



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACION SOCIAL**  
**PRESENCIAL**



**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL:**

**TEMA:**

**LAS REDES SOCIALES Y SU IMPACTO EN LA COMUNICACIÓN**  
**EFFECTIVA EN EL BARRIO SANTA MARTHA DEL CANTÓN BUENA FE, AÑO**  
**2019.**

**AUTORA:**

**DARIANA ALEXANDRA CARRIEL VELÈZ**

**TUTOR:**

**LCDO. ELISEO EFRAIN TORO TOLOZA MSc.**

**QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR**

**2020**

## ÍNDICE GENERAL

### Contenido

ÍNDICE DE TABLAS .....	6
ÍNDICE DE GRÀFICOS .....	6
RESUMEN .....	7
ABSTRAC.....	8
INTRODUCCIÓN.....	9
CAPITULO I.- EL PROBLEMA.....	11
DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	11
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN .....	11
1.2. MARCO CONTEXTUAL.....	11
1.2.1. Contexto Internacional .....	11
1.2.2. Contexto Nacional .....	14
1.2.3. Contexto Local.....	15
1.2.4. Contexto Institucional .....	15
1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA .....	16
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.4.1. Problema General o Básico.....	17
1.4.2. Sub-problemas o Derivados.....	18
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	18
1.6. JUSTIFICACIÓN.....	19
1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN .....	20
1.7.1. Objetivo general .....	20
1.7.2. Objetivos específicos .....	20
CAPITULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL .....	21
2.1. MARCO TEÓRICO.....	21
2.1.1. Marco conceptual.....	21
Origen de las Redes Sociales .....	23
Tipos de redes sociales.....	23
Características de las Redes Sociales.....	25

Rango .....	25
Centralidad.....	25
Roles.....	26
Elementos de las redes sociales .....	27
Actores .....	27
Relaciones .....	28
Límites de la red .....	28
Influencia de las redes sociales .....	28
<b>Redes Sociales</b> .....	29
¿Qué son las redes sociales? .....	29
Cuando surgieron.....	29
Redes sociales y Social Media .....	30
Puntos positivos de las redes sociales.....	31
Cuáles son los tipos de redes sociales .....	32
Red social de relaciones .....	32
Red social de entretenimiento .....	33
Red social profesional .....	33
Red social de nicho.....	33
Las redes sociales más usadas en Latinoamérica .....	34
Conoce las redes sociales más usadas en Latinoamérica. ....	34
Facebook .....	34
Instagram .....	35
LinkedIn.....	36
Twitter.....	36
WhatsApp .....	37
Facebook Messenger .....	37
YouTube .....	38
Snapchat .....	38
Google+ .....	39
Pinterest.....	39
Que es comunicación efectiva.....	40
Elementos de la comunicación efectiva .....	40
• Emisor .....	40

• Receptor.....	40
• Canal y Código.....	41
• Mensaje.....	41
• Referente .....	41
• Situación.....	41
• Ruido .....	41
Las 7 técnicas de comunicación eficaz que necesitas.....	41
Técnicas de comunicación eficaz en 7 claves .....	42
Activar la escucha activa .....	42
Parafrasear al otro .....	42
Las expresiones de refuerzo.....	43
El problema no son las personas .....	43
No dejar pasar los temas.....	43
Evitar los reproches pasados.....	44
Ser breve, conciso y directo .....	44
2.1.2. Marco referencial sobre la problemática de la investigación .....	45
2.1.2.1. Antecedentes investigativos.....	45
Redes sociales .....	45
Los medios digitales .....	45
2.1.3. Comunicación efectiva .....	48
2.1.3.1. Categoría de análisis.....	49
Categoría de análisis – 1 : Redes Sociales.....	49
Categoría de análisis – 2 : comunicación efectiva .....	49
2.2. HIPOTESIS .....	51
2.2.1. Hipotesis general .....	51
2.2.2. Sub hipótesis o derivados.....	52
2.3. Variables.....	52
2.3.1. Variable dependiente .....	52
2.3.2. Variable independiente .....	52
CAPITULO III .....	53
3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	53
3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas .....	53
3.2. CONCLUSIONES GENERALES Y ESPECIFICAS .....	68

3.2.1. Especificas .....	68
3.2.2. General .....	68
3.3. RECOMENDACIONES GENERALES Y ESPECIFICAS .....	69
3.3.1. Especificas .....	69
3.3.2. General .....	69
Introducción de la Guía de Orientación.....	75
Objetivos de la guía de orientación .....	76
Rango .....	78
Centralidad.....	78
Roles.....	79
3.1. CRONOGRAMA.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Bibliografía .....	1

## ÍNDICE DE TABLAS

Población .....	53
Tabla 2 Conoce usted que son las redes sociales .....	54
Tabla 3 Utiliza usted alguna red social .....	55
Tabla 4 redes sociales que más utiliza.....	56
Tabla 5 las redes sociales influyen en la comunicación efectiva .....	57
Tabla 6 Qué uso le da a las redes sociales? .....	59
Tabla 7 ha descuidado su entorno por causa de las redes sociales.....	61
Tabla 8 el uso de las redes sociales modifica los hábitos del ser humano.....	62
Tabla 9 Desde qué dispositivos accede usted a las redes sociales .....	63
Tabla 10 pertinente la creación de una guía de orientación sobre el uso de las redes sociales para una efectividad comunicacional.....	64
Tabla 11 tiempo utilizas las redes sociales al día.....	66

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Tabla 1 Población .....	53
Tabla 2 Conoce usted que son las redes sociales .....	54
Tabla 3 Utiliza usted alguna red social .....	55
Tabla 4 redes sociales que más utiliza.....	56
Tabla 5 las redes sociales influyen en la comunicación efectiva .....	57
Tabla 6 Qué uso le da a las redes sociales? .....	59
Tabla 7 ha descuidado su entorno por causa de las redes sociales.....	61
Tabla 8 el uso de las redes sociales modifica los hábitos del ser humano.....	62
Tabla 9 Desde qué dispositivos accede usted a las redes sociales .....	63
Tabla 10 pertinente la creación de una guía de orientación sobre el uso de las redes sociales para una efectividad comunicacional.....	64
Tabla 11 tiempo utilizas las redes sociales al día.....	66

## **RESUMEN**

Durante el proceso de investigación se evidenciaron muchas apreciaciones sobre el uso y aplicación de las redes sociales las mismas que en su mayoría utilizan Facebook WhatsApp Instagram entre otras en menor proporción; esto genera una preocupación debido a que los habitantes de este sector tienen una característica muy particular que radica en la deficiente comunicación efectiva resultado de la investigación, y para luego plantear una propuesta con el objetivo de mejorar en ese ámbito.

En el sector mencionado se generó un gran impacto de las redes sociales debido a que están al alcance de todos sin embargo es necesario que se continúen a partir de la propuesta la ejecución de guía de orientación de manera paulatina entre los habitantes del sector cuando realicen una reunión en algún evento masivo.

La evolución de los de la tecnología ha motivado la utilización masiva de las redes sociales ha ocurrido que los habitantes descuiden otros entornos sean familiares laborales y culturales provocando desinterés de relacionarse entre ellos y generar alteraciones en sus hábitos siguiendo un patrón o tendencia y aprovechar estas herramientas digitales y utilizar las técnicas de expresión oral y escrita para el desarrollo de los procesos de la comunicación, debido al acercamiento de la realidad aumentada con la que los habitantes del sector Santa Martha utilizan.

**Palabras claves:** Redes Plataformas Virtuales Comunicación Efectiva

## **ABSTRAC**

During the investigation process many appreciations were evidenced on the use and application of social networks, the same ones that mainly use Facebook WhatsApp Instagram, among others in a smaller proportion; This generates concern because the inhabitants of this sector have a very particular characteristic that lies in the lack of effective communication resulting from the investigation, and then they propose a proposal with the objective of improving in that area.

In the mentioned sector a great impact of the social networks was generated because they are available to all, however, it is necessary that the execution of the guidance guide be continued gradually among the inhabitants of the sector when they hold a meeting in some massive event.

The evolution of those of technology has motivated the massive use of social networks. It has happened that the inhabitants neglect other family, work and cultural environments that cause disinterest in relating to each other and generate alterations in their habits following a pattern or tendency and take advantage of these digital tools and use the techniques of oral and written expression for the development of communication processes, due to the augmented reality approach with which the inhabitants of the Santa Martha sector use.

Keywords: Networks Virtual platforms Effective communication



## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, en medio del aumento insuperable del uso de las redes sociales y la relación con la comunicación efectiva ha evolucionado la sociedad en un espacio y tiempo globalizado, esto ha permitido que no solo los hábitos de las personas cambien, enfatizando en el desarrollo de las emociones que se tiene a la hora de dar y recibir una información.

Comentado [DCV1]: Hablar en tercera persona

Replanteando mi pensamiento al plano social, se pudo constatar que la sociedad atraviesa por una situación que afectada profundamente en las familias de los cantones y ciudades. Por ello, se tuvo una revalorización en la relación que tiene las redes sociales en la comunicación efectiva; la misma que se vio influenciada por múltiples factores mediante su desarrollo.

A lo largo de la experiencia, se observó que en el sector barrial dan prioridad a la comunicación efectiva entre ellos y la gran demanda que existe de redes sociales esto permitió que los moradores se convirtieran en usuarios. Además, las redes sociales están diseñadas para todos aún cuando tienen reglas, por ello, su enfoque está diseñado en términos generales y cada vez se actualizan las distintas plataformas como Facebook, Whatsapp, Instagram entre otras redes sociales.

En la presente investigación se obtuvo información del impacto causa las redes sociales en la comunicación efectiva en el Sector Santa Martha del Cantón Buena Fe con el propósito de mejorar la comunicación y a la vez llegar a aportar otros principios.

En los siguientes párrafos se hablará de lo que se encontrará en los próximos capítulos.

Capítulo I.- En esta sección se detalla la idea que se tiene de la investigación, se contextualiza de manera intencional, nacional local e institucional. Además también se explicará la situación problemática, problema general, subproblemas o derivados, delimitación de investigación, justificación, objetivo general y sus correspondientes específicos.

Capitulo II .- En el presente capitulo se indagara información de las dos variables del tema de investigación ,asi mismo de la situación problemática y sucesos relacionados con el mismo

Capitulo III .- Se desarrolla el análisis y resultado de las encuestas además de la interpretación de la misma y de esta manera continuar con la propuesta de investigación.

Capitulo IV.- Se plantea la propuesta de solución con la finalidad de aportar con una guía de orientaciòn en la que se logre la efectividad comunicacional en el sector involucrado de esta investigación.

## **CAPITULO I.- EL PROBLEMA**

### **DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN**

Las redes sociales y su impacto en la comunicación efectiva en el Barrio Santa Martha del cantón Buena Fe, año 2019.

#### **1.2. MARCO CONTEXTUAL**

##### **1.2.1. Contexto Internacional**

En el avance que ha tenido la era del internet han desarrollado tendencias que se convirtieron en nuevas formas de comunicarse, tanto fue el crecimiento de estos medios que en la actualidad a parte de servir para crear negocios sino también son considerados medios básicos de comunicación, basándonos en los datos obtenidos cuando Facebook aún los proporcionaba (esa época ya pasó), se sabe que en 2009 los usuarios de Facebook dedicaron a este sitio web 500.000 millones de minutos al mes, y no se trata únicamente de amistad o comunicación interpersonal, sino de hacer cosas con otras personas, de compartir, de actuar en colaboración, lo mismo que en una sociedad, solo que aquí la dimensión personal siempre está presente.

De hecho, en Estados Unidos un 38% de los adultos comparte contenidos, el 21% remezcla, el 14% escribe un blog, y la tendencia crece exponencialmente con el desarrollo de tecnologías, software e iniciativas empresariales en las redes sociales. En 2009 el usuario medio de Facebook estaba conectado a 60 páginas, grupos y eventos y la gente interactuaba con 160 millones de objetos (páginas, grupos y eventos) al mes. (Castells, 2013)

El usuario medio creaba 70 contenidos al mes, y cada mes se compartían 25.000 millones de contenidos (enlaces web, nuevas historias, entradas de blog, notas o fotos). Las redes sociales son espacios vivos que conectan todas las dimensiones de la experiencia personal. Esto transforma la cultura, porque la gente comparte experiencias con un bajo coste emocional, ahorrando energía y esfuerzos. Trascienden el tiempo y el espacio mientras siguen generando contenidos, creando enlaces y conectándose. Es un mundo constantemente interconectado en todas las dimensiones de la experiencia humana. Las personas evolucionan juntas en permanente y múltiple interacción. Pero cada cual elige las condiciones de dicha coevolución (Castells, 2013).

Acorde a lo mencionado solo se ejemplariza una red social que es Facebook, compañía que en la actualidad es dueña de muchas otras redes sociales que ocupan el ocio de las personas con sus ventanas interactivas y es que las redes sociales se encuentran en todo el mundo, no se puede dudar de esto ya que se sabe que el primer país que obtuvo una red social fue Estados Unidos con la denominada red social "Six Degrees". En la actualidad se puede manifestar que existen otros continentes con el mismo nivel de aceptación si de redes sociales se trata, por ello hemos apreciado un sin número de casos relacionados con las redes sociales. Las redes sociales han tenido una gran aceptación mundialmente, su uso ha trascendido desde comunicación entre usuarios, fuentes de información mediante noticias, incluso se utilizan como medios para las ventas de productos y servicios de grandes, medianas y pequeñas empresas.

El uso de las redes sociales se extiende por todos los rincones del mundo. Para comprobar su penetración a nivel global, Pew Research ha estudiado estas plataformas en su estudio *Global digital communications: texting, social networking popular worldwide*. La firma analista ofrece datos sobre el uso de las redes sociales en una serie de países, comparado con la utilización de Internet y el total de la población. Entre los elegidos que más usan estas plataformas son Israel, con un 53% y Estados Unidos con un 50%. (TICbeat, 2011).

El 81% de los pequeños y medianos negocios utilizan algún tipo de plataforma social. Los usuarios de internet tiene de media 7.6 millones de redes sociales. Los usuarios de redes sociales crecieron en 121 millones entre el segundo trimestres de 2017 y el tercer trimestre del mismo año. Eso se supone que hay un nuvo usuario de redes sociales cada 15 segundos. Facebook Messenger y Whatsapp gestionan 60 mil millones de mensajes cada dia (Smith, 2019).

La información presentada ayuda a corroborar que en la actualidad las personas crean perfiles personales y también para sus negocios, el rápido crecimiento del comercio electrónico ha abierto grandes oportunidades de expansión con las compras online, posibilitando a los vendedores y compradores realizar transacciones comerciales solo con estos canales y ya no con el contacto físico necesariamente.

La comunicación efectiva es aquella en la que el emisor y el receptor codifican un mensaje en forma equivalente. Así, el mensaje es transmitido de forma exitosa: el receptor comprende el significado y la intención del mensaje emitido. (Concepto.de, 2019)

Para lograr que la comunicación resulte efectiva es muy importante que el emisor sepa con claridad qué es lo que quiere transmitir y que esté al tanto de las cualidades de la persona o personas a las que se lo quiera enviar para así formular el mensaje de la forma más acertada posible. (Concepto.de, 2019)

En la comunicación efectiva, el emisor debe ser –o al menos parecer– creíble para quienes reciben el mensaje. Para esto, la clave es demostrar que entiende, que es una voz autorizada sobre lo que se está comunicando. A la vez, debe transmitirlo de la mejor forma posible, con conceptos claros y precisos, para que no haya malentendidos ni interpretaciones erróneas. (Concepto.de, 2019)

Para que fluya una comunicación y esta sea eficaz donde exista retroalimentacion en la misma es necesario que convergan los elementos de la comunicación desde sus genesis hasta lograr todos los procesos y de tal manera que esa eficacia se logre y determinar en adelante la consecucion de la comunicación efectiva. Lo basico de un la comunicación efectiva es que el emisor logre transmitir el mensaje con la claridad que, para el efecto debe estar libre de

barreras tanto físicas, fisiológicas, además que no exista ningún tipo de interferencia que no permita o no se de una comunicación adecuada, óptima y efectiva.

### **1.2.2. Contexto Nacional**

Ecuador es uno de los países que ha ido poco a poco acostumbrándose al uso de las redes sociales y a relacionarlas en la comunicación, en nuestro país escuelas, colegios e universidades cuentan con sus redes en donde publican información relevante de los últimos sucesos en sus instituciones, siendo expuestas también a nivel mundial.

En lo social se han desarrollado medios de comunicación digitales en Facebook, Instagram, Youtube ganando seguidores y sacándole provecho a esto; ya que suelen contactar por ese medio a empresas privadas que pagan para que sus negocios o emprendimientos sean publicados mediante estas redes incluso suelen pagar mediante canje (regalan sus productos o lo que quieran vender a cambio de que estos sean publicados en las páginas).

En la actualidad se le llama INFLUENCERS a las personas que utilizan sus redes para influenciar a quienes los siguen, a utilizar cualquier producto, visitar algún lugar que te ofrezca algún servicio en donde es recomendable. Esto se ha convertido en un empleo para ellos en donde su principal elemento para tener su sueldo es el internet y el usar las redes sociales.

El informe Digital 2019, creado por la plataforma de gestión de redes sociales Hootsuite y la agencia de marketing digital We Are Social señala que 13,5 millones de personas están conectadas a internet en Ecuador. Y que 11 millones acceden a sus redes sociales mediante el uso de teléfonos móviles. Las cifras fueron recogidas de 230 países del mundo, entre ellos el nuestro. (Ponce, 2018)

Las redes sociales brindan diversas oportunidades para el consumidor y a su vez logran un acercamiento por medio de la comunicación, la existencia de mucha información en la web hace que las personas no decifren los mensajes de una manera clara y precisa, por ello el mensaje queda en el limbo, debido a que los emisores no son claros con la información, o a su

vez el mensaje no es comprendido de la manera correcta por que el receptor solo entiende lo que se manifiesta, y las aproximaciones a lo versado en otras palabras la descontextualización del mensaje, ocasionando una comunicación no efectiva, no comprensible.

### **1.2.3. Contexto Local**

En la provincia de los Rios, específicamente en el cantón Buena Fe transmiten noticias a través de los medios de comunicación radial, televisiva y escrita, los medios han optado por crear cuentas en las redes sociales para llegar masivamente a la ciudadanía y tener mas cobertura sobre todo de manera inmediata; hablar del cantón Buena Fe en temas de medios de comunicación digitales con exactitud, existe desconocimiento o a su vez no hay medios; pero si existen programas de televisión que utilizan Facebook live para llegar a mas audiencia e interactuar mediante transmisión en vivo como por ejemplo canal 4 Buenavisión con su programa Conectados Tv donde transmite temas de variedades para toda la familia en horarios de fin de Semana. Estas alternativas de comunicación se reflejan en nuestro Cantón Buena Fe.

Estos programas también manifiestan información a toda la población, desplazando medios de comunicación a nivel cantonal. Así mismo periodistas han hecho de las redes sociales su principal medio para comunicar a la ciudadanía de los sucesos del acontecer diario, otros han optado por generar emprendimientos con productos comunicacionales. Es notorio que muchas cuentas de Facebook que pertenecen a usuarios con perfil privados y públicos, los utilizan para actividades relacionadas a la comunicación.

### **1.2.4. Contexto Institucional**

La existencia de procesos comunicacionales en el entorno de la comunidad Santa Martha del cantón Buena Fe se han evidenciado en base a ciertas características en los habitantes del mismo, al evaluar cada una de estas características tenemos una muy singular o en especial el uso de redes sociales para difundir eventos de cualquier naturaleza sobre acontecimientos y hechos muy conocidos a través de las redes sociales siendo el protagonistas los denominados youtubers, creando un impacto en la comunidad del sector de Santa Martha. Es importante evaluar esta innovadora plataforma digital que permite una manifestación

amplia de la información que va mas allá de enviar y recibir un mensaje, siendo este el verdadero fin; lo ideneo es que la comunicación llegue a todos los sectores de manera acertada, rápida, objetiva y sobre todo dentro del contexto para en si manifestar que la comunicación llega a sus receptores con efectividad.

### **1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

El Internet ha invadido toda área, se puede manifestar que las redes sociales también forman parte de ello siendo un arma de doble filo, fueron creadas para conectarse entre personas teniendo conversaciones aun cuando se está lejos o hacer nuevos amigos. Buena fe cuenta con locales comerciales en donde ofrecen a la ciudadanía planes de distintas bandas telefónicas promocionando sus paquetes de llamadas y de acceso al internet, en ocasiones los equipos celulares ya vienen con las aplicaciones y redes sociales descargadas. Esto permite un mayor acercamiento al uso de las redes sociales.

El uso excesivo de redes sociales suelen ser malos por esta razón Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram u otras pueden llegar a ser adictivas; ya que al enviar mensajes o recibir información mediante estas se olvidan de la relación que tienes con su entorno en el convivir diario. En ocasiones se pierde la intimidad ya que el mismo hecho de tener gusto por utilizarlas te hace olvidar de tu privacidad y en vez de guardar algo para ti lo publicas para que los demás se enteren utilizándolo en ocasiones de manera no adecuada.

Los adolescentes son los mas expuestos en esta stuación debido a que se dejan llevar fácilmente por la información que se publica en redes sociales o creen que todo es real , por ello no controlan el tiempo a la hora de estar dentro de alguna red social. Esto conlleva también a que se olviden de dedicarles tiempo a sus padres aun cuando son dependientes de ellos y más bien prefieren visitar estos espacios virtuales, perdiendo así la comunicación entre ellos, encerrándose en su mundo, esto también puede conllevar a la depresión en caso extremo debido a que en ocasiones no obtienen lo que quieren ya sea likes, comentarios o que suba el número de amigos en sus redes sociales.

La mas común y accesible para la ciudadanía es Facebook quien se ha convertido en el medio de publicación mas visitado y utilizado. Esto ha llevado a que este medio sea utilizado



para: publicar noticias falsas, difamar a personas, exagerar al publicar una información; producto de este mal uso ha detonado en problemas fuertes en familias, matrimonios siendo llevado a temas legales judiciales.

#### **1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Las redes sociales son elementos muy importantes para el desarrollo de actividades comunicacionales, los mismos que son utilizados por diferentes actores sociales políticos, deportistas escritores en fin un sin numero de personas quienes utilizan este tipo de pataforma o insumo de la tecnología y la informática, el uso de estas plataformas o redes sociales han servido para acortar distancias o espacios para adentrarse en el mundo globalizado de las comunicaciones.

Las redes sociales mas utilizadas en la actualidad son Facebook, Twiter, Instagram, WhatsApp que marcan tendencia por sus caracteristicas y uso que brindan, por lo tanto a nivel general son utilizadas con diferentes fines al igual que en sectores de influencia como el caso del cantón buena fe o en este caso en un sector en especifico como es el barrio santa martha del cantón antes mecionado.

Para la ejecucion d este proyecto investigativo es necesario que duarante el resultado que esta nos brinde para la consecucion de uno de los objetivos que determinen o aclaren las dudas que se conocieron con anterioridad y esto es crear una guía de orientación sobre el uso de las redes sociales que permitan la efectividad comunicacional en los moradores del barrio Santa Martha del cantón Buena Fe

##### **1.4.1. Problema General o Básico**

¿De qué manera impactan las redes sociales en la comunicación efectiva en el barrio Santa Martha del cantón Buena Fe?

#### **1.4.2. Sub-problemas o Derivados**

¿Cómo las redes sociales marcan tendencia con sus características, uso y ejecución de actividades relacionadas con la comunicación efectiva en el Barrio Santa Martha del cantón Buena Fe, año 2019?

¿De qué manera la comunicación efectiva de las redes sociales aporta en los moradores del barrio Santa Martha del cantón Buena Fe?

¿ En que forma una guía de orientación sobre el uso de las redes sociales permitirá la efectividad comunicacional en los moradores del barrio Santa Martha del cantón Buena Fe?

#### **1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

Este proyecto investigativo, se encuentra delimitado de la siguiente manera:

**Delimitador espacial:** El presente trabajo se realizará en el barrio Santa Martha ubicado en la provincia de los Ríos, en el cantón Buena Fe

**Área:** Social

**Campo:** Barrio Santa Martha

**Línea de investigación de la universidad:** Educación y desarrollo social.

**Línea de investigación de la facultad:** Talento humano educación y docencia.

**Línea de investigación de la carrera:** Impacto de los Medios de Comunicación en las masas

**Sub-Línea de investigación:** Comunicación y su relación con grupos humanos: genero, grupos vulnerables e interculturales

**Delimitador temporal:** Esta investigación se efectuará en el mes de diciembre del 2019 e inicios del año 2020

**Delimitador demográfico:** Los beneficiarios directos de la presente investigación serán los moradores del barrio Santa Martha del cantón Buena fe.

## 1.6. JUSTIFICACIÓN

En la presente investigación se pretendió determinar como las redes sociales generan un impacto mas allá de los procesos comunicacionales en lugares de gran transcendencia como es el caso del sector Santa Martha del cantón Buena Fe.

La investigación abordó procesos que permitieron reconocer los diferentes tipos de redes sociales y como estas aportaban en la comunicación afectiva del barrio Santa Martha del cantón Buena Fe, de aquí en adelante se generó un desencadenamiento de procesos comunicacionales utilizando plataformas digitales que es la tendencia en el mundo cibernético.

Los avances tecnológicos en los últimos años han cambiado nuestro mundo de manera vertiginosa, entre los más importantes destacan sobre todo en campos tales como: la comunicación en las familias, en la sociedad esto también influyó en los medios de comunicación digitales, impresos, televisivos; este cambio acelerado representó la manera en la cual se relacionaban favorablemente o desfavorablemente entre personas.

Las redes sociales de un momento a otro han pasado a formar parte de nuestro mundo de manera rápida y con ello la estructura social se ha transformado de manera radical; las comunidades virtuales y la manera en la cual se comunica la sociedad en general ha cambiado por completo, por lo que la virtualidad ha tomado un papel muy importante dentro de esta nueva forma de relacionarse entre las personas.

Actualmente las redes sociales no están siendo utilizadas adecuadamente, esto ha permitido en ocasiones, la generación de incalculables problemas como dañar la reputación de los demás, compartir falsas informaciones y en ocasiones hasta robo de identidad, problemas que se han visto también vinculados en temas políticos, en ocasiones no se permite la aplicación de la ley porque están normadas de acuerdo a sus jurisdicciones.

Son pocas las fuentes que pueden transmitir una información efectiva a través de las redes sociales, entre ellos constan las cuentas oficiales de los medios de comunicación constituidos, es decir, radio, prensa y televisión, puesto que ellos están regulados por una ley de comunicación, que en caso de 'violarla' pueden ser objeto de sanciones administrativas y pecuniarias.

## **1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.7.1. Objetivo general**

Determinar el impacto de las redes sociales en la comunicación efectiva en el barrio Santa Martha del cantón Buena Fe.

### **1.7.2. Objetivos específicos**

Reconocer las redes sociales que marcan tendencia con sus características, uso y ejecución de actividades relacionadas con la comunicación efectiva en el Barrio Santa Martha del cantón Buena Fe, año 2019.

Identificar la importancia de la comunicación efectiva de las redes sociales en los moradores del barrio Santa Martha del cantón Buena Fe.

Crear una guía de orientación sobre el uso de las redes sociales que permitan la efectividad comunicacional en los moradores del barrio Santa Martha del cantón Buena Fe.

## **CAPITULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL**

### **2.1.MARCO TEÓRICO**

#### **2.1.1. Marco conceptual**

Las redes sociales en línea, como LinkedIn, Facebook o Tuenti, son servicios basados en la web que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y en general, mantenerse en contacto.

Estas aplicaciones son la nueva forma en la que se representa nuestra red social, pero también son el modo en el que se construye nuestra identidad on-line y el cauce mediante el que se agrega y comparte nuestra actividad en la red.

A diferencia de lo que ocurría con los viejos soportes físicos, las redes sociales en línea nos permiten conocer y eventualmente acceder a los contactos de nuestros amigos, así como descubrir a personas con intereses, objetivos o gustos afines (Orihuela, 2008).

El concepto de red social se remota a una época muy anterior a Internet e incluso a la aparición de los ordenadores personales donde la optimización del recurso cibernético a sido de gran importancia para la ejecución de diversas actividades, las mismas que permiten avanzar en este acelerado mundo, donde la tecnología provoca cambios sustanciales hasta al punto de lograr una reingeniería de las situaciones.

La existencia de redes sociales en el mundo actual ha permitido que los creadores, patrocinadores de páginas web o plataformas logren tener muchos seguidores con el fin de lograr los objetivos para las cuales fueron creadas, plataformas de orientación académica, transmisión de información individualizadas o corporativas, plataformas que son muy utilizadas como: Facebook, twitter, Instagram, youtube. La vertiginosidad como las redes sociales evolucionan implica que los usuarios se actualicen para un buen desempeño con las actividades a desarrollar. No cabe duda por todo lo expuesto, de que estamos ante uno de los fenómenos tecnológicos más importantes de los últimos años.

Las redes sociales virtuales, que han alcanzado una gran popularidad en estos últimos años, son servicios que permiten a los usuarios construir un perfil público o semipúblico en un entorno de acceso limitado, mostrar una lista de otros usuarios con quienes comparten una conexión y ver y navegar por las conexiones de otras personas del mismo sistema. Aunque es posible hacer nuevos amigos y conexiones en estos servicios, éste no es su propósito principal (al contrario de lo que ocurre con otros portales de encuentros como Match.com). (Fowler, 2010)

En base a lo que manifiesta este autor actualmente las redes sociales virtuales lograron llegar a muchos lugares con el objetivo de dinamizar la comunicación y optimizar este recurso tecnológico para el bien común, logrando que los usuarios conozcan, participen y difundan a través de las redes sociales virtuales su forma de vida, su estatus y la forma como realizan sus actividades públicas, sociales, privadas y hasta empresariales a diferencia de otra red social que permite que sus usuarios conocer a personas mediante citas online para definir encuentros y lograr satisfacción personal.

Podemos definir a las redes sociales como estructuras compuestas por personas conectadas por uno o varios tipos de relaciones (de amistad, de parentesco, de trabajo, ideologías) con intereses comunes. Las redes sociales en Internet tienen mecanismos muy específicos de funcionamiento. Suelen comenzar por invitaciones enviadas por amigos, al suscribirse el usuario diseña su “perfil” con información personal, invita a otros amigos, se tiene la posibilidad de subir fotos, comentar el estado de ánimo de los demás, expresar nuestros propios pensamientos, subir enlaces, interactuar con los conocidos conectados en ese momento, etc. (Islas & Paola, 2013).

La argumentación de ambos autores tienen concordancia y se fijan en el mismo término, es decir explican lo versátiles que pueden llegar hacer las redes sociales al momento de permitirnos exponer nuestros gustos o preferencias mediante fotos, opiniones abiertamente esperando la reacción de nuestros contactos agregados ya sea mediante algún comentario o like.

## Origen de las Redes Sociales

A través de la historia de la humanidad, los seres humanos hemos utilizado diversas formas para comunicarnos, desde la comunicación con señas, hasta la comunicación a distancia por medio de dispositivos tecnológicos avanzados. El primer medio de comunicación considerado moderno, fue la telegrafía seguido rápidamente por la telefonía, la radio, la televisión, la transmisión por cable y satélite, y por supuesto Internet. El desarrollo de estos medios de comunicación, ocurrió en los últimos 150 años, aunque fue durante la última década en que el Internet llegó a su auge. (Deloitte, 2014)

Fue así como surgieron las redes sociales, cuyo “origen se remonta a 1995, cuando Randy Conrads” crea el sitio web classmates.com, con el fin de la gente pudiera recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, universidad” etc. (Deloitte, 2014)

A principios del año 2002 aparecieron los primeros sitios web promocionando las redes círculos de amigos en línea y fue hasta el año siguiente que las redes sociales se hicieron populares con la llegada de sitios tales como “MySpace” y Xing. La popularidad de estos sitios creció rápidamente incitando a que también muchas compañías abrieran un espacio para dar cabida a las redes sociales de Internet. (Deloitte, 2014)

## Tipos de redes sociales

**Redes sociales directas** Son redes sociales directas aquellas cuyos servicios prestados a través de Internet en los que existe una colaboración entre grupos de personas que comparten intereses en común y que, interactuando entre sí en igualdad de condiciones, pueden controlar la información que comparten. Los usuarios de este tipo de redes sociales crean perfiles a través de los cuales gestionan su información personal y la relación con otros usuarios (Annie Ferrari, 2011).

**Redes secundarias informales**, que se caracterizan por estar formadas de las redes primarias cuando un grupo de individuos se unen ante un propósito común que requiere de intervención o satisfacción, para lo cual se organiza una ayuda o servicio, un ejemplo de estas

redes son los grupos de apoyo, los grupos de ayuda, los grupos de padres, etc (Sanicola, 1996).

**Redes secundarias formales**, son aquellas que se constituyen en pro del interés del derecho fundado en la sociedad y en primer lugar del interés de la ciudadanía, estas redes brindan atención o apoyo acorde a las exigencias de sus usuarios, un ejemplo de las mismas son las instituciones educativas (Sanicola, 1996).

(Chadi, 2003) por su parte, distingue tres clases de redes, las primarias, a las cuales considera como el mapa mínimo que incluye todos los individuos con que interactúa una persona; las redes secundarias, las cuales tienen lugar en un contexto más apartado del grupo primario de desarrollo de forma que son externas a la familia y por ello las rige una menor proximidad; y finalmente las redes institucionales, las cuales también integran las secundarias aunque con un carácter plenamente exógeno y formal.

Según (Celaya, 2008) , existen tres clasificaciones principales de redes sociales:

1. Redes profesionales (por ejemplo, LinkedIn, Xing, Viadeo)
2. Redes generalistas (por ejemplo, MySpace, Facebook, Tuenti, Hi5)
3. Redes especializadas (por ejemplo, Ediciona, eBuga, CinemaVIP, 11870)

Las redes sociales profesionales a través de nuestro primer elemento en la Gestión del Conocimiento son parte esencial del fenómeno web 2.0. En ellas los usuarios y las empresas son los protagonistas que permiten dar inicio a los enlaces. Permitiendo el intercambio de información multimedia entre sus miembros como son: fotos, videos, blogs entre otros recursos (Sanchez J. , 2010).

Según (Rafael Aleixandre-Benavent, 2009) En las redes generalistas podemos incluir amigos tanto de la vida personal como profesional, y en ocasiones entremezclamos ambas relaciones, de manera que muchos aspectos personales son difundidos entre todos los miembros de la red de (mil) amigos.



Durante los últimos años, se ha registrado la aparición de redes sociales especializadas en una determinada actividad social o económica, un deporte o una materia. Esto permite satisfacer una necesidad inherente del ser humano de formar parte de grupos con características e intereses comunes, lo cual según la escala de necesidades de Maslow o pirámide de Maslow, obedecería a la necesidad de pertenencia o afiliación (HUTT, 2012).

Es posible que existan otros tipos de redes, aquellas son quienes forman parte de un grupo general y las más visitadas según fuentes confiables.

### **Características de las Redes Sociales**

(Wellman, Garton, & Haythornthwaite, 2000), reconocen como características definitorias de las Redes Sociales, el Rango, la centralidad y los roles.

#### **Rango**

El rango de las Redes Sociales varía según el tamaño y la heterogeneidad de la red. Las grandes redes tienen gran heterogeneidad, sus miembros tienen características sociales diversas, lo que se traduce en una mayor complejidad en la estructura de la red, esto las hace más innovadoras y exitosas en lograr cambios en las estructuras. Las redes pequeñas tienden a ser más homogéneas, generalmente corresponden a grupos con un carácter más conservador, lo que las hace más exitosas en la conservación de recursos existentes. (Wellman, Garton, & Haythornthwaite, 2000)

#### **Centralidad**

La centralidad está definida por las relaciones dentro de una red, así hay quienes serán el centro de la red y quienes estarán en la periferia o aislados dentro de la red. Las investigaciones sobre Redes Sociales han determinado sistemas de medición que permiten establecer la geografía de las relaciones dentro de una red, determinando la distribución de los nodos según el número y la dispersión de las conexiones que establecen, permitiendo definir que nodos son puentes de contacto fundamentales para la existencia de la red, ya sea por ser

sostenedores de ella o por ser nodos de contacto con otros nodos externos. La salida o bloqueo de éstos nodos significa la destrucción de la red. (Wellman, Garton, & Haythornthwaite, 2000)

## **Roles**

Existen diferentes roles tipificados entre los miembros de una red, los que se pueden identificar a partir de los patrones de relaciones establecidos por los miembros de ella. Esto se da tanto en las redes cara a cara, como en las que operan con comunicación mediatizada por computadoras. (Wellman, Garton, & Haythornthwaite, 2000)

Las características de las redes sociales vienen dadas por diferentes autores. Se pueden encontrar diferentes caracterizaciones en este sentido, algunos las dividen en dos: por un lado las características cuantitativas, y por otro las características cualitativas. En palabras de (Camilo Madariaga, 2010)

Densidad: Grado en que se han activado efectivamente los vínculos posibles entre las personas dentro de la red.

Proximidad: Distancia física o número de pasos que una persona tiene que dar para alcanzar a otra.

Rango: Cantidad de contactos directos que tiene una persona dentro de la red.

Tamaño: Número de personas en la red

Homogeneidad: Grado de características similares que tienen los que conforman la red.

Dispersión: Distancia geográfica que separa a los miembros de la red.

Reconsiderando la información planteada por dichos autores se puede deducir que las características de las redes sociales son:

Agrupar a individuos que tienen las mismas preferencias para desarrollar en internet : dedicar tiempo para socializar con los demás, por trabajo o tiempo libre.

Controlan las partes de los datos estadísticos de sus usuarios; correos, fotografías, relaciones amorosas

Permiten compartir imágenes, archivos, subir videos o hacer transmisiones en vivo

Contribuyen a sumar la afluencia a tu sitio web ya que ayudan a producir contenidos a tu página, además de repartir información abiertamente en tus redes sociales.

Permiten la extensión de tu marca, la mayor parte de las redes sociales tienen distintas funciones para empresas o organizaciones, las cuales permiten construir comunidades de marca, difundir de mejor manera sus mensajes.

Aumentan la comunicación entre usuarios. Mejoran sus relaciones con los usuarios y favorecen a la mejora del servicio.

Las ventas suben sobretodo en las empresas pequeñas o emprendimientos que pueden utilizar las herramientas que tienen las redes sociales.

Son instrumentos para realizar un “escucha social” esto permite conocer de una mejor manera a los individuos que tienen sus cuentas.

### **Elementos de las redes sociales**

Según (Aguirre, 2011) Los elementos centrales de las redes sociales son: I) los actores, II) las relaciones entre ellos y III) los límites de la red.

### **Actores**

Los actores de una red están representados por los nodos en el grafo y pueden ser individuos, grupos o instituciones. Bajo un mismo grafo pueden vincularse distintos tipos de actores, logrando dar cuenta, por ejemplo, de las relaciones entre individuos e instituciones. Una de las formas de caracterizar las redes es en base a la naturaleza y cantidad de los conjuntos de actores (sets of actors) involucrados. Así, se diferencian distintos modos (modes) de redes: 1) Redes modo 1 (one-mode networks), en las que se estudia un único conjunto de

actores y las relaciones que los vinculan (los actores pueden ser individuos, grupos o instituciones, pero todos ellos son de la misma “naturaleza”: o Introducción al Análisis de Redes Sociales 20 todos individuos, o todos grupos).

### **Relaciones**

Las relaciones, por su parte, representan una conexión diádica entre un par de actores.

### **Límites de la red**

Los límites de la red, por su parte, son el criterio que determina la pertenencia o membrecía de los actores a la red; denota el cierre social de esa red. El límite de la red debe guardar una estrecha relación lógica con la relación que constituye esa red, ya que es el tipo de relación el que determina qué sujetos participan de ella.

### **Influencia de las redes sociales**

Después de conocer los elementos de las redes sociales; también es importante conocer la influencia de esta con la sociedad y su alcance según autores.

La facilidad de estar en contacto con otras personas de tu barrio, ciudad, o incluso, de otros países ha producido que las redes sociales sean actualmente el boom de Internet. Y era de prever que sucedería, porque se palpaba una necesidad de reunir mensajería, fotos, videos... que antes estaban separados o no llegaban a combinar todos los elementos en un mismo sitio Web para que el usuario pueda tener todas las herramientas en una sola, y es en ese momento cuando aparecen las redes sociales, que surgieron, como observamos, de una necesidad palpable (Fernández, 2010).

Las redes sociales influyen en la sociedad gracias al avance que ha tenido a lo largo de los años, siendo esta fundamental en la comunidad ya sea de manera positiva o negativa dependiendo de la utilidad que se le da, sin embargo gracias al contenido que se difunde a permitido tener un alcance considerado y ganancias a sus creadores, usuarios e medios de comunicación por la expansión de información, creando plazas de trabajos virtuales e incluso

organizando grupos de trabajos cuyo fin principal es enseñar como utilizar o crear dichos perfiles o cuentas; ya sea de forma gratuita o pagando por este servicio.

## **Redes Sociales**

Las Redes Sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos. (Station, 2017)

### **¿Qué son las redes sociales?**

Las redes sociales, en el mundo virtual, son sitios y aplicaciones que operan en niveles diversos – como el profesional, de relación, entre otros – pero siempre permitiendo el intercambio de información entre personas y/o empresas. (Station, 2017)

Cuando hablamos de red social, lo que viene a la mente en primer lugar son sitios como Facebook, Twitter y LinkedIn o aplicaciones como Snapchat e Instagram, típicos de la actualidad. Pero la idea, sin embargo, es mucho más antigua: en la sociología, por ejemplo, el concepto de red social se utiliza para analizar interacciones entre individuos, grupos, organizaciones o hasta sociedades enteras desde el final del siglo XIX. En Internet, las redes sociales han suscitado discusiones como la de falta de privacidad, pero también han servido como medio de convocatoria para manifestaciones públicas en protestas. Estas plataformas crearon, también, una nueva forma de relación entre empresas y clientes, abriendo caminos tanto para la interacción, como para el anuncio de productos o servicios. (Station, 2017)

### **Cuando surgieron**

Fue en la década de 1990, con internet disponible, que la idea de red social emigró también al mundo virtual. El sitio SixDegrees.com, creado en 1997, es considerado por muchos como la primera red social moderna, ya que permitía a los usuarios tener un perfil y agregar a otros participantes en un formato parecido a lo que conocemos hoy. El sitio pionero, que en su auge llegó a tener 3,5 millones de miembros, se cerró en 2001, pero ya no era el único. (Station, 2017)

A principios del milenio, empezaron a surgir páginas dirigidas a la interacción entre usuarios: Friendster, MySpace, Orkut y hi5 son algunos ejemplos de sitios ilustres en el período. Muchas de las redes sociales más populares hoy en día también surgieron en esa época, como LinkedIn y Facebook. (Station, 2017)

Pocas personas imaginaban que las redes sociales tendrían un impacto tan grande como lo poseen hoy. Pero el deseo de conectarse con otras personas desde cualquier lugar del mundo ha hecho que las personas y las organizaciones estén cada vez más inmersas en las redes sociales. (Station, 2017)

No en vano, una encuesta de Hootsuite apunta que, hasta finales de 2016, 2.800 millones de personas usaban redes sociales en el mundo. En este contexto, las empresas también han visto la posibilidad de comunicarse con su público objetivo de forma más intensa, estando presentes en las redes sociales. Para darse una idea, una encuesta de Social Media Trends de 2017 afirma que la mayoría de las empresas tienen uno (31,7%) o dos (31%) profesionales involucrados con redes sociales. (Station, 2017)

### **Redes sociales y Social Media**

Muchas personas creen que las redes sociales y social media son lo mismo y que los términos se pueden utilizar como sinónimos, pero no es cierto. Social media es el uso de tecnologías para hacer interactivo el diálogo entre personas, mientras que red social es una estructura social formada por personas que comparten intereses similares, como ya detallamos en el ítem anterior. (Station, 2017)

El principal propósito de las redes sociales es el de conectar personas. Completas tu perfil en canales de social media e interactúas con las personas con base en los detalles que leen sobre ti. Se puede decir que las redes sociales son una categoría de social media. (Station, 2017)

Social media, a su vez, es un término amplio, que abarca diferentes medios, como videos, blogs y las ya mencionadas redes sociales. Para entender el concepto, se puede mirar lo que comprendíamos como medios antes de la existencia de Internet: radio, TV, periódicos, revistas. Cuando los medios de comunicación estuvieron disponibles en Internet, dejaron de

ser estáticos, pasando a ofrecer la posibilidad de interactuar con otras personas. (Station, 2017)

En el corazón de social media están las relaciones, que son comunes en las redes sociales, por lo que puede generar confusión. Social media son lugares en los que se puede transmitir información a otras personas. (Station, 2017)

Otra manera de diferenciarlas es pensar que las social media ayudan a las personas a unirse a través de la tecnología mientras las redes sociales mejoran esa conexión, ya que las personas sólo se interconectan en redes porque tienen intereses comunes. (Station, 2017)

### **Puntos positivos de las redes sociales**

El uso de redes sociales ha sido absorbido por personas en todo el mundo y hoy ya es parte de la rutina. Esto hizo de esos espacios un lugar donde las marcas y empresas también quisieran estar para interactuar con sus prospectos y clientes, trayendo posibilidades muy positivas, como:

- Compartir la visión de la empresa: las redes sociales son una especie de escaparate de su empresa; en ellas podrás mostrar la visión del negocio, en lo que cree;
- La personalización del mensaje y la interacción directa con el cliente: en las redes sociales, es posible tener una relación mucho más personalizada y directa con cada cliente o posible cliente, ya que puedes entrar en contacto con cada uno, ya sea para resolver problemas o para descubrir nuevas informaciones;
- Posibilidad de segmentación del público: al publicar en redes sociales, es posible segmentar tus posts de acuerdo con las características de la audiencia, dirigiendo tus esfuerzos hacia aquellos rangos del público que poseen más afinidad con tu solución;
- Poder saber más sobre cada uno de tus clientes: las personas comparten sus gustos, deseos y otras informaciones que pueden ser valiosas para las empresas a la hora de acercarse a su público objetivo. Mantente atento a lo que es relevante para tu audiencia para conectarse mejor a ella;
- Posibilidad de vender por estos canales: de la misma forma que es posible relacionarse con el público a través de redes sociales, es también posible utilizarlas para vender tus

productos o servicios, principalmente si abor das aquella audiencia que ya tiene una relación contigo y ya se muestra madura para la compra;

- Crear un entorno controlado por la marca: independientemente de quién es tu público, este va a estar en alguna red social.
- Posibilidad de divulgación para empresas con bajo presupuesto: a diferencia de los medios tradicionales, anunciar en las redes sociales tiene un costo más bajo, además de la ventaja de que en la web es mucho más fácil medir los resultados;
- Información en tiempo real: las redes sociales permiten comunicar mensajes urgentes de la marca en un canal oficial. Esto es muy importante en el caso de la gestión de una crisis, por ejemplo, en el que es necesario que la marca se posicione rápidamente, evitando así que tome mayores proporciones. (Station, 2017)

### **Cuáles son los tipos de redes sociales**

Puedes pensar que las redes sociales son todas iguales, pero no es así. De hecho, por lo general se dividen en diferentes tipos, de acuerdo con el objetivo de los usuarios al crear un perfil. Y una misma red social puede ser de más de un tipo. La clasificación más común es:

- Red social de relaciones
- Red social de entretenimiento
- Red social profesional
- Red social de nicho (Station, 2017)

#### **Red social de relaciones**

Puedes estar pensando: “¿Pero el propósito de las redes sociales no es justamente relacionarse?”. De hecho ese es el objetivo de la mayoría de ellas, pero hay algunas que están especialmente enfocadas en eso. El caso más conocido es Facebook, cuyo propósito, al menos en su concepción, era el de conectar personas. Pero podemos citar innumerables otras redes, que también encajan en los otros tipos, como Instagram, LinkedIn, Twitter, Google+ etc. (Station, 2017)



### **Red social de entretenimiento**

Las redes sociales de entretenimiento son aquellas en las que el objetivo principal no es relacionarse con las personas, sino consumir contenido. El ejemplo más icónico es YouTube, la mayor plataforma de distribución de vídeos del mundo, en la que el objetivo es publicar y ver vídeos. Otro caso es el de Pinterest, en el que las personas publican y consumen imágenes. (Station, 2017)

### **Red social profesional**

Son aquellas en que los usuarios tienen como objetivo crear relaciones profesionales con otros usuarios, divulgar proyectos y conquistas profesionales, presentar su currículum y habilidades, además de conseguir indicaciones, empleos, etc. LinkedIn es la red social profesional más conocida y utilizada, pero hay otras que también vienen conquistando espacio, como Bebee, Bayt, Xing y Viadeo. Adicionalmente, otras redes que no son exclusivamente profesionales también se han utilizado para este fin, como Facebook, Instagram, YouTube, Twitter y Pinterest. (Station, 2017)

### **Red social de nicho**

Las redes sociales de nicho son aquellas dirigidas a un público específico, ya sea una categoría profesional o personas que tienen un interés específico en común. Uno de los casos más emblemáticos es el de TripAdvisor, donde los usuarios atribuyen notas y comentarios a atracciones relacionadas con el sector gastronómico y turístico. Otros casos son DeviantArt o Behance, comunidades en la que artistas visuales promueven sus trabajos. Existe también Goodreads, una red social para lectores, que pueden hacer reseñas de libros y recomendarlos. Estos son sólo algunos de los ejemplos más populares de redes sociales de nicho. El campo es bastante amplio. (Station, 2017)

## **Las redes sociales más usadas en Latinoamérica**

De acuerdo con la investigación Digital in 2017, realizada por We Are Social, hay 2.700 millones de usuarios activos en redes sociales en todo el mundo. En Argentina, por ejemplo, la investigación muestra que 70% de la población accede a redes sociales al menos una vez por mes. Por su parte en México este mismo dato llega a ser el 59%. Otro dato importante de la investigación se refiere al tiempo en promedio diario que se pasa en redes sociales. Argentina y México ocupan el 3er y 4to lugar mundial con un tiempo de 3h32min, estando por detrás solo de Brasil con 3h43min y Filipinas que ocupa el primer lugar con 4h17min por día. (Station, 2017)

### **Conoce las redes sociales más usadas en Latinoamérica.**

Facebook

Instagram

LinkedIn

Twitter

WhatsApp

Facebook Messenger

YouTube

Snapchat

Google+

Pinterest (Station, 2017)

### **Facebook**

Facebook es, de lejos, la red social más popular del planeta. ¿Quién nunca oyó la broma, principalmente para las relaciones, de “si no está en Facebook es porque no es oficial”? Esta es la red social más versátil y completa. Un lugar para generar negocios, conocer gente, relacionarse con amigos, informarse, divertirse, debatir, entre otras cosas. Para

las empresas, es prácticamente imposible no contar con Facebook como aliado en una estrategia de Marketing Digital, ya sea para generar negocios, atraer tráfico o relacionarse con los clientes. (Station, 2017)

- Año de fundación: 2004
- Usuarios en Latinoamérica: 141 millones

Materiales gratuitos sobre Facebook:

- eBook: Introducción al Marketing en Facebook
- eBook: 25 optimizaciones prácticas en Facebook Ads

## **Instagram**

Instagram fue una de las primeras redes sociales exclusivas para acceso móvil. Es cierto que actualmente es posible ver las actualizaciones en desktop, pero el producto está destinado para ser usado en el celular. Es una red social de compartir fotos y vídeos entre usuarios, con la posibilidad de aplicación de filtros. (Station, 2017)

Originalmente, una peculiaridad de Instagram era la limitación de fotos a un formato cuadrado, imitando las fotografías vintage, como las de cámaras Polaroid. En 2012, la aplicación fue adquirida por Facebook por nada menos que mil millones de dólares. Desde su adquisición, la red social ha cambiado bastante y hoy es posible publicar fotos en diferentes proporciones, vídeos, Stories, boomerangs y otros formatos de publicación. (Station, 2017)

- Año de fundación: 2010
- Usuarios en Latinoamérica: 60 millones

Materiales gratuitos sobre Facebook:

- Post: Marketing en Instagram
- Post: Cómo generar Leads con Instagram: 6 pasos básicos que debes seguir
- Post: Instagram for Business: conoce la herramienta de Instagram para negocios (Station, 2017)

## **LinkedIn**

LinkedIn es la mayor red social corporativa del mundo. Se asemeja bastante a las redes de relaciones, pero la diferencia es que su foco son contactos profesionales — es decir, en lugar de amigos, tenemos conexiones, y en lugar de páginas, tenemos empresas. Es utilizado por muchas empresas para reclutamiento de profesionales, para el intercambio de experiencias profesionales en comunidades y otras actividades relacionadas al mundo corporativo. (Station, 2017)

- Año de fundación: 2002
- Usuarios en Latinoamérica: 22,8 millones

### **Materiales gratuitos sobre LinkedIn:**

- eBook: Introducción al Marketing en LinkedIn
- Post: Cómo crear un post en la plataforma de publicación de LinkedIn
- Post: Cómo hacer anuncios en LinkedIn: el paso a paso completo

## **Twitter**

Es cierto que Twitter alcanzó su auge a mediados de 2009 y, desde entonces, está disminuyendo, lo que no quiere decir que todos los públicos dejaron de usar la red social. No es casualidad que la mayoría de los “memes” que explotan en internet generalmente empiezan en 140 caracteres — actualmente ampliado a 280. Hoy, Twitter se utiliza principalmente como una segunda pantalla, en la que los usuarios comentan y debaten lo que están viendo en la televisión, publicando comentarios sobre noticias, *reality shows*, juegos de fútbol y otros programas. (Station, 2017)

- Año de fundación: 2006
- Usuarios en el mundo: 319 millones

### **Materiales gratuitos sobre Twitter:**

- Post: 7 motivos por los que vale la pena usar Twitter como herramienta de marketing
- Post: 9 consejos para generar más tráfico con Twitter (Station, 2017)

### **WhatsApp**

WhatsApp es la red social de mensajería instantánea más popular. Prácticamente toda la población que tiene un smartphone tiene también el WhatsApp instalado. En 2017, también entró en la moda de los Stories e implementó la funcionalidad, que fue bautizada como “WhatsApp Status”. (Station, 2017)

- Año de fundación: 2009
- Usuarios en el mundo 1.200 millones (Station, 2017)

### **Facebook Messenger**

Messenger es la herramienta de mensajería instantánea de Facebook. Fue incorporada a Facebook en 2011 y separada de la plataforma en 2016. Con la “separación”, la descarga de la aplicación Messenger se ha vuelto prácticamente obligatoria para usuarios de la red social vía smartphones, ya que ya no es posible responder mensajes por la aplicación de Facebook. Además de una aplicación de mensajería, Messenger también tiene una función “Stories” exclusiva. Para las empresas, tiene algunas características interesantes, como bots y respuestas inteligentes. (Station, 2017)

- Año de fundación: 2011
- Usuarios en el mundo: 1.200 millones (Station, 2017)

## **YouTube**

YouTube es la principal red social de videos online de la actualidad, con más de 1.000 millones de usuarios activos y más de 500 millones de vídeos visualizados diariamente. Fue fundado en 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim. El éxito rotundo hizo que la plataforma fuera adquirida por Google al año siguiente, en 2006, por 165 mil millones de dólares. (Station, 2017)

- Año de fundación: 2005
- Usuarios en el mundo: +1.000 millones (Station, 2017)

Tip para tu empresa:

- Post: Cómo crear un canal en YouTube: el tutorial completo
- Post: Cómo preparar una transmisión en YouTube Live
- Post: Cómo anunciar en Google y YouTube: tutorial completo (Station, 2017)

## **Snapchat**

Snapchat es una aplicación para compartir fotos, vídeos y texto para dispositivos móviles. Se consideró el símbolo de la posmodernidad por su propuesta de contenidos efímeros conocidos como snaps, que son eliminados unas pocas horas después de la publicación y sólo podrían ser visualizados por los usuarios por el tiempo determinado por el autor. La red lanzó el concepto de “stories” – despertando el interés de Mark Zuckerberg, CEO de Facebook, que varias veces intentó adquirir la empresa pero no obtuvo éxito. Así, el CEO lanzó la funcionalidad en las redes que ya habían sido absorbidas, creando los competidores Whatsapp Status, Facebook Stories e Instagram Stories. (Station, 2017)

A pesar de no ser una red social de nicho, tiene un público bien específico formado por adolescentes hiperconectados.

- Año de fundación: 2011
- Usuarios en el mundo: 160 millones

Tip para tu empresa: Es posible crear filtros con imágenes basados en geolocalización, lo que es una gran opción para atraer a los usuarios en eventos. (Station, 2017)

## **Google+**

La red social de Google acabó no popularizándose como era planeado. Por la propuesta que tiene, acabó compitiendo directamente a Facebook. Es difícil encontrar una empresa que tenga más posicionamiento o que genere más tráfico a partir del Google+ que de Facebook, por ejemplo. En los últimos años, ha estado tratando de reinventarse para conquistar más usuarios, haciendo una serie de actualizaciones. La última fue en enero de 2017. (Station, 2017)

- Año de fundación: 2011
- Usuarios en el mundo: 300 millones (Station, 2017)

## **Pinterest**

Pinterest es una red social de fotos que trae el concepto de “mural de referencias”. Ahí es posible crear carpetas para guardar tus inspiraciones y subir imágenes, así como colocar links hacia URL externas. Los temas más populares son moda, maquillaje, bodas, gastronomía y arquitectura, también como hazlo tú mismo, gadgets, viajes y design. Su público es mayoritariamente femenino en todo el mundo. (Station, 2017)

- Año de fundación: 2010
- Usuarios en el mundo: +100 millones

Tips para tu empresa: No es necesario crear carpetas con contenido propio. Selecciona imágenes que tengan el alma de tu marca, ayuden en la construcción de ella y puedan ser una puerta de entrada para que el usuario llegue hasta ti. También es posible crear pins patrocinados que aparecen con más relevancia en el feed de los usuarios. (Station, 2017)

## **Que es comunicación efectiva**

Podemos decir que la comunicación efectiva es cuando el Hablante y destinatario decifran un mensaje correspondiente, de esta manera el mensaje llega de una manera correcta es decir el destinatario entiende el anuncio y el proposito de el. El carácter de la comunicación esta abiertamente conectada con la manera en que se quiere estar conectados con los demás.

Según (Gonzales C. , 2013) las ideas son inmateriales, por lo tanto tienen que materializarse de alguna forma. Logrando esto por medio de símbolos. En consecuencia, conocemos a la comunicación como intercambio de símbolos representantes de una información o ideas.

Cuando la comunicación humana transmite ideas, nos ubicamos en el campo intelectual, cumpliéndola idea refiriéndonos a que el receptor captó de forma correcta el mensaje logramos una comunicación efectiva.

Para lograr su efectividad tenemos que tener en cuenta que el emisor conozca aquello que va a transmitir y que tenga al tanto las cualidades de la o las personas con las que quiere comunicarse de la manera más acertada teniendo como prioridad ser claro y evitar erróneas interpretaciones.

## **Elementos de la comunicación efectiva**

- **Emisor**

Este puede ser una fuente informal o formal. Es el iniciador de la comunicación, expresan (Schiffman & Kanuk, 2005)

- **Receptor**

(Gonzales & Míguez, 2006) Describen al receptor como el interventor en el proceso recibiendo lo transmitido.



- **Canal y Código**

(Gonzales & Míguez, 2006) Manifiestan que el canal es la vía por la cual se transmite el mensaje, como por ejemplo, el habla, el papel, el teléfono, etc.

Siendo el código el sistema de signos con normas de uso por ejemplo, los idiomas, los pictogramas, las banderas, etc.

- **Mensaje**

Agrupación de signos o símbolos que forman una conversación, siendo este el contenido de una idea o comunicación, la eficacia de este depende de su estructura aparte de su contenido. (Kothler, 2009)

- **Referente**

(García & Forest, 2011) Se refieren al referente como un elemento del mensaje o situación y a la vez sucesos que hacen parte del mismo.

- **Situación**

Refiriéndose al contexto en el cual se encuentra transmitiendo el emisor su mensaje o en el cual se encuentre el receptor recibiendo. Infiere también la condición en la que se formule o interprete. (Acción – Consecuencia) (Arcos & Carlos, 2009)

- **Ruido**

Siendo para (Echeverry, 2018) este un sonido confuso o inarticulado, es el que afecta o interfiere en la comunicación, interviniendo a que esta se realice de forma efectiva.

### **Las 7 técnicas de comunicación eficaz que necesitas**

Comunicar efectivamente parece la cosa más simple del mundo. Sin embargo, si lo fuese, nadie estudiaría comunicación. Y estas asignaturas no forman parte solo de las carreras del propio ramo, sino que se convierten en una metodología imprescindible para los departamentos de dirección y management de cualquier empresa. Etimológicamente,

comunicar procede del latín *communicare*, que puede ser traducido como compartir, conectar o contagiar. Esto es una buena base para comprender la importancia del concepto en una organización. Sin embargo, pasar de la teoría a la práctica no siempre resulta sencillo. Por eso queremos detallarte las 7 técnicas de comunicación eficaz que necesitas. (Management, 2017)

### **Técnicas de comunicación eficaz en 7 claves**

#### **Activar la escucha activa**

Comunicarse no es hablar. Hablar es solo una parte esencial de la acción de comunicar. Para que haya comunicación eficaz, debe existir un intercambio recíproco del mensaje. Así que es tan importante lo que decimos como entender el mensaje del otro interlocutor. Y cuando se habla de “entender” se hace referencia a un esfuerzo consciente por comprender qué quiere decir con sus palabras. Incluso ir un poco más allá: ¿cuáles son sus objetivos? ¿Qué sentimientos está expresando?. Hay que ponerse en el lugar del otro. Esa es la premisa base a considerar en las técnicas de comunicación eficaz. Sin no la tienes, no hay comunicación. Habría dos monólogos que no se cruzan entre sí. Lo que se busca es un diálogo. (Management, 2017)

#### **Parafrasear al otro**

Entre las técnicas de comunicación eficaz basadas en la comprensión del otro existe una realmente interesante para sobreponerse al «ruido» que puede interferir en la buena comprensión. Parafrasear a la otra persona resulta un ejercicio práctico que realmente funciona. No se trata de repetir como un loro. Se trata de sintetizar lo que el otro ha dicho con tus propias palabras utilizando expresiones como: “Si no he entendido mal...”, “Lo que quieres decir...”, etc. Así comprobarás sin romper el diálogo si existe o no coincidencia. (Management, 2017)

Una cita de Pierre Rataud, autor del libro Preguntas que te hacen vender explica a la perfección la importancia que tiene parafrasear para lograr una comunicación eficaz:

«Yo sé que usted cree comprender lo que piensa que yo he dicho, pero no sé si se da cuenta de que lo que usted ha oído no es lo que yo quería decir».

### **Las expresiones de refuerzo**

¿Has mantenido la escucha activa durante todo el tiempo que duran tus conversaciones? Si crees que sí, aunque el tema sea realmente interesante, te equivocas. Durante cualquier diálogo se producen picos de atención. A mitad del mensaje, casi sin darnos cuenta, prestamos mucha menos atención que al inicio. Es por eso que es importante el uso de expresiones de refuerzo para una comunicación eficaz. ¿Cómo se hace esto? Por ejemplo, utilizando interjecciones o expresiones como: “Bien”, “Ok”, “Ajá”, “¡No me digas!”...

Eso sí, la clave de esta técnica de comunicación eficaz está en usarlas con moderación. Solo serán correctas si con ellas se evita que la otra persona sienta que ha sido interrumpida.

### **El problema no son las personas**

En el ámbito empresarial se exige en muchas ocasiones que las técnicas de comunicación eficaz sean capaces de transmitir los fallos que se cometen. ¿Cómo hacer esto evitando que el otro se sienta dolido o se moleste? ¿Cómo conseguimos que nuestro mensaje no pierda el sentido sin dejar de ser asertivos? Puede parecer algo imposible, pero la clave está en enfocarlo todo hacia las acciones, hacia el problema en sí mismo, olvidándose de las personas. La clave está en cambiar el “Ser” por el “Hacer”. “Este informe tendría que estar ya terminado” es mucho mejor que “Mira que eres ineficaz”. Atribuir etiquetas funciona como refuerzo de la actitud. Al utilizarlas como calificativos personales negativos solo se consigue arraigar esa conducta en la persona. (Management, 2017)

### **No dejar pasar los temas**

Aunque esto también ocurre en el ámbito personal, es importante que seas capaz de evitar temas controvertidos solo porque temes las respuestas o resultados dentro del mundo laboral. Acumular los problemas sin razón solo conseguirá una cosa: hacerte estallar. Esto implicará que la comunicación eficaz desaparezca. Todas tus reacciones, en una situación semejante, serán exageradas provocando una sorpresa enorme en la persona con la que te comunicas. Ella no se lo espera e interpretará como desproporcionada tu actitud creándose una imagen que no coincide con tu realidad. Así es cómo se rompe el equilibrio. (Management, 2017)

¿Qué puedes hacer para evitarlo? Fomentar la buena comunicación. Esto es, afrontar los temas, especialmente los negativos en el mismo instante en el que se presentan. Aunque se trate de detalles o fallos nimios, se conseguirá evitar los efectos negativos de la acumulación. (Management, 2017)

### **Evitar los reproches pasados**

Los trapos sucios se lavan en casa. Y la empresa no es el hogar, aunque se pasen muchas horas en ella. Esto hay que grabarlo en la piel y recordarlo día a día. Todos los días se plantean nuevos retos, y muchos de ellos se llevan a cabo con personas con las que ya se trabajó. Sacar errores anteriores e insistir en problemas que no quedaron resueltos es apostar por una técnica de comunicación muy poco eficaz. ¿Qué se consigue? Solamente romper el hilo de comunicación y entendimiento haciendo que la otra persona también se ponga a la defensiva. Se entra pues en una espiral del «y tú más». (Management, 2017)

Se debe recordar que el objetivo de la técnica de comunicación eficaz es buscar una solución ante un problema. Nunca será el de buscar culpables o víctimas. Mucho menos hechos de los que quizá una de las partes ni se acuerde. Y si se acuerda, no tienen relevancia ninguna para lo que te ocupa actualmente. (Management, 2017)

### **Ser breve, conciso y directo**

En el ámbito empresarial hay que buscar la brevedad. Pero esa brevedad debe a la vez ser concisa y directa. Quizás en otros aspectos de tu vida sí que puedas apostar por explayarte, pero no en este caso. De lo contrario, tus interlocutores pueden acabar interpretando que les haces perder el tiempo. Lógicamente, esto no resultará en absoluto eficaz sino más bien lo contrario. Puede que te encuentres en situaciones tan absurdas como que algunos compañeros huyan de ti cada vez que tienen ocasión. La clave está en expresar tus planteamientos de la forma más breve, concisa y directa posible, de modo que el fondo del mensaje no quede diluido por informaciones irrelevantes. (Management, 2017)

## **2.1.2. Marco referencial sobre la problemática de la investigación**

### **2.1.2.1. Antecedentes investigativos**

#### **Redes sociales**

#### **Los medios digitales**

Según María Toledo Sevillano en su investigación **Medios Digitales y su impacto en la comunicación de los adolescentes de la Cooperativa Salvador Allende, parroquia San Cristóbal, Cantón Quevedo, año 2019**. Manifiesta que: Los medios digitales han generado un cambio en la sociedad, ya que gracias al avance tecnológico, miles de usuarios tienen la facilidad de realizar una comunicación veraz e inmediata a través de las diversas plataformas digitales, destacando que, son un medio de comunicación que facilita el factor comunicativo a nivel global, por las grandes herramientas y características que proporciona cada plataforma virtual dentro del ámbito comunicativo, convirtiéndose en un aliado estratégico para difundir sus contenidos, desarrollando un impacto en la información de diversos formatos como: audio, video, texto y fotografía, teniendo en cuenta que las nuevas tecnologías de la información y comunicación potenciaron cambios enlazándolo en la era digital. (Toledo, 2019)

Los medios digitales han repercutido mucho en la sociedad, en la cual se ven inmersos los adolescentes además de ello se ha logrado constatar que muchos de los jóvenes no tienen pleno conocimiento sobre las diferentes directrices que genera el medio comunicacional digital. La falta de información en la Cooperativa Salvador Allende sobre cómo utilizar los medios digitales para mantenerse informados ha generado controversia alguna en su factor comunicacional lo que ha prescindido a desarrollar la guía informativa de tal manera sirva como apoyo didáctico para los adolescentes, y así mejoré su comunicación integrado a las diversas plataformas multimedia que generan en la actualidad los medios digitales integrados a la globalización. (Toledo, 2019)

Los medios digitales son herramientas necesarias para desarrollar actividades de comunicación efectiva, los medios digitales están presentes en las diferentes plataformas para el uso adecuado con el fin de mejorar procesos comunicacionales en la nueva era tecnológica,

en los diferentes formatos estipulados, toda vez que en la comunidad donde se realizó la investigación se obtuvo el resultado que los jóvenes manejan con bajo criterio los medios digitales como herramientas o plataformas digitales que son muy usadas por los involucrados de la investigación.

Según Viviana Mejía Zambrano en su investigación **análisis de la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los colegios del cantón yaguachi**, manifiesta que: las redes sociales son sitios de internet que permiten a las personas comunicarse con sus amigos, compartir gustos, intereses, crear comunidades, realizar videos llamadas, entre otras. En el año 2002 comenzaron aparecer los primeros sitios Web las cuales promocionaban la integración a nuevos círculos de amigos o a su vez hacer contactos con antiguos amigos. La popularidad de estas redes creció rápidamente y a su vez se fueron incorporando cada vez más sitios sociales en internet. El uso que las personas le dan a las redes sociales es prácticamente a diario sea por trabajo, juegos, ocio o por conversar. análisis de la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los colegios del cantón yaguachi (ZAMBRANO, 2015).

Concuerdo con la opinión de esta autora ya que la existencia de las redes sociales a permitido ganar espacio en la formación de los jóvenes estudiantes por ende la educación ha tenido cambios rigurosos con el pasar el tiempo debido a estas plataformas virtuales. Aquel tema de investigación tiene concordancia con el que estoy realizando debido a que las redes sociales causan no solo un impacto sino también son influyentes en los jóvenes que están aun en la etapa de la secundaria y esta conlleva a tener un bajo rendimiento académico por el uso a diario que se les da. Es importante manifestar que el dar charlas a los estudiantes les servirá para que puedan utilizarlas de la manera correcta y tener resultados positivos en sus estudios.

Es impresionante lo influyente que pueden ser las redes sociales en el sistema académico de los jóvenes, a pesar de los pro que estas tengan; por ello se debe asociar a los maestros con los padres de familia para así mostrarle a los estudiantes los problemas o las situaciones que se ven expuestos uno de ellos podría ser el acoso virtual.

La influencia de las redes sociales en el nivel académico de los jóvenes, los riesgos que conllevan el no tener un conocimiento profundo sobre los pro y los contra de utilizar el internet dentro de clases. Esta es la manera en la que se deben involucrar tanto a padres de familia como a los docentes para de esta forma buscar más información y así darle a conocer al estudiante cuales son los problemas a los cuales están expuestos, como lo son, la pornografía, el acoso virtual, entre otros.

El acoso cibernético no tiene edad ,los perjudicados también pueden ser adolescentes que están cursando ya la Universidad,de esta manera pueden llegar a ser violados o utilizados sus cuerpos para otros fines.

Segun (FERNÁNDEZ, 2014) en su investigacion se presentan algunos de los resultados obtenidos en una investigación más amplia sobre aspectos cruciales relativos a “los adolescentes y las nuevas tecnologías”. Dada la complejidad de factores que rodea la vida de nuestros jóvenes en la sociedad actual, igualmente compleja, que nos ha tocado vivir; nos pareció relevante investigar el tema de las TIC y su influencia en la vida de nuestros adolescentes. Se supone que las nuevas tecnologías contribuyen de manera importante a mejorar nuestra calidad de vida, tanto en lo personal como en lo profesional, aunque en algunos casos estamos viendo que no siempre es así. Por ello, cuando nos referimos a los alumnos de la Educación Secundaria entendemos que lo importante, es saber cómo las utilizan y cómo las TIC intervienen en la formación de la persona.

Frente a este trabajo investigativo se sitúa al grupo adolescente como un estrato de uso consumista del recurso tecnológico, generando en este punto de enlace a las redes sociales como plataformas o elementos de uso común en vida cotidiana, este grupo mayoritario se enfrenta a una gran ola de información, la cual es muy importante que deban contar con un control por la gran cantidad de información existente, para con er cuala es pertinente para la juventud de hoy. La adolescencia esta cruzando una etapa desarrollada, en ella se logra tener la verdadera madurez y permite tener criterio formado.

### 2.1.3. Comunicación efectiva

Según Rodas en su investigación, Comunicación Efectiva y Trabajo en Equipo indica que: La comunicación efectiva es un elemento de suma importancia en las relaciones personales o laborales ya que permite el intercambio de información, el cual propicia la realización adecuada de actividades o el logro de objetivos, mediante mensajes transmitidos y recibidos; en una empresa es fundamental debido a que contribuye a la interacción oportuna entre los colaboradores que deben llevar a cabo diferentes procesos de los cuales deben poseer amplio conocimiento. (Rodas, 2017)

Otro aspecto importante en las empresas es la coordinación de tareas y relación entre jefes, subordinados, por ello el trabajo en equipo el cual se caracteriza por estar formado con una cierta cantidad de personas con habilidades complementarias, las cuales realizan un trabajo en conjunto para alcanzar un fin, con esto lograr que las empresas sean altamente productivas al evitar un trabajo individualizado, errores en el desempeño de funciones asimismo agilizar los procesos y reforzar las relaciones laborales. (Rodas, 2017)

Basado en lo que manifiesta (Rodas, 2017); La comunicación efectiva permite que exista un feedback de información y culminar un proceso de retroalimentación eficaz, esto se determina con el accionar de los elementos del proceso comunicativo.

Los diferentes tipos de comunicación existentes implican un acercamiento de fondo con los tipos de comunicación organizacional, de la misma manera se establece los mecanismos necesarios en las comunidades pequeñas, donde también existen barreras para comunicarse y no permitan llevarse a cabo una comunicación efectiva.

Según (Alcivar, 2012) en su tema de investigación: El liderazgo y su relación con la comunicación eficaz de los miembros del colegio técnico agropecuario Odilón Gómez Andrade mencionaba que la comunicación es vital para las vinculaciones entre los demás y va de la mano con el liderazgo y la creación de una situación propicia dependiendo de lo bueno de esta. Es importante tener una comunicación organizacional para tener los puntos listos en los sucesos y las actitudes que se desarrollan de parte de los estudiantes. Además nos menciona que es importante que exista una buena comunicación entre los que forman parte de dicha institución ya que es indispensable para el crecimiento profesional



### 2.1.3.1. Categoría de análisis

#### **Categoría de análisis – 1 : Redes Sociales**

**Definición.-** Una red social consiste en un número variable de nodos, los que pueden ser sujetos u organizaciones, unidos a otros nodos, definidos como agentes de intercambio de información. Estos procesos de comunicación tienen una cierta densidad, factor determinante de la estructura de una red. Estas redes se conectan a través de diferentes canales y se distribuyen en diferentes planos determinados por su naturaleza o distribución espacial, conformando así una red compuesta por diferentes nodos, que a su vez se conecta con otros nodos de otras redes ubicadas en otros planos, de modo tal que es posible ubicar una red dentro de otras redes, en un complejo sistema de interconexiones, con diferentes niveles de conectividad. El mejor ejemplo de esto está dado por la red de Internet, que es por definición la red de redes. (Wellman, Garton, & Haythornthwaite, 2000)

Las redes sociales son plataformas utilizadas por usuarios de diferentes lugares en cuales generan una interacción comunicacional por algo en común, estas redes permiten que el usuario sea público o privado pueda utilizar estas plataformas denominadas redes sociales para fines de conocer personas o lugares y esto a su vez realizar comercio por el mismo medio, mas aun generar espacios o productos comunicacionales que son de gran importancia para el conglomerado internauta.

#### **Operacionalización de las variables**

Redes sociales

Origen y evolución de las redes sociales

Plataformas virtuales

Medios digitales

#### **Categoría de análisis – 2 : comunicación efectiva**

**Definición.-** La comunicación efectiva es aquella que, a través de buenas destrezas y formas de comunicación, logra el propósito de lo que se quiere transmitir o recibir. Es así como en los negocios cada vez más se desarrolla las habilidades de comunicación de los colaboradores.

Dentro de la comunicación efectiva el trasmisor y el receptor codifican de manera exitosa el mensaje que se intercambia. O sea que ambos entienden el mensaje transmitido. También se puede decir que la comunicación efectiva es "Explorar las condiciones que hacen posible que la comunicación sea provechosa y eficaz "el arte de la comunicación efectiva satisfactoria y eficiente es un aprendizaje que se adquiere fundamentalmente en el seno del hogar y en las instituciones educativas a las cuales las personas se hallan vinculadas y que posteriormente se desarrolla y se fortifica a través de nuestros vínculos laborales y afectivos a lo largo de la vida adulta. (Traverso, Williams, & Palacios, 2017)

La comunicación efectiva tiene el fin de generar un proceso comunicacional de manera eficaz destacando las habilidades que para el efecto sean necesarias entre los elementos de la comunicación para dar cumplimiento con la efectividad del arte de la comunicación, que no es mas que una destreza y habilidad del ser humano, claro esta que no todos dominan con alto porcentaje dichas destrezas.

### **Operacionalización de las variables**

Comunicación

Tipos

Características

#### **2.1.4. POSTURA TEORICA**

En la presente investigación de **Las redes sociales y su impacto en la comunicación efectiva del barrio Santa Martha** se relaciona con el autor (Han, 2019) quien en uno de sus libros denominado "La expulsión de lo distinto" relacionado con la percepción y comunicación en la sociedad actual menciona en uno de sus capítulos que habrá una nueva profesión que se llamara "oyente" ya que en la actualidad estamos perdiendo el don de escuchar y mas bien nos comunicamos mediante las redes sociales y por eso el escuchar es considerado un arte que no todos poseen.

Según (Han, 2019)“En Facebook no se mencionan problemas que pudiéramos abordar y comentar en común.Lo que se emite es sobre todo información que no requiere discusión y que solo sirve para que el remitente se promocione.Ahí no se nos ocurre pensar que el otro pueda tener preocupaciones ni dolor.En las comunidades del <<me gusta>> uno solo se encuentra a si mismo y a quienes son como él.Ahí tampoco resulta posible ningún discurso.El espacio político es un espacio en el que yo me encuentro con otros, hablo con otros y los escucho.

Partiendo de este concepto puedo manifestar que estoy en total desacuerdo con el autor debido a que gracias al avance tecnológico se ha palpado que las redes sociales dan la oportunidad de exponer no solamente tu vida personal o laboral mas bien te permite exponer tus pensamientos e ideas.En Facebook se pueden crear denuncias o al mismo tiempo hacer escuchar tu voz redactando situaciones que hayas tenido que vivir en algún lugar y de esta manera poder manifestar tu punto de vista desde otra perspectiva que pueden llegar a tener los demás.

Según (Han, 2019) menciona la siguiente :

La comunicación digital me interconecta y al mismo tiempo me aísla

En lo que concuerdo por que no se puede tener una comunicación efectiva sin la presencia de otra persona y esto sucede cuando el mayor tiempo se lo invierte en las redes sociales y no en la relación con las personas y su entorno.

## **2.2.HIPOTESIS**

### **2.2.1. Hipotesis general**

Las redes sociales impactan en la comunicación efectiva en el barrio Santa Martha del cantón Buena Fe

### **2.2.2. Sub hipótesis o derivados**

Las redes sociales permiten marcar tendencia con sus características, uso y ejecución de actividades relacionadas con la comunicación efectiva en el Barrio Santa Martha del cantón Buena Fe, año 2019

Identificando la comunicación efectiva de las redes sociales aportan en la relación interpersonal de los moradores del barrio Santa Martha del cantón Buena Fe.

La guía de orientación sobre el uso de las redes sociales permite la efectividad comunicacional en los moradores del barrio Santa Martha del cantón Buena Fe.

### **2.3. Variables**

#### **2.3.1. Variable dependiente**

Redes sociales

#### **2.3.2. Variable independiente**

La comunicacion efectiva

### CAPITULO III

## 3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN

### 3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas

En el trabajo investigativo “Las redes sociales y su impacto en la comunicación efectiva en el barrio Santa Martha del cantón Buena fé año 2019”.Se pudo constatar que el barrio cuenta con una población de 5000 personas según el departamento de avalúos y catastro del gobierno autónomo descentralizado de San Jacinto Buena fe.Por lo cual se procedió a realizar las encuestas correspondientes de acuerdo a la necesidad del problema para encontrar la solución.

La muestra fue aleatoria debido a la cantidad de personas, por lo tanto se optó a utilizar mediante rango de edades entre 12 a 24 años y 25 a 45 años.

Por lo tanto se procedió a realizar el siguiente cuadro estadístico para mostrar los datos obtenidos de la población encuestada.

<i>Variable Población</i>	<i>Habitantes</i>		<i>Directivos</i>		<i>Porcentaje</i>
	<i>H</i>	<i>M</i>	<i>H</i>	<i>M</i>	
<i>Sexo</i>					
<i>Edad 12 a 24</i>	25	20	0	0	45,00
<i>Edad 25 a 45</i>	26	24	2	3	55,00
<i>Total</i>	51	44	2	3	100,00

Tabla 1 Población

### 3.1.2 Análisis e interpretación de datos

#### ➤ Pregunta 1.- ¿Conoce usted que son las redes sociales?

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	92	95%
NO	5	2%
POCO	3	3%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Tabla 2 Conoce usted que son las redes sociales

Fuente: Barrio Santa Martha

Elaborado por: Dariana Carriel Vélez



Gráfico 1 Conoce ud, que son las redes sociales?

Fuente: Barrio Santa Martha

Elaborado por: Dariana Carriel Vélez

**Ánàlisis.-** La grafica muestra los siguientes porcentajes, el 92% corresponde a la variable del Si, mientras el 5% de los moradores encuestados manifiestan que no; a diferencia del 3% que corresponde a las personas que asegura conocer poco de las redes sociales.

**Interpretación.-** La mayor cantidad de encuestados manifiestan conocer sobre que son las redes sociales, por lo tanto se indica que las redes sociales generan un gran impacto comunicacional en esta comunidad.

#### ➤ Pregunta.- 2 ¿Utiliza usted alguna red social?

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	96	96%
NO	4	4%
TOTAL	100	100%

Tabla 3 Utiliza usted alguna red social

Fuente: Barrio Santa Martha

Elaborado por: Dariana Carriel Vélez

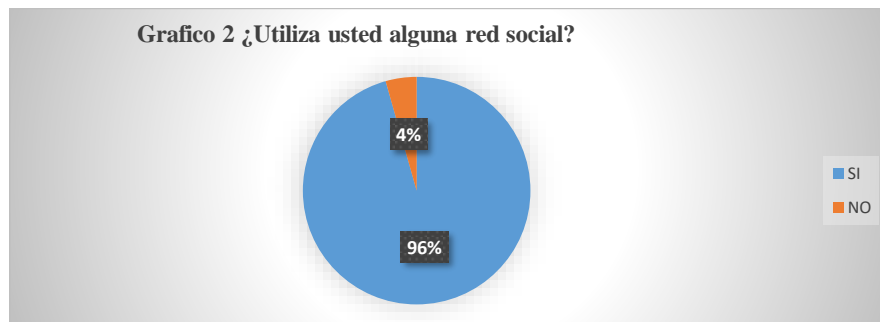


Gráfico 2 Utiliza usted alguna red social

Fuente: Barrio Santa Martha

Elaborado por: Dariana Carriel Vélez

**Análisis.-** Según el gráfico, El 96% de las personas encuestadas manifiesta que si utiliza alguna red social mientras que el 4 % dice lo contrario.

**Interpretación:** Según el resultado de esta pregunta se corrobora que la mayor cantidad de habitantes del barrio mencionado utilizan las redes sociales, es por ello que podemos deducir que las redes sociales están al alcance de jóvenes y adultos.

**Pregunta 3.- ¿Cuáles son las redes sociales que más utiliza?**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
FACEBOOK	74	23%
INSTAGRAM	39	21%
TWITTER	11	4%
WHATSAAP	77	24%
SNAPCHAT	26	8%
TELEGRAM	11	4%
SKYPE	7	2%
YOUTUBE	67	12%
PINTEREST	7	2%

Tabla 4 redes sociales que más utiliza

Fuente: Barrio Santa Martha

Elaborado por: Dariana Carriel Vélez

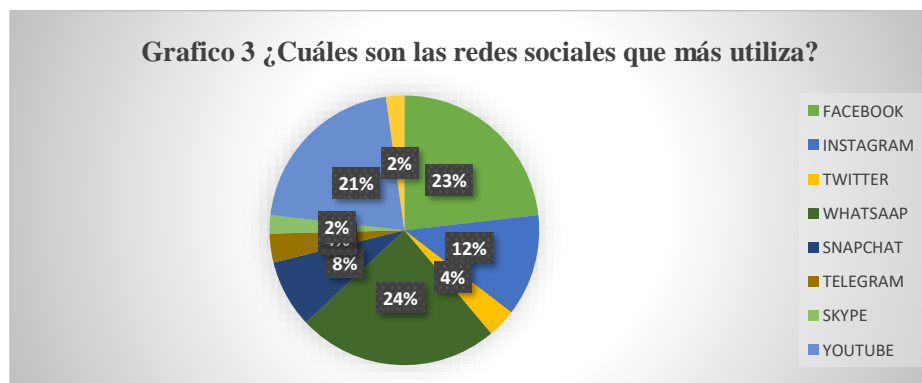


Gráfico 3 redes sociales que más utiliza

Fuente: Barrio Santa Martha

Elaborado por: Dariana Carriel Vélez

**Análisis.-** Mediante la encuesta realizada pudimos determinar según la estadísticas que, con el 24% WhatsApp es la red social más utilizada, seguido Facebook con el 23%, Instagram con un 21%, YouTube con el 12%, Snapchat con el 8%, Telegram y Twitter con el 4% y Pinterest y Skype con un 2%.



**Interpretación.-** Siendo la red social whatsapp la plataforma más utilizada por los moradores del sector se deduce que existen otras de menor embergadura que utilizan en este lugar; teniendo en cuenta el uso de la realidad aumentada en la comunicación.

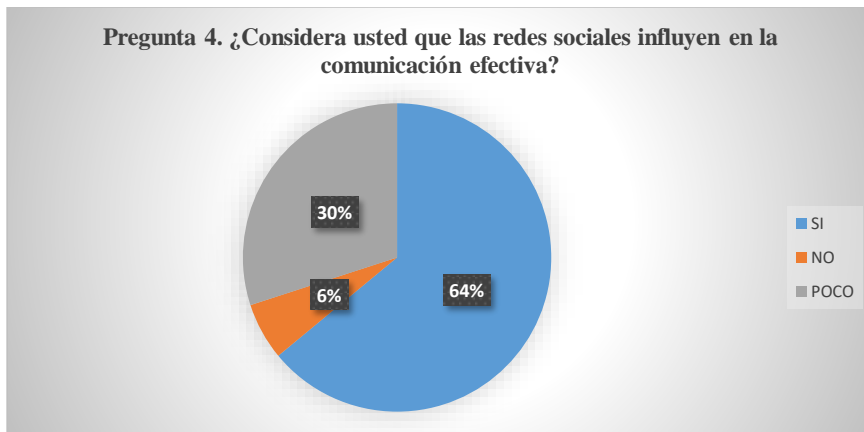
➤ **Pregunta 4. ¿Considera usted que las redes sociales influyen en la comunicación efectiva?**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	64	64 %
NO	6	6 %
POCO	30	30 %
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Tabla 5 las redes sociales influyen en la comunicación efectiva*

**Fuente:** Barrio Santa Martha

**Elaborado por:** Dariana Carriel Vélez



*Gráfico 4 las redes sociales influyen en la comunicación efectiva*

**Fuente:** Barrio Santa Martha

**Elaborado por:** Dariana Carriel Vélez

**Analisis.-** Al referirnos a la influencia de las redes sociales en la comunicación efectiva la comunidad respondieron con un si una considerable cantidades del 64%, mientras que un 30% dijeron que las redes sociales influyen un poco y un 6 % respondieron que no influyen.

**Interpretación.-** Las redes sociales hoy mantienen una tendencia alta debido a la influencia comunicacional en los individuos.

➤ **Pregunta 5 ¿Qué uso le da a las redes sociales?**

VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Chatear con conocidos y hacer amigos	62	35%
Ver y subir fotografías	47	26%
Trabajo	13	7%
Estudio	25	14%
Revisar páginas de medios de comunicación	4	2%
Informarse de acontecimientos actuales	22	12%
Otros	7	4%

Tabla 6 Qué uso le da a las redes sociales?

**Fuente:** Barrio Santa Martha

**Elaborado por:** Dariana Carriel Vélez



Gráfico 5 Qué uso le da a las redes sociales

**Fuente:** Barrio Santa Martha

**Elaborado por:** Dariana Carriel Vélez

**Análisis.-** Del 35% usa redes sociales para chatear con conocidos y hacer amigos, el 26% para ver y subir fotografías, para estudio un 14 % y un 12% para informarse de acontecimientos actuales, para trabajo un 7 % , 4 % otros , 2 % revisar páginas de medios de comunicación.

**Interpretación.-** El uso de las redes sociales con mayor intención son para chatear y hacer amigos dentro de esta comunidad la cual manifiestan estas determinantes, por ello que denotamos q el uso de las redes sociales para actividades de desarrollo en el trabajo, estudios y medios de comunicación que logran mantener informados a la ciudadanía no tienen una acogida favorable dentro del sector mencionado.

➤ **Pregunta 6. ¿Alguna vez ha descuidado su entorno por causa de las redes sociales?**

VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	53	53 %
NO	15	15%
EN OCASIONES	32	32%
	100	100%

*Tabla 7 ha descuidado su entorno por causa de las redes sociales*

**Fuente:** Barrio Santa Martha

**Elaborado por:** Dariana Carriel Vélez



*Gráfico 6 ha descuidado su entorno por causa de las redes sociales*

**Fuente:** Barrio Santa Martha

**Elaborado por:** Dariana Carriel Vélez

**Análisis.-** De acuerdo al resultado de esta pregunta podemos apreciar que el 53 % de encuestados manifiesta que Si han descuidado su entorno en algún momento por las redes sociales, mientras que el 32 % responde al no y un 15 % responde al en ocasiones.

**Interpretación.-** La mayor parte de los moradores del barrio Santa Martha están descuidando su entorno por el uso de las redes sociales aun cuando en ocasiones niquiera se dan cuenta de que lo están haciendo.

➤ **Pregunta 7 ¿Considera usted que el uso de las redes sociales modifica los hábitos del ser humano?**

VARIABLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	49	49%
NO	17	17%
A VECES	34	34%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

Tabla 8 el uso de las redes sociales modifica los hábitos del ser humano

Fuente: Barrio Santa Martha  
 Elaborado por: Dariana Carriel Vélez

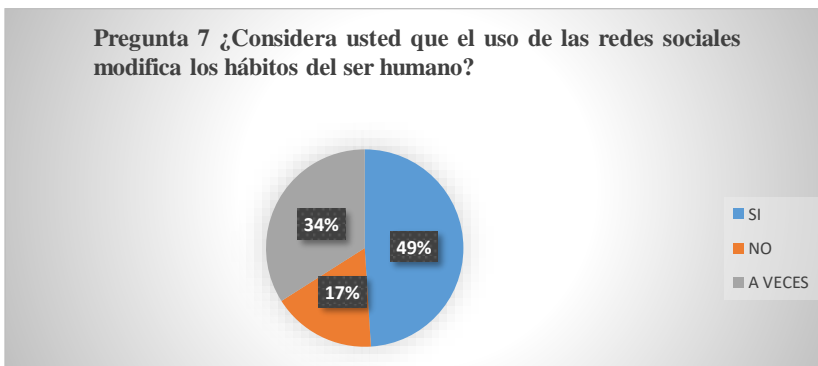


Gráfico 7 el uso de las redes sociales modifica los hábitos del ser humano

**Fuente:** Barrio Santa Martha

**Elaborado por:** Dariana Carriel Vélez

**Análisis.-** En el siguiente gráfico tenemos como resultado que el 49% de las personas consideran que el usar las redes sociales modifica los hábitos del ser humano, mientras que un 17% de la población manifiesta que no y el 34% responde al a veces .

**Interpretación.-** Confirmamos que la mayor parte de los moradores consideran que el uso de redes sociales modifican los hábitos del ser humano, por sus características y ejecución logra un impacto en ellos y esto permite que existan cambios no sólo en su comunicación sino también en su manera actuar.

➤ **Pregunta 8 ¿Desde qué dispositivos accede usted a las redes sociales?**

VARIABLE	CANTIDAD	USUARIO
COMPUTADORA	15	15%
MOVIL	82	82%
CYBER	3	3%
	100	100%

Tabla 9 Desde qué dispositivos accede usted a las redes sociales

**Fuente:** Barrio Santa Martha

**Elaborado por:** Dariana Carriel Vélez

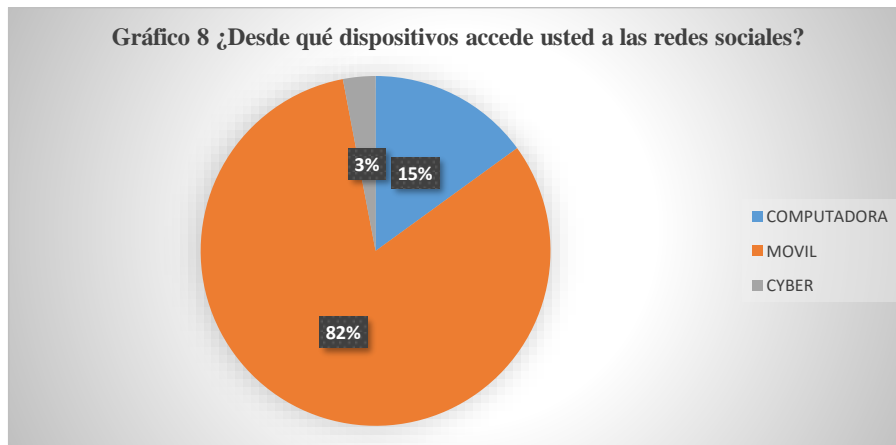


Gráfico 8 Desde qué dispositivos accede usted a las redes sociales

**Fuente:** Barrio Santa Martha

**Elaborado por:** Dariana Carriel Vélez

**Análisis.-** En la encuesta realizada tenemos como resultado un 82% de personas que utilizan o acceden a las redes sociales mediante el móvil, mientras que un 15% lo hace desde la computadora y el 3% desde algún cyber.

**Interpretación.-** Una gran parte de los encuestados acceden a las redes sociales mediante su celular esto se debe al gran alcance obtenido del mismo por que brinda diferentes ventajas que

probablemente un computador no brinda. Esto ayuda a corroborar que se puede estar conectado a una red social aun cuando se esta lejos o haciendo alguna otra ocupación a mas de responder un mensaje.

➤ **Pregunta 9 ¿Cree usted que sea pertinente la creación de una guía de orientación sobre el uso de las redes sociales para una efectividad comunicacional?**

VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJES
SI	75	75%
NO	25	25%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Tabla 10 pertinente la creación de una guía de orientación sobre el uso de las redes sociales para una efectividad comunicacional

**Fuente:** Barrio Santa Martha

**Elaborado por:** Dariana Carriel Vélez



Gráfico 9 pertinente la creación de una guía de orientación sobre el uso de las redes sociales para una efectividad comunicacional

**Fuente:** Barrio Santa Martha

**Elaborado por:** Dariana Carriel Vélez



**Análisis.-** El 75% de la población responde al si en la pregunta realizada mientras que el 25% de la población da solución al no.

**Interpretación.-** Los encuestados ven pertinente la creación de una guía de orientación que les permita aprender como darle un mejor uso a las redes sociales, de esta manera quedara evidenciado el trabajo como investigadora al darle solución a un problema que afecta probablemente a toda la sociedad.

10. ¿Qué tiempo utilizas las redes sociales al día?

VARIABLE		PORCENTAJE
FACEBOOK	24	36%
INSTAGRAM	10	15%
TWITTER	3	5%
WHATSAPP	15	23%
SNAPCHAT	1	1%
TELEGRAM	0	0%
SKYPE	0	0%
YOUTUBE	13	20%
PINTEREST	0	0%

Tabla 11 tiempo utilizas las redes sociales al día

Fuente: Barrio Santa Martha

Elaborado por: Dariana Carriel Vélez

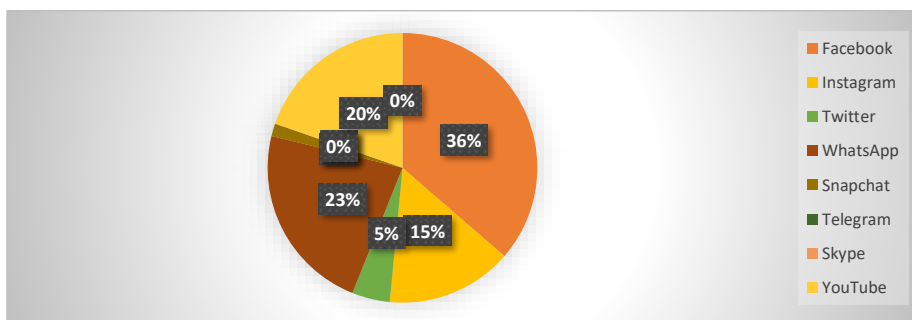


Gráfico 10 tiempo utilizas las redes sociales al día

Fuente: Barrio Santa Martha

Elaborado por: Dariana Carriel Vélez

**Análisis.-** El 36% de los encuestados manifiestan que durante el día mayor tiempo lo utilizan en la red social en Facebook; mientras que las red social instagram tiene un 15%, twitter con

un 5%, whatsapp con un 23%, snapchat con 1%, youtube 2° mientras que las redes sociales de telegram, Skype y pinterest tienen un resultado de 0%.

**Interpretación.**- Podemos manifestar que la red social con mayor porcentaje de utilización es Facebook seguido de whatsapp e youtube. De esta manera constatamos que estas redes sociales son las más populares entre los moradores del sector Santa Martha por lo tanto se deduce que existe deficiencia comunicativa entre los mismos.

## **3.2. CONCLUSIONES GENERALES Y ESPECIFICAS**

### **3.2.1. Especificas**

- Se concluye que los moradores de este sector utilizan las redes sociales con el fin de entablar un dialogo con sus amigos y conocer personas nuevas o con sus mismas amistades; en otros casos utilizan las redes sociales como fuente de trabajo una de las más populares en la actualidad se la conoce como el network marketing o trabajo mediante redes de mercadeo.
- Los moradores del sector santa marta están propensos a descuidar su entorno debido al uso indebido de las redes sociales provocando desinterés en relacionarse de manera formal utilizando otras técnicas de comunicación efectiva que van desde el abrazo el estrechar la mano o largas tertulias en grupo.
- Los moradores de este sector manifiestan de manera oportuna que el uso mayoritario de las redes sociales generan alteraciones en sus hábitos de los cuales están muy acostumbrados a seguir un patrón de comportamiento debido al uso de las redes sociales sumado a esto la evolución de la tecnología que ha permitido que los habitantes del sector Santa Martha del cantón Buena Fe tenga un acercamiento a la realidad aumentada que brindan las plataformas digitales entre ellas las anunciadas con anterioridad durante esta investigación

### **3.2.2. General**

Las redes sociales generan un gran impacto comunicacional en este sector debido a que se evidencio una gran cantidad de personas que utilizan redes sociales. Dando como resultado que estas plataformas están al alcance de todos entre estas las que más se utilizan son whatsapp, aun siendo la de mayor uso, además youtube, Facebook por el alto índice de popularidad como las que cuentan estas redes sociales

### **3.3. RECOMENDACIONES GENERALES Y ESPECIFICAS**

#### **3.3.1. Especificas**

- Con el fin de optimizar el uso de los aplicativo se recomiendan que los habitantes del sector deben utilizar el recurso de las redes sociales de manera oportuna en diferentes ámbitos sociales educativos y en el caso de lo laboral debido a que por este medio se podrían recurrir a ofertas de trabajo y en ese aspecto se estaría cumpliendo con un logro o acercamiento a la comunicación efectiva.
- Socializar ante los habitantes del sector de la variedad de temas que se puedan dar a conocer por medios de grupos de interés común en las que se puedan utilizar las técnicas de expresión oral y escrita a través de plataformas digitales que brinden intercambio de información generando un feedback en el proceso de la comunicación.
- Mejorar la comunicación efectiva de las redes sociales entre los moradores del barrio Santa Martha del cantón Buena fe a través de estrategias comunicacionales.

#### **3.3.2. General**

Debido a al uso mayoritario de redes sociales como YouTube, whatsapp , Facebook, entre otras en mínima proporción se determina crear una guía de orientación para un mejor uso de estas redes mencionadas que faciliten una comunicación mucho más efectiva en el sector.

## **CAPITULO IV.- PROPUESTA DE APLICACIÓN**

### **4.1.Propuesta de aplicación de resultados**

#### **4.1.1. Alternativa obtenida**

Guía de orientación sobre el uso de las redes sociales para la efectividad comunicacional en el barrio Santa Martha del cantón Buena fe.

#### **4.1.2. Alcance de la alternativa**

La presente investigación se centrará en la creación de una guía de orientación en donde permita abordar diferentes ventajas y desventajas de las redes sociales, el uso adecuado de este sistema virtual; de esta manera se busca interrelacionarse con los moradores del sector Santa Martha y brindar las debidas recomendaciones para un mejor uso a estas plataformas virtuales. De tal manera lo que se espera es mejorar la convivencia familiar y su relación con estas herramientas webs.

En la guía de orientación se encontrará diferentes graficos e imágenes que tienen como objetivo llamar la atención de los receptores, además contará con definiciones para el aporte estratégico metodológico en los jóvenes del barrio Santa Martha; donde se busca con esta guía, ganar una mayor atención del oyente que vendrían a ser los involucrados en la presente investigación.

El objetivo de esta guía de orientación es difundir los temas referentes al uso de las redes sociales y como estas permiten la existencia de una comunicación efectiva y una vez abordados y explicados que sean empleados de la manera correcta por los asistentes y conozcan las características de una comunicación efectiva que en su momento serán planteadas mediante los resultados obtenidos por la investigación realizada.

#### **4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa**

#### **4.1.4. Antecedentes**

Las redes sociales fueron desarrolladas en el año 1995 con la creación del sitio web denominado “classmates.com” que desde ese entonces aún esta en vigencia para todo usuario. Dos años mas tarde apareció “sixdegrees.com” esta red permitia crear cuentas, diseñar una lista de amigos y responder mensajes con los demás.

La red social Facebook logró vencer con mayor visita de usuarios a la conocida red social “My space” que tal solo fue anfitrión durante dos años. Mark Zuckerberg trabajo incansable hasta la primera década del siglo XXI consiguiendo la mayor cantidad de usuarios en los últimos años.

Es pertinente concienciar en los usuarios sobre la evolución de las redes sociales y que actualmente están desarrollándose con distintos fines relacionandose con los procesos comunicacionales que existen.

#### **4.1.3.2. Justificación**

Mediante esta guía de orientación se busca mejorar el uso que los moradores del barrio Santa Martha le dan a las redes sociales y su relación con la comunicación efectiva, presentarles las ventajas del buen manejo en las plataformas virtuales para asi aplicarlas en su entorno. Este modelo esta compuesto por temas de absoluta importancia, desde el origen de las redes sociales hasta como crear cuentas para sus negocios.

Esta propuesta ha sido pensada básicamente a beneficio del sector mencionado, ya que es importante vivir en un ambiente lleno de armonía y con una buena comunicación efectiva. Así mismo será trabajada en conjunto con la directiva del barrio Santa Martha del cantón Buena fe, mediante su intervención se corroborará que la autora de esta propuesta logró cumplir con el objetivo.

Es importante que la población sepa dar el mensaje con claridad y precisión para que así al ser transmitido al receptor; surga una comunicación efectiva. El factor comunicacional al igual que las redes sociales son vinculadas; sin embargo permanecer “en línea” no es sinónimo de “comunicarse” sino se utilizan los canales necesarios.

## **4.2 Objetivos**

### **4.2.1 General**

Generar una guía de orientación sobre el uso de las redes sociales que permitan la efectividad comunicacional en los moradores del barrio Santa Martha del cantón Buena Fe.

### **4.2.2 Especificos**

- Explicar distintos temas relacionados con las redes sociales que aporten en el conocimiento de los moradores del barrio Santa Martha del cantón Buena Fe
- Mejorar la comunicación efectiva de las redes sociales entre los moradores del barrio Santa Martha del cantón Buena Fe
- Establecer estrategias comunicacionales en los moradores del barrio Santa Martha del cantón Buena Fe.

## **4.3 ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA**

### **4.3.1 Componentes**

La ejecución de la propuesta se llevará a cabo en relación a estos objetivos específicos



# GUIA DE ORIENTACIÓN



## EL USO DE LAS REDES SOCIALES & LA EFECTIVIDAD COMUNICACIONAL

## **SECCIONES DE LA GUÍA DE ORIENTACIÓN**

Introducción de la Guía de Orientación

Objetivos de la Guía de Orientación

### **Sección 1**

¿Qué son las redes sociales?

### **Sección 2**

Aspectos positivos de las redes sociales

Aspectos negativos de las redes sociales

### **Sección 3**

¿Qué es la efectividad comunicacional?

Importancia de la efectividad comunicacional

Características de la comunicación efectiva

### **Sección 4**

¿Cómo relación mi trabajo con las redes sociales y generó ingresos?

¿Cómo informarse correctamente mediante las redes sociales?

Estrategias comunicacionales

### **Sección 5**

Evaluación de conocimiento adquirido mediante estrategias metodológicas

## **Introducción de la Guía de Orientación**

En la presente guía de orientación se pretende aportar en los moradores del sector Santa Martha del canton Buena fe para que de esta manera tengan un mejor uso en sus redes sociales asi mismo socializar las distintas ventajas y desventajas del mismo y la relacion que conlleva con la comunicación efectiva aplicando estrategias metodologicas impartidas como investigadora.

La guia de orientación contará con secciones en donde se encontrará posturas de autores y su explicación en relación con las redes sociales y la comunicación efectiva. Asi mismo será utilizada con la mayor responsabilidad exponiendo temas actos para toda la comunidad ya que está realizada exclusivamente para ellos es por eso que; esta diseñada de una manera llamativa e actualizada con el fin también de promover la interrelación entre padres e hijos. Una vez socializada la guía de orientación se podra evaluar a los receptores con el objetivo de que por medio de esta guía puedan mejorar su manera de vivir , de comunicarse y al mismo tiempo conocerse mejor entre familias y amigos.

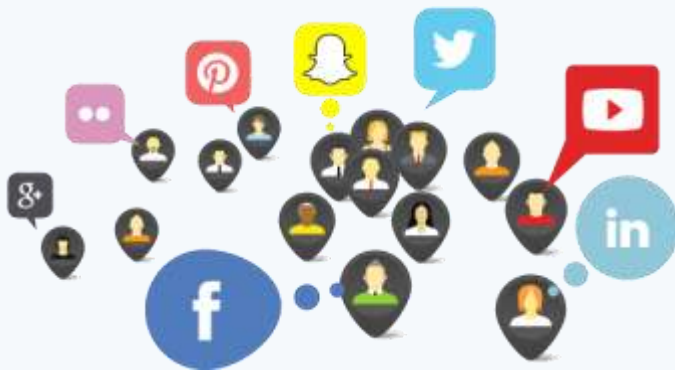
Los sectores barriales merecen ser visitados e investigados por futuros profesionales para que de esta manera se conozca las problemáticas que existen en el mismo, una comunicación efectiva es una cualidad que todo ser humano debe adquirir y para que esto suceda se deben implentar guias como estas que fomenten una mejor comunicación y aprender a respetar los pensamientos e opiniones de los demás.

### **Objetivos de la guía de orientación**

- Desarrollar las habilidades de los moradores del barrio santa Martha del cantón Buena fe durante el uso que le brindan a las redes sociales para una efectividad comunicacional
- Sensibilizar a los habitantes del sector santa Martha sobre el uso de las redes sociales y sus consecuencias
- Aplicar la guía de orientación como herramienta necesaria para la colectividad con el fin de mejorar en el sector mencionado en busca de la efectividad comunicativa.

## SECCIÓN 1

### ¿Qué son las redes sociales?



Las redes sociales son servicios con base web que permiten a los individuos construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema cerrado, construir una lista de contactos con los que compartir un vínculo y ver y atravesar esta lista de contactos y aquellos hechos por otros miembros del sistema, (Vences, 2009)

En estos espacios los usuarios deben registrarse, es decir, introducir sus datos personales para poder formar parte de la red. Esto es lo que Boyd y Ellison denominan la configuración de un perfil. Este perfil puede ser público, es decir, que cualquier miembro de la red, a través de sus buscadores internos pueda verlo, o semi-público, sólo accesible a los contactos que vamos invitando a formar parte de nuestro círculo. Una vez dentro, el usuario debe empezar a crear su red de contactos; para ello puede buscarlos por su nombre o a través de su correo electrónico. Una vez que le acepten, podrá acceder a los amigos de las personas que ha ido incorporando e ir incrementando su red. La estructura y funcionamiento de estos espacios puede variar ligeramente en función del sitio, aunque mayoritariamente siguen el patrón que acabamos de exponer, (Vences, 2009)

## Características de las redes sociales



(Wellman, Garton, & Haythornthwaite, 2000), reconocen como características definitorias de las Redes Sociales, el Rango, la centralidad y los roles.

### **Rango**

El rango de las Redes Sociales varía según el tamaño y la heterogeneidad de la red. Las grandes redes tienen gran heterogeneidad, sus miembros tienen características sociales diversas, lo que se traduce en una mayor complejidad en la estructura de la red, esto las hace más innovadoras y exitosas en lograr cambios en las estructuras. Las redes pequeñas tienden a ser más homogéneas, generalmente corresponden a grupos con un carácter más conservador, lo que las hace más exitosas en la conservación de recursos existentes. (Wellman, Garton, & Haythornthwaite, 2000)

### **Centralidad**

La centralidad está definida por las relaciones dentro de una red, así hay quienes serán el centro de la red y quienes estarán en la periferia o aislados dentro de la red. Las

investigaciones sobre Redes Sociales han determinado sistemas de medición que permiten establecer la geografía de las relaciones dentro de una red, determinando la distribución de los nodos según el número y la dispersión de las conexiones que establecen, permitiendo definir que nodos son puentes de contacto fundamentales para la existencia de la red, ya sea por ser sostenedores de ella o por ser nodos de contacto con otros nodos externos. La salida o bloqueo de éstos nodos significa la destrucción de la red. (Wellman, Garton, & Haythornthwaite, 2000)

### **Roles**

Existen diferentes roles tipificados entre los miembros de una red, los que se pueden identificar a partir de los patrones de relaciones establecidos por los miembros de ella. Esto se da tanto en las redes cara a cara, como en las que operan con comunicación mediatizada por computadoras. (Wellman, Garton, & Haythornthwaite, 2000)

Las características de las redes sociales vienen dadas por diferentes autores. Se pueden encontrar diferentes caracterizaciones en este sentido, algunos las dividen en dos: por un lado las características cuantitativas, y por otro las características cualitativas. En palabras de (Camilo Madariaga, 2010)

## **Sección 2**

# **Aspectos positivos y negativos de las redes sociales**



El uso de redes sociales muestra otros múltiples aspectos positivos: creación de blogs, videos y páginas web que pueden desarrollar sentimientos de competencia, generación de elementos educativos, reforzamiento de relaciones creadas offline, educación sexual, promoción

y prevención en salud (tabaco, alcohol, drogas, hábitos alimentarios, conductas sexuales), apoyo en logros académicos (un 84% plantea que son útiles en tareas; un 81% plantea que son útiles en aprendizajes y un 68% ve una desventaja en esta área el no tener internet), (ARAB & DÍAZ, 2015)



## Aspecto Negativos



En la adolescencia el grupo de pares pasa a ser muy relevante en la construcción de la identidad y se transforma en un referente para ir modulando ciertos aspectos personales, dependiendo de la retroalimentación que se reciba. El feedback virtual puede ser perjudicial para algunos adolescentes, ya que se pueden expresar desde el anonimato, con un distanciamiento afectivo importante, con un bajo nivel de empatía, con una utilización del “pensamiento hablado” y con una gran dificultad para evaluar lo que sus mensajes están generando en el otro, (ARAB & DÍAZ, 2015)

Otro elemento a considerar es la dificultad que tienen algunos adolescentes para diferenciar el contenido público del privado. No logran acceder a una conciencia que les permita evitar exponerse o verse expuestos a situaciones que, en lo inmediato, les pueden generar altos niveles de estrés y daños importantes en la visión de sí mismos, con serios riesgos para su salud mental. (ARAB & DÍAZ, 2015)

## Sección 3

### ¿Qué es la efectividad comunicacional?

La comunicación efectiva es aquella que, a través de buenas destrezas y formas de comunicación, logra el propósito de lo que se quiere transmitir o recibir. Es así como en los negocios cada vez más se desarrolla las habilidades de comunicación de los colaboradores. Dentro de la comunicación efectiva el trasmisor y el receptor codifican de manera exitosa el mensaje que se intercambia. O sea que ambos entienden el mensaje transmitido. También se puede decir que la comunicación efectiva es "Explorar las condiciones que hacen posible que la comunicación sea provechosa y eficaz "el arte de la comunicación efectiva satisfactoria y eficiente es un aprendizaje que se adquiere fundamentalmente en el seno del hogar y en las instituciones educativas a las cuales las personas se hallan vinculadas y que posteriormente se desarrolla y se fortifica a través de nuestros vínculos laborales y afectivos a lo largo de la vida adulta. (Traverso, Williams, & Palacios, 2017)

#### **Tipos de comunicación a través de redes sociales e Internet (cibercomunicación)**

Para entender el concepto de cibercomunicación, los elementos asociados a él y al cambio de paradigma en esta área, es necesario revisar antes algunas definiciones sobre el concepto clásico de comunicación:

“La comunicación es la interacción de las personas que entran en ella como sujetos. No sólo se trata del influjo de un sujeto en otro, sino de la interacción. Para la comunicación se necesita como mínimo dos personas, cada una de las cuales actúa como sujeto” Los teóricos de la comunicación plantean que “toda conducta y no sólo el habla, es comunicación y toda comunicación, incluso los indicios comunicacionales de contextos impersonales, afectan la conducta” (ARAB & DÍAZ, 2015)

## **ESTRATEGIAS PARA UN MEJOR USO DE REDES SOCIALES**

- Bajar el tiempo de uso de redes sociales y de objetos tecnológicos al mínimo (una o dos horas por día)
- Ser modelos de un adecuado uso de las herramientas que proporciona internet
- Definir en familia espacios libres de aparatos electrónicos
- Educar en mecanismos de autorregulación, ayudando a equilibrar las actividades online con las actividades offline
- Es importante estimular actividades que no involucren pantallas y que fomenten la comunicación directa y sin mediatizadores electrónicos
- Hablar con el/la adolescente sobre el uso de internet, mostrándole que se confía en sus criterios y en su “no ingenuidad”; que se tiene interés por lo que hace; y que se respeta su conocimiento sobre la tecnología.
- No hay que olvidar los dos puntos fundamentales en la relación: el diálogo y la negociación, evitando acceder con una actitud desconfiada y controladora para llegar a un acuerdo de uso seguro
- Trabajar en la comprensión de las consecuencias de lo que se hace y/o se dice en la web
- Instruirse en el uso de internet en general y en el de todas las redes sociales en particular, conociendo la jerga que se utiliza en ellas, como requisito de la parentalidad moderna.
- Recibir y pagar las cuentas de los celulares de los hijos, con el objetivo de tener la información de uso. Así los adolescentes serán más cuidadosos. (ARAB & DÍAZ, 2015)

## Bibliografía

- Abbate. (1999). *bbvaopenmind*. Obtenido de *bbvaopenmind.com*: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-impacto-de-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global/>
- Aguirre, J. L. (2011). *Introducción al Análisis de Redes Sociales*. Buenos Aires: Documentos de trabajo,82.
- Alcivar, C. C. (2012). *EL LIDERAZGO Y SU RELACIÓN CON LA COMUNICACIÓN EFICAZ DE LOS MIEMBROS DEL COLEGIO TECNICO AGROPECUARIO ODILON GOMEZ ANDRADE*. Obtenido de EL LIDERAZGO Y SU RELACIÓN CON LA COMUNICACIÓN EFICAZ DE LOS MIEMBROS DEL COLEGIO TECNICO AGROPECUARIO ODILON GOMEZ ANDRADE: [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/2452/1/52307\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/2452/1/52307_1.pdf)
- Annie Ferrari, D. B. (Diciembre de 2011). *El estudio de las redes sociales en Internet*. Obtenido de [https://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/ontsi/files/redes\\_sociales-documento\\_0.pdf](https://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/ontsi/files/redes_sociales-documento_0.pdf)
- Arcos, J., & Carlos, G. J. (2009). *Comunicación y representación de la información*. Editex.
- Ávila, J. (2012). *Redes sociales y analisis de redes*. Barranquilla: Corporacion Universitaria Reformada .
- Batistas, F. (2015). *Las funciones sustantivas en la Universidad*. España: Redunci.
- Bejar, C. (23 de Noviembre de 2018). *Transformacion de la asertividad comunicacional*. Obtenido de Merca2.0: <https://www.merca20.com/3-pasos-para-lograr-una-comunicacion-asertiva/>
- Camilo Madariaga, R. A. (2010). *Redes sociales infancia,familia y comunidad*. Barranquilla.
- Castells, M. (2013). *bbvaopenmind.com*. Obtenido de *bbvaopenmind*: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-impacto-de-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global/>
- Celaya, J. (2008). El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial. En *La empresa en la web 2.0* (pág. 320). España: Gestion 2000.
- Cespedes, A. (21 de agosto de 2017). *www.kaiprom.com*. Obtenido de *rrppmaster.uab.cat*: <https://rrppmaster.uab.cat/efectos-una-mala-comunicacion/>
- Chadi, M. (2003). *Redes sociales en el trabajo social*. Buenos Aires: Espacio Editorial.
- Coaching. (2015). *en50MINUTOS.es*. Mexico : Iris.es.
- Comellas, M. (10 de Octubre de 2013). *Familia, Universidad y Comunidad Comunicacional*. Barcelona: Octeadro.
- Concepto.de. (2019). *Comunicación Efectiva: Concepto, Elementos y Ejemplos*. Obtenido de Concepto.de: <https://concepto.de/comunicacion-efectiva/#ixzz69FuA3BZB>
- Corbin, J. (17 de Enero de 2016). *Tipos de Comunicación*. Obtenido de *Psicología y mente*: <https://psicologiymente.com/social/tipos-comunicacion-caracteristicas>

- Coria, G. (2004). *hacia una Universidad Centrada*. Madrid: Comillas S.A.
- Deloitte. (17 de Febrero de 2014). [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/Gobierno-Corporativo/GC\\_Boletin\\_invierno2014\\_tema2.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/Gobierno-Corporativo/GC_Boletin_invierno2014_tema2.pdf). Obtenido de <https://www2.deloitte.com/ec/es.html>
- DR. ELÍAS ARAB L, P. A. (2015). IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES E INTERNET EN LA ADOLESCENCIA: ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 7-13.
- Echeverry, C. (2018). *Derecho a la tranquilidad*. Sello Editorial Javeriano-Pontificia Universidad Javeriana.
- Elizondo, M. (2004). *Asertividad en el ambito academico*. Mexico: Trillas.
- Fabre, G. (2005). *Las funciones sustantivas de la Universidad*. Cuba: CIVE .
- FERNÁNDEZ, Á. d. (marzo de 2014). [www.redalyc.org](http://www.redalyc.org). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3498/349851785056.pdf>
- Fernández, B. (2010). *Las redes sociales.Lo que hacen sus hijos en Internet*. San Vicente: Editorial Club Universitario.
- Fowler, N. A. (2010). En *Conectados El sorprendente poder de las redes sociales y como nos afectan* (pág. 263). Mexico: Santillana Ediciones Generales S.A.
- Franco, M. (2017). *Funciones sustantivas*. Guayaquil: Catolica .
- García, F., & Forest, C. (2011). *Comunicación cooperativa entre la familia y la escuela*. Nau Llibres.
- Gonzales, C. (2013). *La comunicación efectiva*. Grupo editorial ISEF.
- Gonzales, R., & Míguez, M. (2006). *Comunicación y comportamiento del consumidor*. Ideas Propias.
- Griffin, T. (23 de Enero de 2017). *Wiki How*. Obtenido de Como ser Asertivo: <https://es.wikihow.com/ser-asertivo>
- H.Fowler, N. A. (2010). Hiperconectados. En *Conectados* (págs. 27,28). Madrid: Santillana Ediciones Generales.
- Han, B.-C. (2019). *La expulsion de los distinto*. Buenos Aires: Herder.
- HUTT, H. *LAS REDES SOCIALES;UNA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN*. ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA, COSTA RICA.
- Islas, O., & Paola, R. (2013). Investigar las redes sociales. *Tecnologico de Monterrey*.
- Jahnsen, A. V. (s.f.). REDES SOCIALES: UN CAMINO PARA LA APROPIACIÓN DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA.
- Jurgen Habermas. (1929). *Teoría de la acción comunicativa*. España: TROTTA.
- Kothler, P. (2009). *Dirección de Marketing*. Pearson.

- Lopez, A. (2015). *Claves de la Asertividad*. Florida: Eliprovox.
- LORENZO. (1996).
- Management, E. E. (23 de Febrero de 2017). *Las 7 técnicas de comunicación eficaz que necesitas | Desarrollo Profesional*. Obtenido de El blog sobre el desarrollo profesional: <http://www.esuelamangement.eu/gestion-de-personas-2/7-tecnicas-eficaces-de-comunicacion-interpersonal>
- Marañón, C. O. (2012). Redes sociales y jóvenes: una intimidad cuestionada en internet. *Revista de Ciencias Sociales*(54), 1-16.
- Martinez, M. (2017). *Comunicación y desarrollo*. Barcelona: gedisa.
- Mendoza, E. (2012). Acoso Cibernetico o cyberbullying: Acoso con la tecnologica electronica. *Pediatría de Mexico*, 133.
- Mondelo, A. (2015). *Políticas de Marketing Internacional*. España: Ideaspropias.
- Morales, A. (3 de Mayo de 2018). *Causas de una mala comunicación*. Obtenido de More From Medium: <https://medium.com/@angelmoralesk/3-causas-de-una-mala-comunicaci%C3%B3n-2cf85e3f85ec>
- Noboa, A. (2015). *Comunicar con éxito*. Costa Rica: CIDIA.
- Orihuela, J. L. (2008). Internet: la hora de las redes sociales. *Al otro lado de la pantalla*, 58.
- Parrales, M. (12 de 12 de 2018). *12 características*. Obtenido de Características de la asertividad: <https://www.12caracteristicas.com/asertividad/>
- Peñañiel, E. (14 de febrero de 2014). *Habilidades Sociales*. México: Editex.
- Perez, J. (02 de 02 de 2017). *Comunicacion Online*. Obtenido de Viralidad concepto y ejemplos: <https://comunicacionparatodos.wordpress.com/2012/02/02/viralidad-concepto-y-ejemplos/>
- Pérez, M. G. (2017). Acoso escolar y cibernético en estudiantes universitarios. *Revista en Investigación en Educacion*, 12.
- Ponce, J. P. (Octubre de 2018). *Formacion Gerencial*. Obtenido de <https://blog.formaciongerencial.com/estadodigitalecuadoroctubre2018/>
- Rafael Aleixandre-Benavent, A. F.-S. (4 de Agosto de 2009). *Que nos aportan las redes sociales*. Obtenido de Que nos aportan las redes sociales: <https://recyt.fecyt.es/index.php/ThinkEPI/article/viewFile/31263/16612>
- Ramirez, A. (2015). *El sentido de las funciones sustantivas*. Bogotá: USTA.
- Rivera, G. (8 de Octubre de 2015). *Ventajas y desventajas de la asertividad comunicacional*. Obtenido de MARCA.2.0: <https://www.merca20.com/7-ventajas-que-tendras-si-practicas-la-asertividad/>
- Rodas, E. Y. (2017). *COMUNICACIÓN EFECTIVA Y TRABAJO EN EQUIPO*.

- Rodriguez, D. (2013). *Memecracia*. Barcelona: Egedsa.
- Rowan, J. (2015). *Memes*. Madrid: Swing Libros.
- Salinas, D. T. (2008). Mark Zuckerberg, fundador de Facebook, en la Universidad de Navarra. *El profesional de la informacion*, 681-684.
- Sánchez, J. (2000). *Morfosintaxis Latina*. Murcia: Tácito.
- Sanchez, J. (2010). *Redes sociales profesionales*. Perú.
- Sanchez, S. (7 de noviembre de 2017). *Expansión*. Obtenido de Como se hace viral un meme: <https://expansion.mx/tecnologia/2017/11/06/como-se-hace-viral-un-meme>
- Sanicola, L. (1996). *Redes sociales y menores en riesgo*. Buenos Aires: Lumen Hvmantitas.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. Pearson.
- Sensi, L. (14 de abril de 2013). *El Circulo*. Obtenido de Asertividad y comunicacion : <http://www.circuloeconomiaalicante.com/blog/la-comunicacion-asertiva-una-habilidad-personal-y-profesional/>
- Shelton, N. (2015). *Haga oír su voz sin gitar*. Madrid: MARCAR S.A.
- Smith, K. (29 de abril de 2019). *Brandwatch*. Obtenido de <https://www.brandwatch.com/es/blog/116-estadisticas-de-las-redes-sociales/>
- Station, R. (12 de Marzo de 2017). *Qué son las Redes Sociales y cuáles son las 10 más importantes*. Obtenido de RD Station: <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>
- TICbeat. (22 de Diciembre de 2011). <https://www.ticbeat.com/socialmedia/uso-redes-sociales-nivel-mundial/>. Recuperado el 10 de Diciembre de 2019, de [socialmedia/uso-redes-sociales-nivel-mundial/](https://www.ticbeat.com): <https://www.ticbeat.com>
- Toledo, M. (2019). *MEDIOS DIGITALES Y SU IMPACTO EN LA COMUNICACIÓN DE LOS ADOLESCENTES DE LA COOPERATIVA SALVADOR ALLENDE, PARROQUIA SAN CRISTÓBAL, CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2019*. Quevedo.
- Traverso, P. A., Williams, B. G., & Palacios, I. d. (2017). *La comunicacion efectiva como elemento de exito en los negocios*. Samborondon, Ecuador: UNIVERSIDAD ECOTEC.
- Trejos, J. (2018). *Las funciones sustantivas de la Educación*. Cali: Pontifica Javeriana.
- Vega Lopez, M. G. (2013). Ciberacoso: victimización de alumnos en escuelas secundarias publicas de Tlaquepaque. *Revista de Educación y Desarrollo*, 14.
- Vences, N. A. (2009). Las redes sociales como herramienta educativa. *Revista Electronica Ada-Madrid*, Volumen 3, número 3.
- Wellman, L. G. (2000). *STUDYING ONLINE SOCIAL*.

Xiomara De Aparicio. (2017). Ventajas y desventajas de las funciones sustantivas. *Revista Universidad y Sociedad*, 50 - 68.

ZAMBRANO, V. J. (2015). *ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA FORMACION DE LOS JOVENES DEL COLEGIO DEL CANTON YAGUACHI*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7468/1/TESIS%20%20COMPLETA.pdf>