÑO, Pablo. Clasificación de Redes Sociales. España. [En línea] Disponible en Internet: [http:// www.pabloburgueno.com](http://www.pabloburgueno.com)\_[Este sitio fue publicado el 2 de marzo de 2009].

Las Redes Sociales satisfacen necesidades básicas. En la universidad de panamá facultad de comunicación social. Departamento de estructura la estudiante Juliana V. de Alsola Fuente: Disponible en: < [http:// www.pabloburgueno.com](http://www.pabloburgueno.com) /2009/03/ clasificación -de-redes-sociales/. Citado el 22/3/2009.

MARAZZI, Axel. FACEBOOK alcanza los 350 millones de usuarios. Buenos Aires. [En línea] Disponible en Internet: <http://alt1040.com/> [Este sitio fue publicado el 2 de Diciembre de 2009].

MARTÍNEZ, Eduardo. Internet refuerza los lazos sociales. Madrid, España. [En línea]. Disponible en Internet: [http://www.tendencias21.net/Internet-refuerza-los-lazos-sociales\\_a876.html](http://www.tendencias21.net/Internet-refuerza-los-lazos-sociales_a876.html). [Este sitio fue publicado el 12 de febrero de 2006].

MORALES G, Oscar. Un millón de voces contra las FARC. Bogotá. (Colombia). [En línea] Disponible en Internet: <http://oscarmoralesg.wordpress.com/about/> [este sitio fue publicado el 25 de noviembre de 2008].

ORTIZ, Gustavo. Redes Sociales instrumentos metodológicos. [En línea]. España. Disponible en Internet: <http://www.docstoc.com/> [Este sitio fue publicado el 10 de Septiembre de 2008].

TEORÍA DE LOS SEIS GRADOS DE SEPARACIÓN ¿Leyenda Urbana o Realidad Científica? Buenos Aires. [En línea]. Disponible en Internet: <http://expandiendolaconciencia.blogspot.com/>\_[Este sitio fue publicado 11 de diciembre de 2009].

UN MILLÓN DE VOCES CONTRA LAS FARC. [Online].Bogotá. (Colombia). [Este sitio fue publicado el 25 de noviembre de 2008]. MORALES G. Oscar. Disponible en: <http://oscarmoralesg.wordpress.com/about/>

VILLAMONTE, Juliana. Las Redes Sociales satisfacen necesidades básicas. Panamá. [En línea] Disponible en Internet: <http://www.slideshare.net/> [Este sitio fue publicado 2 de marzo de 2008].

ZAMORA, Marcelo. Redes Sociales en Internet. Guatemala. [En línea]. Disponible en Internet: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales> [Este sitio fue publicado 1 de noviembre de 2008].

# **ANEXOS**

### Anexo A. Cronograma de actividades

| No. | ACTIVIDADES                                                     | MESES |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|-----|-----------------------------------------------------------------|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
|     |                                                                 | 1     | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 1.  | Acercamiento a la comunidad de estudio, revisión bibliográfica. |       |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| 2.  | Elaboración y presentación del Proyecto de grado.               |       |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| 3.  | Revisiones y correcciones.                                      |       |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| 4.  | Trabajo de campo: aplicación de instrumentos y técnicas         |       |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| 5.  | Sistematización, análisis e interpretación de la información    |       |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| 6.  | Ajuste al informe, elaboración y sustentación del informe final |       |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |

## Anexo B. Operacionalización de variables

| VARIABLE                                                                                                                                                                 | DEFINICION NOMINAL                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | DEFINICION OPERACIONAL                                                                                                                                                                                                                                                                                   | FACTORES DE ANALISIS                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| LOS USOS QUE DAN LOS ESTUDIANTES USUARIOS DE NOVENO Y DECIMO GRADO DEL LICEO DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO A LA RED SOCIAL FACEBOOK DE INTERNET DEL AÑO LECTIVO 2009-2010. | Se refiere al conocimiento que los estudiantes de las TIC, en este trabajo, una de las plataformas que existen en internet, identificando en particular los usos y habilidades que el estudiante usuarios de estos usos de la Web tiene para manejar la variada serie de aplicaciones que tiene la red social Facebook. | Porcentaje de estudiantes que saben que es una red social de internet .Porcentaje de estudiantes que poseen correo electrónico. Porcentaje de estudiantes que hacen uso de las diferentes aplicaciones que tiene la red social Facebook que los estudiantes utilizan para la práctica de esta actividad. | IDENTIFICACION DE LO USOS Y PARCTICAS, TIEMPO, TEMAS DE INTERES, VENTAJAS Y DESVENTAJAS |

| FACTOERES DE ANALISIS | COMPONENTE                                                                                      | ITEMS                                                                                                                        | COLUMNAS | INDICADORES                                                                        |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------------------------------------------------------------------------------------|
| IDENTIFICACION        | Estudiantes encuestados de noveno y decimo grado del Colegio Liceo de la Universidad de Nariño. | GRADO                                                                                                                        | NOVENO   | TOTAL DE ESTUDIANTES ENCUESTADOS POR GRADO CURSADO                                 |
|                       |                                                                                                 |                                                                                                                              | DECIMO   |                                                                                    |
| IDENTIFICACION        | SEXO                                                                                            | SEXO                                                                                                                         | HOMBRE   | PORCENTAJE DE HOMBRES Y MEUJERES ENCESTADOS                                        |
|                       |                                                                                                 |                                                                                                                              | MUJER    |                                                                                    |
| IDENTIFICACION        | Rango de edad de los estudiantes                                                                | EDAD                                                                                                                         | EDAD     | PORCENTAJE DE LA EDAD DE LOS ESTUDIANTES TENIENDO EN CUENTA LOS GRADOS QUE CURSAN. |
| IDENTIFICACION        | Estrato social de los Estudiantes                                                               | ESTRATO                                                                                                                      | ALTO     | PORCENTAJE DEL ESTRATO AL QUE PERTENECEN LOS ESTUDAINTES                           |
|                       |                                                                                                 |                                                                                                                              | MEDIO    |                                                                                    |
|                       |                                                                                                 |                                                                                                                              | BAJO     |                                                                                    |
| IDENTIFICACION        | Correo Electrónico                                                                              | Permite corroborar que el estudiante tiene correo electrónico requisito indispensable para poder pertenecer a una red social | SI       | PORCENTAJE DE ESTUDIANTES QUE POSEEN CORREO ELECTRONICO                            |
|                       |                                                                                                 |                                                                                                                              | NO       |                                                                                    |

| FACTORES DE ANALISIS      | COMPONENTE                                                | ITEMS                                                                                                                                                                                                                                | COLUMNAS                                | INDICADORES                                                                                             |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| USOS Y PRACTICAS          | REDES SOCIALES A LAS QUE PERTENECE                        | Las redes sociales que se tomo para esta investigación son las más usadas en Latinoamérica.                                                                                                                                          | FACEBOOK                                | Porcentaje de las diferentes redes a las que pertenece el estudiante encuestado                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | MY SPACE                                |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | SONICO                                  |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | HI5                                     |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | TWITER                                  |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | OTRA CUAL                               |                                                                                                         |
| USOS Y PRACTICAS          | RED SOCIAL QUE PREFIERE                                   | Red social de internet de predilección para el joven estudiante                                                                                                                                                                      | FACEBOOK                                | Porcentaje de la red social preferida por el joven estudiante encuestado                                |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | MY SPACE                                |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | SONICO                                  |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | HI5                                     |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | TWITER                                  |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | OTRA CUAL                               |                                                                                                         |
| USOS Y PRACTICAS          | USOS DE LAS REDES SOCIALES DE INTERNET                    | Existen cada vez mas redes sociales en la Web, que nacen por las motivaciones, gustos, preferencias, en fin necesidades de los navegantes de la Red. Este ítem responde a los usos más frecuentes de las redes sociales de internet. | a. Escribir y enviar mensajes           | Porcentaje de los usos más frecuentes realizados por los estudiantes en la red social a que pertenecen. |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | b. Saber que están haciendo mis amigos. |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | c. Publicar y ver fotografías.          |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | d. Para conocer gente.                  |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | e. Seguir eventos                       |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | f. Obtener información y noticias       |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | g. Crear o pertenecer a un grupo        |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | h. Hacer planes con mis amigos          |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | i. Para darme a conocer mejor.          |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | j. Reencontrar viejos amigos            |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | k. Como auxiliar académico.             |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | l. No responde?                         |                                                                                                         |
| TIEMPO Y TEMAS DE INTERES | TIEMPO DIARIO EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES DE INTERENT | ITEMS IMPORTANTE PARA SABER EL TIEMPO DE UTILIZACION DIARIO EN LA RED SOCIAL                                                                                                                                                         | a. Menos de 1 hora                      | Porcentaje de uso diario en la red social                                                               |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | b. Entre 1 y 2 horas                    |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | c. Entre 2 y 3 horas                    |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | d. Más de 3 horas                       |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | e. Otra. Cual?                          |                                                                                                         |
| TIEMPO Y TEMAS DE INTERES | TEMAS DE INTERES EN LAS REDES SOCIALES                    | Es necesario conocer cuáles son los temas de interés del joven, al navegar en su red social , esto permite hacer un                                                                                                                  | a. Deportes                             | porcentaje de los temas de interés que escogen los estudiantes en la red social de internet             |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | b. Cultura                              |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | c. Política                             |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | d. Economía.                            |                                                                                                         |
|                           |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                      | e. Temas académicos                     |                                                                                                         |

|  |  |                                                                                                                                                     |                 |  |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--|
|  |  | reconocimiento de las temáticas que maneja en su red y sobretodo identificar cual es el tema que mas prefieren los jóvenes en este entorno virtual. | f. Salud        |  |
|  |  |                                                                                                                                                     | g. Justicia     |  |
|  |  |                                                                                                                                                     | h. Diversión    |  |
|  |  |                                                                                                                                                     | i. Seguridad    |  |
|  |  |                                                                                                                                                     | j. No responde? |  |

| FACTOERES DE ANALISIS  | COMPONENTE                                    | ITEMS                                                                                                                                                                                                                                           | COLUMNAS                    | INDICADORES                                                                                         |
|------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| VENTAJAS Y DESVENTAJAS | VENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES DE INTERNET    | En internet como en la vida real se encuentra ventajas y desventajas en las relaciones interpersonales por esto la necesidad de plantear este ítems Permitió identificar lo bueno y lo malo que se encuentra en las redes sociales de internet. | a. Conocer gente nueva      | Porcentaje de las ventajas que los estudiantes identifican en las redes sociales                    |
|                        |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                 | b. Noticias tiempo real     |                                                                                                     |
|                        |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                 | c. Ocupar el tiempo         |                                                                                                     |
|                        |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                 | d. Compartir gustos         |                                                                                                     |
|                        |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                 | e. Reencuentros amistad     |                                                                                                     |
|                        |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                 | f. Posibilidad económica    |                                                                                                     |
|                        |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                 | g. Diversión                |                                                                                                     |
|                        |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                 | h. Diversión                |                                                                                                     |
|                        |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                 | i. Estudio                  |                                                                                                     |
|                        |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                 | j. No responde?             |                                                                                                     |
| VENTAJAS Y DESVENTAJAS | DESVENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES DE INTERNET |                                                                                                                                                                                                                                                 | a. Delincuencia             | porcentaje de las desventajas que los estudiantes creen estar expuestos, al usar las redes sociales |
|                        |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                 | b. Citas a ciegas           |                                                                                                     |
|                        |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                 | c. Delito en fotos          |                                                                                                     |
|                        |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                 | d. pérdida de tiempo        |                                                                                                     |
|                        |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                 | e. Falta de contacto        |                                                                                                     |
|                        |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                 | f. Pornografía              |                                                                                                     |
|                        |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                 | g. Perdida de la privacidad |                                                                                                     |
|                        |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                 | h. No                       |                                                                                                     |

## Anexo C. Encuesta

### UNIVERSIDAD DE NARIÑO DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA ENCUESTA A ESTUDIANTES

La presente encuesta tiene como propósito identificar y estudiar desde la perspectiva sociológica los usos que dan los usuarios de las Redes Sociales en Internet, tomando como censo poblacional a los estudiantes de noveno y decimo grado del Colegio Liceo de la Universidad de Nariño. De la seriedad de sus respuestas depende la confiabilidad de la investigación.

#### I. ASPECTOS GENERALES

|          |                            |                            |                          |          |                      |                  |                      |
|----------|----------------------------|----------------------------|--------------------------|----------|----------------------|------------------|----------------------|
| 1. SEXO: | <input type="checkbox"/> M | <input type="checkbox"/> F | <input type="checkbox"/> | 2. EDAD: | <input type="text"/> | 3. GRADO ESCOLAR | <input type="text"/> |
|----------|----------------------------|----------------------------|--------------------------|----------|----------------------|------------------|----------------------|

4. Marca con una X, cuál es tu estrato social:

|                                  |                                   |                                  |
|----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> a. ALTO | <input type="checkbox"/> b. MEDIO | <input type="checkbox"/> c. BAJO |
| <input type="text"/>             | <input type="text"/>              | <input type="text"/>             |

5. ¿Tiene correo?:

|                             |                             |                          |
|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> SI | <input type="checkbox"/> NO | <input type="checkbox"/> |
|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------|

7. ¿A qué Redes Sociales perteneces?

|                                      |                                 |                                      |                                    |                                     |                                         |                                     |
|--------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> a. Facebook | <input type="checkbox"/> b. Hi5 | <input type="checkbox"/> c. My Space | <input type="checkbox"/> d. Sónico | <input type="checkbox"/> e. Twitter | <input type="checkbox"/> f. Otra. Cual? | <input type="checkbox"/> g. Ninguna |
| <input type="text"/>                 | <input type="text"/>            | <input type="text"/>                 | <input type="text"/>               | <input type="text"/>                | <input type="text"/>                    | <input type="text"/>                |

8. De las opciones anteriores, ¿cuál es la red más importante para usted?, justifique su respuesta.

9. ¿Para qué usas las Redes Sociales de Internet?. Marca con una X los usos más frecuentes.

|                                                                  |                                                           |
|------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> a. Escribir y enviar mensajes           | <input type="checkbox"/> g. Crear o pertenecer a un grupo |
| <input type="checkbox"/> b. Saber que están haciendo mis amigos. | <input type="checkbox"/> h. Hacer planes con mis amigos   |
| <input type="checkbox"/> c. Publicar y ver fotografías.          | <input type="checkbox"/> i. Para darme a conocer mejor.   |
| <input type="checkbox"/> d. Para conocer gente.                  | <input type="checkbox"/> j. Reencontrar viejos amigos     |
| <input type="checkbox"/> e. Seguir eventos                       | <input type="checkbox"/> k. Como auxiliar académico.      |
| <input type="checkbox"/> f. Obtener información y noticias       | <input type="checkbox"/> l. No responde?                  |

10. ¿Cuál de los anteriores usos lo consideras más importante y porque?

#### III. TIEMPO Y TEMAS DE INTERÉS

11. ¿Cuánto tiempo usas al día para navegar en tu red social? Marca con una X la opción escogida.

|                                               |                                               |                                         |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> a. Menos de 1 hora   | <input type="checkbox"/> c. Entre 2 y 3 horas | <input type="checkbox"/> e. Otra. Cual? |
| <input type="checkbox"/> b. Entre 1 y 2 horas | <input type="checkbox"/> d. Más de 3 horas    | <input type="text"/>                    |

12. ¿ Cuando navegas en una red social, ¿cuál de los siguientes temas te interesan más?. Selecciona una o más respuestas

|                     |  |
|---------------------|--|
| a. Deportes         |  |
| b. Cultura          |  |
| c. Política         |  |
| d. Economía.        |  |
| e. Temas académicos |  |

|                 |  |
|-----------------|--|
| f. Salud        |  |
| g. Justicia     |  |
| h. Diversión    |  |
| i. Seguridad    |  |
| j. No responde? |  |

#### IV. VENTAJAS Y DESVENTAJAS

13. ¿Qué ventajas encuentras en las Redes Sociales de Internet? Marca con una X todas las que aplican.

|                         |  |
|-------------------------|--|
| a. Conocer gente nueva  |  |
| b. Noticias tiempo real |  |
| c. Ocupar el tiempo     |  |
| d. Compartir gustos     |  |
| e. Reencuentros amistad |  |

|                          |  |
|--------------------------|--|
| f. Posibilidad económica |  |
| g. Diversión             |  |
| h. Diversión             |  |
| i. Estudio               |  |
| j. No responde?          |  |

14. ¿Qué desventajas encuentras en las Redes Sociales de Internet? Marca con una X todas las que aplican?

|                      |  |
|----------------------|--|
| a. Delincuencia      |  |
| b. Citas a ciegas    |  |
| c. Delito en fotos   |  |
| d. pérdida de tiempo |  |
| e. Falta de contacto |  |

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| f. Pornografía              |  |
| g. Perdida de la privacidad |  |
| h. No responde?             |  |
|                             |  |
|                             |  |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN  
RESPONSABLE LIZZETH CÓRDOBA