

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

**Tesis previa a la obtención del Título de: LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:
ESTRATEGIA EDUCOMUNICATIVA PARA LA LECTURA CRÍTICA DE
REDES SOCIALES EN INTERNET PARA ADOLESCENTES DE OCTAVO
DE BÁSICA A TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO
PARTICULAR EXPERIMENTAL LEV VYGOTSKY**

**AUTORAS:
MARÍA DE LOS ÁNGELES ALBUJA PUYOL
JULIA ELIZABETH FABARA ARIAS**

**DIRECTORA:
CRISTINA NARANJO**

Quito, septiembre de 2012

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, 27 de septiembre 2012.

María de los Angeles Albuja Puyol

1714260104

Julia Elizabeth Fabara Arias

1709241374

Agradecimientos

Las autoras de la tesis quieren expresar un especial reconocimiento y agradecimiento al Colegio Particular Experimental Lev Vygotsky por todo el soporte, apoyo y apertura en la ejecución del trabajo con los estudiantes, planta docente y personal administrativo, en especial a Teresa Vinueza y Janeth Melo por el constante acompañamiento y comprensión en las acciones ejecutadas.

También, compartir la inmensa gratitud hacia la Msc. Cristina Naranjo, directora de tesis, quien apoyó de forma incondicional en la elaboración del trabajo, dedicando tiempo adicional, consejos prácticos, guía y paciencia, siempre desde una postura profesional, objetiva y crítica durante todo el proceso.

Finalmente a todas las personas que aportaron con amor, tiempo, ideas, participación y entrega en la ejecución de cada capítulo.

Sinceramente,

María de los Angeles Albuja Puyol

Julia Elizabeth Fabara Arias

Dedicatoria:

A la Titi y al Chanchi gracias por todo.

En el devenir de este proceso de mi vida, he sido beneficiada con la compañía de personas incomparables, que de muchas maneras contribuyeron a la culminación de un objetivo, además de académico, vital.

Por eso quiero empezar agradeciendo a mi familia: Eulalia, Julia, Esteban, Tammy, Ricky, Juanito, sin ellos no habría sido posible siquiera dar el primer paso, a mi amor y compañero de vida: Fernando, mi pilar emocional, a mis amigas las brujas: Daysi, Cris, Eli y Belén que con sus consejos, comprensión y compañía proporcionaron calidez y satisfacciones, y finalmente a mis compañeros de estudio y de trabajo por su apoyo y colaboración durante largos procesos de investigación y construcción teórica.

Con todo mi amor.... Juli

Dedicatoria:

El camino para la elaboración de esta tesis ha sido lleno de enseñanzas de vida, ha sido un andar rodeado de personas a quienes quiero hacer un especial reconocimiento: compañeros de trabajo de distintos lugares, amigos y amigas que me han fortalecido, y aconsejado. Así también, a quienes integran el Colegio particular Lev Vygotsky, en el cuál crecí y me desarrollé durante la adolescencia y que me acogió también en esta nueva etapa.

Sin embargo, mi mayor soporte, impulso y motivación ha sido mi familia: mis padres, para quienes no tengo palabras de agradecimiento, mi madre que ha sido constante para no dejarme decaer, mi padre quien con franca sonrisa me devolvía energía, mi hermano, en la absolución de consultas frecuentes y mi hermana, por dejar de hacer sus cosas para apoyarme, que se convirtió en mi fortaleza; con profundo amor les agradezco y es por ello que les dedico este trabajo.

También una inmensa gratitud a mis primos y tíos, por el apoyo desinteresado. No puedo dejar de reconocer a mi compañero, mi amigo, quien se sumó en el trabajo diario para dar los últimos pasos y sellar un sueño.

Mis sinceros agradecimientos a todas las personas que estuvieron junto a mí con el corazón, con sinceridad, con palabras, con oídos y abrazos también.

Con profundo y sincero amor.

María de los Ángeles.

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| Introducción..... | 1 |
| CAPÍTULO I: INTERNET, APROXIMACIÓN A UN FENÓMENO EN CONSTANTE EVOLUCIÓN..... | 3 |
| 1.1. Breve historia de Internet | 3 |
| 1.1.1 Web 1.0 | 4 |
| 1.1.2 Web 2.0 | 4 |
| 1.1.3 El ritmo de la innovación en una evolución constante..... | 5 |
| 1.2. Redes sociales en internet, aristas de un estudio | 7 |
| 1.2.1. Hacia una definición | 8 |
| 1.2.2. Redes sociales en internet para todos los gustos..... | 10 |
| 1.2.3. Redes para un enfoque | 12 |
| 1.2.3.1. Facebook | 12 |
| 1.2.3.2. Twitter | 14 |
| 1.2.3.3. YouTube | 16 |
| 1.2.4 Ventajas y desventajas de las Redes Sociales..... | 18 |
| 1.2.4.1. Facebook | 18 |
| 1.2.4.2. Twitter..... | 23 |
| 1.2.4.3. YouTube | 27 |
| 1.2.4.4 Blogger | 29 |
| 1.2.5. Dimensionando las redes sociales en internet, como objeto de estudio | 34 |
| 1.2.5.1. Dimensión tecnológica | 34 |
| 1.2.5.2. Dimensión sociológica..... | 35 |
| 1.2.5.3. Dimensión educativa | 36 |
| 1.2.5.4. Dimensión comunicativa | 37 |
| 1.2.6. Adolescentes + redes sociales en internet, tal para cual..... | 38 |
| 1.2.6.1. La población virtual en la era digital | 39 |
| 1.2.6.2. ¿Adolescentes nativos o migrantes?..... | 40 |
| 1.2.6.3. Nativos + presencialidad | 41 |
| 1.2.6.4. Nativos + virtualidad web2.0..... | 42 |
| 1.2.7. Las nuevas relaciones virtuales de este siglo..... | 43 |
| 1.2.8. Los adolescentes en esta nueva relación virtual | 48 |
| CAPÍTULO II: EL BINOMIO CONSTRUCTIVISMO / EDUCOMUNICACIÓN EN LA ERA ACTUAL..... | 50 |
| 2.1 Alfabetización digital | 53 |
| 2.2 Lectura Crítica y Pensamiento Crítico | 55 |
| 2.2.1 Lectura crítica en Internet..... | 57 |
| 2.2.2 La lectura crítica en las RSV..... | 59 |
| 2.3 Las Redes Sociales Virtuales, un desafío educ comunicativo de la educación formal | 62 |
| 2.3.1 Una vida doble: entre lo real y lo virtual | 65 |
| CAPÍTULO III “ESTRATEGIA EDUCOMUNICATIVA PARA ADOLESCENTES CRÍTICOS EN ESPACIOS VIRTUALES” (EDACEV)..... | 72 |
| 3.1 Diagnóstico de la realidad virtual en adolescentes | 72 |
| 3.1.1 Metodología | 73 |
| 3.1.2 Grupo 1 – adolescentes..... | 74 |

| | |
|--|-------------------|
| 3.1.2.1. Tiempo de uso..... | 75 |
| 3.1.2.2. Motivaciones de uso | 76 |
| 1.2.2.3. Redes sociales preferidas | 79 |
| 1.2.2.4. Nociones de seguridad y dificultades | 81 |
| 3.1.2.5. Relación virtual con padres y profesores..... | 83 |
| 3.1.2.6 Relación virtual – presencial con los amigos..... | 84 |
| 3.1.3. Grupo 2 – Padres de Familia | 90 |
| 3.1.4. Grupo 3 – Autoridades..... | 95 |
| 3.1.4.1. Entrevista a la Lic. Teresa Vinuesa, Rectora del Colegio | 95 |
| 3.1.4.2. Entrevista a la Lic. Janeth Melo, Directora del Departamento de Bienestar Estudiantil | 96 |
| 3.1.5. Grupo 4 – Mediadores | 96 |
| 3.2. Diseño de la EDACEV en el Colegio Particular Experimental Lev Vygotsky..... | 97 |
| 3.2.1. Procedimiento de la Estrategia..... | 98 |
| 3.2.1.1 Esquema Focus group: | 99 |
| 3.2.1.2. Ficha de evaluación de Focus Group:..... | 100 |
| 3.2.1.3. Esquemas talleres estudiantes:..... | 101 |
| 3.2.1.4. Fichas de evaluación talleres estudiantes:..... | 103 |
| 3.2.1.5. Esquema taller mediadores: | 104 |
| 3.2.1.6. Fichas de evaluación talleres mediadores:..... | 105 |
| 3.2.1.7. Esquema taller y padres/madres de familia:..... | 105 |
| 3.2.1.8. Fichas de evaluación talleres padres/madres de familia: | 106 |
| 3.2.1.9. Población y Muestra..... | 110 |
| 3.2.2. Técnicas de recolección de la información e instrumentos de la investigación | 112 |
| 3.2.3. Ejecución de EDACEV en el Colegio Particular Experimental Lev Vygotsky | 112 |
| 3.2.3.1. Focus group:..... | 112 |
| 3.2.3.2. Talleres: | 113 |
| 3.2.4. Socialización de la Estrategia | 115 |
| 3.2.4.1. Creación de cuentas en redes sociales:..... | 115 |
| 3.2.5. Validación de resultados de la EDACEV | 118 |
| 3.2.5.1. Resultados Estudiantes | 118 |
| 3.2.5.2. Resultados Mediadores..... | 125 |
| 3.2.5.3 Resultados Padres/Madres de Familia:..... | 129 |
| Conclusiones y Recomendaciones | 131 |
| Conclusiones:..... | 131 |
| Recomendaciones: | 134 |
| <i>Bibliografía.....</i> | <i>135</i> |

Resumen

Las redes sociales en internet se han convertido en estructuras sociales en sí mismas, contienen sus propios códigos y convencionalismos que, conjuntamente con el factor tecnológico de sus interfaces, legitiman, en los adolescentes, modas, comportamientos y otras formas de interacción que se traspolan a las relaciones presenciales de su círculo social, por tal razón es imperativo un proceso crítico de análisis en el ir y venir entre los mundos virtual y presencial.

La estrategia está encaminada a propiciar, en el adolescente, una lectura crítica que contemple todos los factores inmersos en la comunicación por plataformas virtuales. Partiendo de un diagnóstico realizado en el Colegio Particular Experimental Lev Vygotsky, a todos los alumnos de 12 a 18 años se recurrió al constructivismo y la educomunicación, para diseñar talleres, productos comunicativos y conexiones en Redes Sociales en Internet, dirigidos a despertar la criticidad de los adolescentes y los actores involucrados en su aprendizaje, en su interacción con otros sujetos en las Redes Sociales Virtuales.

La aplicación de la estrategia permitió establecer las bases para una cultura crítica relacionada a este tipo de tecnologías imbricadas en el desarrollo y aprendizaje de los adolescentes, la cual seguirá cimentándose en el diario vivir de los adolescentes y las aristas aplicables del centro de estudios, su metodología y competencias curriculares.

En conclusión, la investigación, la estrategia y su aplicación como estudio de caso, consiguieron marcar un hito en torno a las Redes Sociales Virtuales y su sentido en los procesos vitales de los adolescentes, en conjunto con su entorno social, determinando la tendencia hacia una lectura crítica de procesos virtuales que han sido naturalizados por el solo hecho de existir.

Introducción

El universo del ciberespacio, nacido del boom del internet, proporciona una infinidad de desarrollos y aplicaciones que se generan de manera vertiginosa, por ello se contempló la necesidad de diseñar e implementar una estrategia que permita concretar un proceso de lectura crítica de tecnologías cada vez más vigentes, como las redes sociales virtuales; invenciones que, por su ritmo constante de innovación e implementación en las audiencias, se naturalizan como parte de la cotidianidad de los adolescentes.

Esa *cotidianización* deja de lado ciertas consideraciones y contextualizaciones necesarias para proporcionar un ritmo constructivo de uso de estas TIC's, que permita incluirlas en procesos educativos y vivenciales tendientes al pensamiento crítico y reflexivo, convirtiéndolas en herramientas capaces de fomentar conciencia del mundo y la forma de actuar en el mismo, sin caer por esto, en manifiestos deontológicos, sino más bien en instrumentos que co – construyan el aprendizaje consecuente de los sujetos y del papel que vislumbran afrontar en su devenir como jóvenes y posteriormente adultos.

Para esto se tomó como estudio de caso al Colegio Particular Experimental Lev Vygotsky, comenzando por un diagnóstico conformado por entrevistas, encuestas y grupos focales (focus group), que incluyó a todos los estudiantes desde octavo año de educación básica hasta tercer año de bachillerato, además de contar con la participación de otros actores involucrados en el proceso formativo de los adolescentes, como son profesores y padres de familia.

A partir de los resultados arrojados por el diagnóstico, se continuó con la cimentación conceptual del derrotero a seguir para encaminar la estrategia, tomando al constructivismo como sostén educativo y la escuela latinoamericana como pilar comunicativo, todo esto imbricado con la educomunicación como aglutinante entre lo conceptual y lo tecnológico.

Consecuentemente con el proceso, el siguiente paso correspondió al diseño de la estrategia, conformada por insumos educativos, talleres, perfiles y publicaciones en redes sociales virtuales, todo con el fin de despertar el interés, cimentar y fomentar los procesos de lectura crítica, apropiarse y mantener en la memoria lo desarrollado durante la implementación de la estrategia.

Por último se realizó un proceso de validación, por medio del diseño de un instrumento metodológico dirigido a todos los actores que participaron en el proceso, lo cual permitió determinar la validez de la metodología propuesta y la posibilidad de utilizarla en un futuro, tanto en la misma entidad educativa, como en otras instituciones interesadas en desarrollar este tipo de procesos que involucran a las TIC's y adolescentes.

CAPÍTULO I: INTERNET, APROXIMACIÓN A UN FENÓMENO EN CONSTANTE EVOLUCIÓN

1.1. Breve historia de Internet

Durante los últimos años, internet ha supuesto la mayor revolución tecnológica a nivel mundial, un medio de comunicación global que ha superado completamente a sus antecesores, en principio siendo una herramienta masiva de propagación de la información y convirtiéndose, después, en el mayor instrumento de difusión de contenidos elaborados por sus usuarios de todo el planeta; un ejemplo pragmático de la democratización de la comunicación y de la libertad de expresión en su apogeo, además de ser el resultado de un conjunto de acciones motivadas por la ciencia y la investigación y no por el desarrollo mercantil tal como lo explica el artículo *Breve historia de Internet*: “Internet representa uno de los ejemplos más exitosos de la inversión sostenida y del compromiso de investigación y desarrollo en infraestructuras informáticas...”¹, o como lo dice Manuel Castells “...el mundo de la empresa no fue en absoluto la fuente de Internet, es decir, Internet no se creó como un proyecto de ganancia empresarial...”²

El objetivo de internet fue militar y posteriormente investigativo, ya que unió a los estudiantes de varias universidades con la finalidad de acompañar su aprendizaje; y no antes de los años 90's empezó con fuerza la utilización y apropiación de esta tecnología que nació desde el ARPAnet, una red interestatal del Departamento de Defensa de Estados Unidos desarrollada en los 60's, destinada a uso puramente institucional, que dio paso a una red más amplia en 1983, año que es considerado el del nacimiento de Internet uniando, a su vez, redes desarrolladas en otros países y direccionadas a un núcleo central, el ARPAnet, esta red de redes, desde sus inicios

¹ Leiner B, VintonG, Clark D, Khan R, Kleinrock L, Lynch D., Postel J., Roberts L., Wolf S., Una breve historia de internet (traducción del artículo brief history on internet) Junio 1997. Revista On the Internet.

² Castells Manuel. Internet y la sociedad red. Conferencia de Presentación del Programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Universidad Oberta de Catalunya. 7.10.2000.

experimentó crecimiento mensual del 20% de usuarios a nivel mundial, hasta que hoy en el presente, llega a 1970 millones de usuarios en el planeta³.

Internet es un conjunto de computadores que se conecta entre sí con la finalidad de compartir diversidad de contenidos y buscar preferencias, una red que, hasta la actualidad ha evolucionado de la mano con la tecnología y sigue actualizándose con el paso del tiempo. Para efectos del presente estudio se lo dividirá en dos partes según las aplicaciones e interacción con el usuario: web 1.0, 2.0, aunque actualmente ya está siendo usada la web 3.0 (realidad virtual) no se profundizará en ésta, debido a que no aglutina los contenidos objeto de la investigación.

1.1.1 Web 1.0

Internet de primera generación en el cual se visualiza en las páginas web su contenido específico adecuado con lo que el usuario está buscando. En esta web se puede incluir fotos, vínculos con otros sitios y ventanas de exploración; el usuario no puede insertar contenido, además de que la mayoría de software dedicado y aplicaciones tecnológicas se deben descargar mediando un pago y pueden ser utilizadas únicamente después de instalarlas en el computador del usuario.⁴ Una red dedicada mayoritariamente para mostrar y difundir contenidos de una sola vía ideal para difundir negocios, empresas e instituciones.

1.1.2 Web 2.0

Esta web es el camino siguiente en el desarrollo del internet, se caracteriza porque está basada en el consumidor y su interactividad, es decir, permite al internauta crear y compartir contenidos en el ciber espacio. El consumidor de información de la web 1.0 se ha convertido ahora en un productor – consumidor (se ha creado a nivel del

³ Periódico Perú 21. Noticia edición digital “En 2010 de enviaron 107 billones de mails” de 18-01-2010. Revisado el 18 de enero de 2010 <http://peru21.pe/noticia/699262/2010-se-enviaron-107-billones-mails>.

⁴ Gosende Xavier. Qué es la Web 2.0. Microsoft 2011. Disponible en: http://www.microsoft.com/business/smb/es-es/internet/web_2.msp Consultado: 10 de enero de 2011.

lenguaje tecnológico la palabra “Prosumidor”⁵ para definir al usuario de la web 2.0 que ya no necesita conocer de programación ni ser un ingeniero de sistemas para subir información a la red de redes.

Para ello se crearon un sinnúmero de plataformas, software gratuito y aplicaciones que ya no requieren ser instaladas en el computador para utilizarlas, estas aristas nacidas de la web 2.0 son los blogs o publicaciones inmediatas de texto y fotografías (Ej: Blogspot de Google), el microblogging o mensajes cortos para transmitir novedades escuetas (Ej: Twitter) , las redes sociales (Ej: Facebook), las plataformas de video (Ej: YouTube) entre otras que van surgiendo a medida que son detectadas las necesidades de los consumidores.

Lo más interesante de este tipo de red es la posibilidad de interacción entre los cibernautas y su capacidad de apropiación de tecnologías que permitan compartir con los demás los pensamientos y acciones de las personas, dirigidos hacia sus pares – hablando de otros usuarios que navegan por internet, dejando atrás la figura del web máster como catalizador de opiniones y comentarios de todo tipo que se desarrollaban en la web 1.0.

1.1.3 El ritmo de la innovación en una evolución constante

Actualmente está en auge el desarrollo de la denominada red 3.0 que comprende, además de características de las web anteriores, un componente que hace algunos años sería parte de una obra de ciencia ficción, la realidad virtual, la capacidad de interrelacionarse en 3D con otra entidad que crea su perfil en función de cómo quiere ser percibida en el mundo digital. Aunque ésta no es la única dirección por la que transita la vorágine de los bits, existen otros campos que según perspectivas realizadas por expertos en el tema, serán los más explotados a medida que la avidez de contenido lo demande.

⁵ Gosende Xavier. Qué es la Web 2.0. Microsoft 2011. Disponible en: http://www.microsoft.com/business/smb/es-es/internet/web_2.msp Consultado: 10 de enero de 2011.

Los desarrollos de este campo, al tener recursos innumerables, pueden llegar a derroteros tan inverosímiles como la capacidad del cerebro humano permita, y es que la evolución, según un estudio de Morgan & Stanley a finales de 2010⁶ llevará hacia un aumento sin precedentes del internet móvil (telefonía celular) en detrimento del uso de internet en computadores personales, ya que sigue mejorando constantemente la velocidad y capacidad de navegación en aparatos cada vez más pequeños, con aplicaciones para todos los gustos y poderes adquisitivos.

Esto identifica una tendencia cada vez más marcada hacia la individualización de la interfaz necesaria para transitar por internet, es decir, si en otros tiempos varios miembros de una familia compartían el uso y navegación en un computador, el auge de más y más pequeños aparatos personales como los netbooks y los celulares con acceso a internet, crea una perspectiva del yo mediado por lo que tecnológicamente posee como individuo y el contenido que, a través de estos aparejos puede crear y compartir.

Otra perspectiva digital interesante de CISCO⁷ es que para el 2015 el tráfico de internet será mayoritariamente de videos compartidos, video llamadas y canales de WebTV que propende a una liberación de contenidos audiovisuales sin precedentes, producidos por los usuarios hacia otros internautas para ser objeto de consumo y marcador de diversas tendencias. Aunque la reflexión es otro campo que no necesariamente se permite en toda su complejidad, en tan increíble velocidad de innovación.

Esto tiende a la universalización de usuarios y contenidos, así como también a las facilidades del mundo futuro para producir, editar y publicar videos de todas las características que manifiesten el sentir de un usuario hacia el mundo y la sociedad, transmitido en función de lo que se logra crear, mas no de lo que se puede compartir, es decir, las limitaciones están solamente en la producción y no en la difusión.

⁶ http://www.morganstanley.com/institutional/techresearch/pdfs/Internet_Trends_041210.pdf

⁷ <http://soxialmedia.com/infografia-el-futuro-de-internet-en-2015/>

1.2. Redes sociales en internet, aristas de un estudio

*“Las redes forman parte de nuestra propia naturaleza biológica y cultural. Somos seres sociales y formamos redes desde nuestros inicios evolutivos. A lo largo de la evolución de nuestra especie y del desarrollo histórico de nuestras sociedades, la estructura de estas redes ha ido cambiando.”*⁸

Desde los comienzos de su historia el ser humano fue formando redes de comunidad cerradas, para certificar la accesibilidad a recursos que garanticen su existencia y una identidad que encierre los propósitos y la vida cotidiana de la misma, se formaron tribus y clanes cuyo vínculo principalmente se determinaba por lo familiar.

El crecimiento de la población y la diversificación de las formas de satisfacer las necesidades dieron paso a otros tipos de organización en red, las cerradas y las no completamente cerradas, como lo denomina Granovetter, vínculos fuertes y débiles, siendo los primeros aquellos que se establecen con personas con quienes hay contacto y proximidad, como compañeros de estudios, trabajo o familiares, en contraposición con los vínculos débiles que son los aleatorios y ocasionales, aquellos que pueden mantenerse, pero que no necesariamente son reforzados por una mayor cercanía.⁹

En la sociedad contemporánea, y a través de la evolución de estos sistemas de redes personales, ayudado por los avances tecnológicos de información y comunicación constantes de los que somos testigos a un ritmo vertiginoso, el sistema de redes sociales mayoritariamente aglutinante y utilizado en el mundo es el de plataformas y webs de internet, que mediante la creación de un perfil, permite el contacto con otros varios perfiles de otras personas conectadas a su vez en esa misma aplicación tecnológica, esto da paso a interactuar y comunicar en un mismo sitio virtual, cualquier tipo de información mediante sinnúmero de formas y contenidos (los límites están en lo que el código binario permita) tanto a los vínculos fuertes como a los débiles, que se encuentran interactuando, a su vez, con otros vínculos fuertes y débiles .

⁸ Freire, Juan. “Redes sociales: ¿modelos organizativos o servicios digitales?”. En: *El profesional de la información*, 2008, v. 17, n. 6, noviembre – diciembre, pp. 585.

⁹ Granovetter, Mark S. (1973). “The strength of weak ties”, en: *American Journal of Sociology*; vol. 78, n.-6. (pp.1360 – 1380).

La facilidad de la tecnología, a la cual es necesario adaptarse a un ritmo acelerado, permite compartir e interactuar con varias personas al mismo tiempo, sin limitaciones espacio temporales. Esta característica de la web 2.0 es precisamente lo que ha convertido en un éxito mundial a las plataformas web, acompañada por la gratuidad de su uso y la accesibilidad de su manejo, especialmente en adolescentes y jóvenes que han crecido paralelamente al avance tecnológico logrado desde la creación de la computadora personal, aunque, precisamente es este ritmo acelerado de innovación de la sociedad red¹⁰, el que nos direcciona a vivir en un mundo cada vez más complejo, donde los límites no están claramente establecidos y que logra que exista la necesidad de estar en red para comprender y posteriormente naturalizar tales innovaciones.

1.2.1. Hacia una definición

Dada la velocidad vertiginosa del avance en el uso y construcción de las redes sociales en internet RSV¹¹, añadida a la diversidad de utilidades y posibilidades de congregación de usuarios, no debe haber persona en el mundo que pueda dudar que quede mucho por ver en este tipo de desarrollo, ¿Tal vez alguna nueva forma de conglomerado virtual universal? Todo depende del ser humano, ya que el desarrollo web se legitima siempre y cuando los usuarios se decanten por él.

Esta condición de depender del ser humano es lo que determina la complejidad del estudio de las redes sociales, puesto que mientras haya variables de interés de determinados grupos, existen muchas posibilidades de innovación en este campo y nuevas perspectivas de desarrollo de aplicaciones y nuevas redes. Hay que retroceder unos años hacia las primeras redes para darse cuenta de que las limitaciones que hace algunos años poseían han ido desapareciendo, incluso hasta abrir su código y dejar al internauta desarrollar utilidades para compartirlas con el mundo, como lo explica

¹⁰ Castells, Manuel. La era de la información: economía, sociedad y cultura, 2008, vol. I: La sociedad red (3ra edición). Alianza.

¹¹ RSV: Red social virtual.

David Caldevilla *“Los límites que definían y frenaban a las antiguas redes sociales han sido eliminados y los nuevos están siendo redefinidos por las actuales”*¹²

Para determinar una explicación que defina las redes sociales, puede aportar algunas luces el concepto del Dr. Gustavo Aruguete en las Jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector en la Universidad Di Tella de Buenos Aires, Argentina, en noviembre de 2001:

*“Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos.”*¹³

Esta definición es la que más se acerca a lo que se pretende mostrar en el presente estudio, ya que los intercambios en red que se viven en la web 2.0 están inmersas en una modificación constante, creando y adoptando necesidades que conjugan diferentes grupos de personas en torno a las mismas, con una interacción inmediata que va más allá de la presencialidad y otras limitaciones, que se vuelven una opción válida creada por la pérdida de espacios de conjunción y discusión cara a cara, como lo menciona el Dr. Aruguete:

*“Una sociedad fragmentada en minorías aisladas, discriminadas, que ha desvitalizado sus redes vinculares, con ciudadanos carentes de protagonismo en procesos transformadores, se condena a una democracia restringida. La intervención en red es un intento reflexivo y organizador de esas interacciones e intercambios, donde el sujeto se funda a sí mismo diferenciándose de otros.”*¹⁴

Redes que en el transcurso de la historia humana se han ido fragmentando por el devenir de la sociedad de la industria y el consumo, aquellos espacios de reunión se fueron dejando atrás con el pretexto de la productividad extrema, y es la web 2.0 la

¹² Caldevilla, David. “Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual”. En: *Documentación de las ciencias de la información*, 2010, v. 33. pp. 45-68.

¹³ Zamora, Marcelo. “Redes sociales en internet”. En: *Maestros del web*, 2006. <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>

¹⁴ Zamora, Marcelo. “Redes sociales en internet”. En: *Maestros del web*, 2006. <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>

que devuelve los espacios de reflexión y activismo, de comunicación de doble vía, necesaria para democratizar las sociedades, un espacio de libre expresión que ha sido el aglutinante y disparador de procesos sociales como la congregación de protestas en medio oriente que debilitó a gobiernos como el de Egipto que se pensaban perennes. Aunque no llegarán a igualar la complejidad de las relaciones sociales mediadas por la presencialidad, son una vía excelente para ir más allá de lo espacio temporal, llegando hacia innovadores procesos de organización social, como se ha podido constatar en la Primavera Árabe de 2011 y en los movimientos Occupy e Indignados a nivel mundial.

1.2.2. Redes sociales en internet para todos los gustos

La gama inmensa del desarrollo web hace que se cree una nueva red social en cuanto se identifica una forma de congregar a un grupo de usuarios y responde directamente a la necesidad innata del ser humano de compartir, llegar a acuerdos, buscar aprobación de un alter ego, en conjunción con la capacidad inimaginable de expandir las audiencias, opiniones.

A pesar de la capacidad ilimitada existen características generales compartidas¹⁵ por las RSV, su fin es contactar entre sí a un grupo (limitado o ilimitado) de personas, mediante plataformas de acceso simple y de fácil conexión, generan interacción entre todos los usuarios de la plataforma contactando a unos con otros, que permita compartir información y facilite a otros contactos, que puedan ser útiles para los usuarios; tienen implícita la tendencia a establecer un contacto personal más allá del virtual que fomenta una nueva clase de encuentros sociales presenciales, vuelven el espacio y tiempo relativo en función al contacto inmediato y por último difunden la plataforma valiéndose de los usuarios de la misma, quienes virilizarán las utilidades de determinada RSV, volviéndola popular.

¹⁵ Tenzer, Simón. Ferro, Olga. Palacios, Nuria. “Redes Sociales Virtuales: personas, sociedad y empresa”. En salonvirtual.upel.edu.ve/pluginfile.php/19830/mod_resource/content/0/Redes_Sociales/Redes.pdf

Sin embargo, se las puede clasificar en base a la especificidad del contenido compartido, o del gusto o tendencia aglutinador de individuos, para efectos de este estudio y gracias al aporte de Caldevilla (2010)¹⁶, se clasificarán las RSV en:

- **Generales:** Son aquellas en las cuales se comparte, por medio de un perfil, actualizaciones de estado, pensamientos y diversas formas de opinión, difusión y viralización de contenido, en esta casilla podemos agrupar a redes como Facebook, Twitter, Hi5, Netlog, Ning, entre otras.

- **Fans:** En este tipo entran diversas redes que se aglutinan en torno a los gustos de los internautas, la característica principal es que hay que ser fan de algo para compartirlo con otros internautas que les guste lo mismo, aquí podemos encontrar, entre muchas otras, las redes de:

a) Juegos: Xbox, Live, Viciaos

b) Bloggers: Alianzo, Bitácoras

c) Música: Red Karaoke, Myspace, Nvivo

d) Deporte: Incondicionales, Servifutbol.

- **Estados vitales:** En este caso el aglutinante es la generación, es decir, son RSV que congregan a gente del mismo grupo de edad. De esta clase podemos encontrar plataformas como: Twenti, Lazoos, Abuelos en la red, etc.

- **Contenidos:** Este tipo de redes se caracteriza por el tipo de contenido multimedia a ser publicado para compartirlo e intercambiarlo con otro grupo de internautas. Entre estas redes se encuentran: Flickr, Fotolog, Menéame, YouTube, Vimeo, Dalealplay.

- **Profesionales y activistas:** Redes que congregan a individuos con un interés específico y determinado, centrado en su carrera profesional o dirigida hacia la concientización sobre problemas sociales, ambientales, económicos o de diversa índole. Entre este tipo se encuentran: LinkedIn, Xing, Change.org, Tuplanet, etc.

¹⁶ Caldevilla, David. "Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual". En: *Documentación de las ciencias de la información*, 2010, v. 33. pp. 45-68.

Esta clasificación está dirigida a demarcar un derrotero acerca del abordaje que se les dará a las RSV, determinando así mismo un enfoque que permita desarrollar las aristas de una visión particular dirigida hacia la lectura crítica de las mismas y el potencial infinito para construir sujetos conscientes de sus posibilidades en un mundo mediado y mediatizado por las TICs.

1.2.3. Redes para un enfoque

Es imperativo tomar cuatro redes que determinan en sí mismas la mayor parte del tráfico mundial, cuya tendencia se repite en el grupo objetivo del estudio de caso, visualizada a partir del diagnóstico realizado¹⁷.

Estas redes aglutinan la diversidad expresada en la clasificación expuesta anteriormente, dos son de contenido general; aunque en términos de desarrollo y formas de aplicación son diametralmente opuestas, las restantes: una de contenido y la última de fans.

Las redes a ser tratadas en la estrategia son: Facebook, Twitter, YouTube y Blogger.

1.2.3.1. Facebook

Esta red fundada en Febrero de 2004, por Mark Zuckerberg y sus compañeros universitarios de Harvard, Dustin Moskovitz, Chris Hughes y Eduardo Saverin, nació a partir de la idea de compartir información personal. La red tuvo tanto éxito que en lapso de dos meses se expandió a otras universidades como Stanford, Columbia y Yale, para diciembre del 2004 alcanzó el millón de usuarios, para convertirse en años posteriores en un gran imperio tecnológico, haciendo de su fundador principal uno de los hombres jóvenes más ricos del mundo.

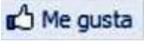
Para enero de 2012, esta RSV cuenta con más de 750 millones de perfiles activos a nivel mundial¹⁸, y es el segundo sitio con más entradas en internet, según el ranking

¹⁷ Diagnóstico Colegio Lev Vygotsky ver página 73.

¹⁸ <http://www.facebook.com/press/info.php?timeline> consultado el 13-01-2012

de Alexa¹⁹. En Ecuador su progresión no difiere de la tendencia mundial ya que para el 2009, Facebook alcanzaba 576.014 perfiles activos en el país²⁰, hasta llegar en Enero del 2012 a 4.075.960 con perfiles activos y ser el primer sitio buscado en la red, según el ranking por país de Alexa²¹. En Quito el número de perfiles activos en Enero 2012 alcanza 1.115.900²².

Facebook es una RSV de código abierto, que, mediante el ingreso de una dirección de correo electrónico y una contraseña permite el acceso a quien lo desee, siempre y cuando declare tener 13 años o más. El primer paso es crear un perfil que contiene información básica como lugar de trabajo, estudio, ubicación por país y ciudad, edad y nombre de usuario, posteriormente el perfil se alimenta a partir de compartir información, desde ¿Qué estás pensando? hasta fotos videos, noticias y links de interés, en fin, múltiples opciones de mantener actualizados a los demás perfiles, que, mediando un proceso de confirmación mutua están autorizados a mirar ese perfil y que se denominan sus amigos, con los cuales, además de las actualizaciones se puede mantener en contacto por medio de mensajes, información de la ubicación y etiqueta de fotografías.

La información puede ser compartida no solamente por medio de perfiles – cuya particularidad es que no puede alcanzar más de cinco mil amigos -, existen otras posibilidades como los grupos en que se reúnen un conjunto de usuarios mediando un interés, tema o cualquier otra posibilidad que tengan en común. El número de miembros es ilimitado. Existen también las páginas en las cuales un negocio, producto, institución o persona famosa, puede compartir su información y actualizaciones por medio de una interfaz que asemeja un híbrido entre perfil de usuario y página web. Las páginas no tienen como “amigos” a otros perfiles sino que los usuarios de Facebook que tienen perfil se suscriben a ellas dando un click en “me gusta” , por medio de ello reciben noticias y actualizaciones de los sitios que han declarado seguir.

¹⁹ <http://www.alexa.com/topsites/global> consultado el 15-01-2012.

²⁰ <http://blog.formaciongerencial.com/2009/11/07/facebook-y-su-evolucion-en-ecuador/> Consultado el 15 de enero 2012.

²¹ <http://www.alexa.com/topsites/countries/EC> Consultado el 15-01-2012

²²

http://www.facebook.com/ads/create/?fbid=234123039995617&campaign_id=365730201698&placement=fbpg1&extra_1=0&extra_2=2250 Consultado el 15-01-2012

La facilidad de mantenerse al tanto de un círculo de personas con las que se comparte es la clave del éxito de Facebook, además que la apertura de código que caracteriza a esta red, permite que los usuarios creen sus aplicaciones y modifiquen sus páginas mediante el uso del FBML, un código de programación que vendría a ser un HTML para Facebook, es una manera de hacer del usuario, co-creador de la experiencia, la que puede moldear según sus intereses, enlazándola a otras redes y aplicaciones como Twitter, YouTube, RSS, etc.



1.2.3.2. Twitter

Red lanzada en 2006 diseñada y creada por Jack Dorsey²³ nació a partir de la idea de compartir sms entre empleados de la compañía de Broadcasts Odeo Inc. de San Francisco Estados Unidos. Liderados por Dorsey, a partir de una lluvia de ideas, concibieron un servicio que a través de un proceso parecido a los mensajes de texto de la telefonía celular pueda hacer conocer a un grupo de gente lo que una persona está haciendo.

La idea empezó a ser utilizada solamente por los empleados de Odeo Inc. al cabo de unos meses fue abierta al público, al poco tiempo el servicio se hizo acreedor del Premio South by west award en categoría de blogen el 2007. En ese mismo año, y a los pocos meses de su lanzamiento al público, esta red pasó de 20.000 tweets al día a 60.000, creciendo abrumadoramente durante los años siguientes hasta que en el

²³ <http://www.cad.com.mx/historia de twitter.htm>

2011²⁴ se cuenta 200 millones de usuarios a nivel mundial. Diariamente hay 500.000 nuevos suscriptores compartiéndose a nivel mundial un promedio de 140 millones de tweets.

Twitter no comparte estadísticas públicamente a nivel mundial y de país, aunque según el ranking de Alexa, está en la posición número 10 en el mundo y en Ecuador es la número 9²⁵, por esta razón existen diversos desarrolladores que mediante algoritmos y probabilidades estadísticas determinan el avance de esta red. En el país, gracias a los datos de uno de estos profesionales de la web²⁶, se estima que hasta finales de 2011 existen 248.861 cuentas activas de twitter, estas cifras proporcionan una idea superficial, ya que no es necesario abrir una cuenta de twitter para mantenerse al tanto de los usuarios, especialmente medios y personalidades, además que no se necesita incluir el país de origen cuando se crea un perfil, por ello, llegar a una cifra exacta de usuarios por país es sumamente difícil, especialmente por el hermetismo de la red social en cuanto a estos datos.

Twitter es una red de microblogging, que mediante no más de 140 caracteres, permite que determinado usuario llene información en una ventana de la interfaz que contiene la pregunta ¿Qué estás haciendo? y la comparta con otros usuarios que se han suscrito a sus actualizaciones, siguiendo su perfil. En esta red, no existen amigos como en Facebook sino seguidores, que son otros usuarios a los cuales les interesa conocer lo que un determinado perfil está haciendo; aunque la opción por default al momento de abrir un perfil en Twitter es que cualquier usuario de la red pueda estar al tanto de los tweets, mediante ingresar a la página web de la red y buscar a un determinado usuario, existen también formas de limitar el acceso a los tweets solamente a los suscriptores o a pocos perfiles.

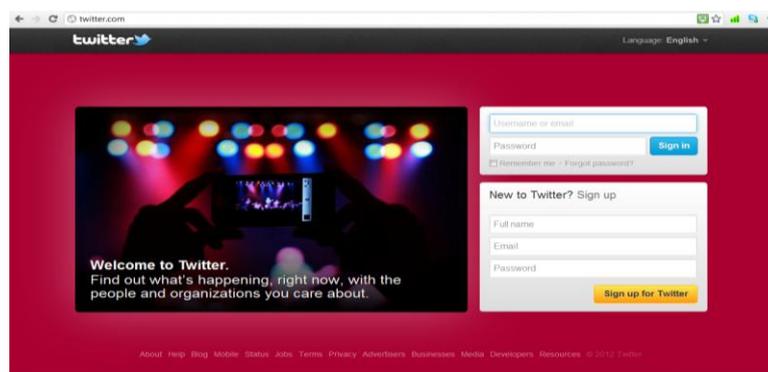
La particularidad de esta red es que permite compartir noticias de última hora, novedades editoriales, pensamiento o frases triviales de manera inmediata a un número indeterminado de personas, por ello es que cada vez más están siendo utilizadas por medios de comunicación y personalidades para establecer un contacto

²⁴ Marketing Directo <http://www.esferadigital21.org/2011/05/16/estadisticas-2011-de-twitter-%C2%A1impresionantes/>

²⁵ <http://www.alexa.com/topsites/countries/EC> Consultado el 15-01-2012

²⁶ <http://www.ecualinkblog.com/2011/04/datos-twitter-latinoamerica-2011.html>

directo con sus audiencias, sin intermediarios, además de la posibilidad de la interacción inmediata, cuando un usuario hace un retweet de la información compartida, tweettea al que lo publicó mediante una mención en su ventana de ¿Qué estás haciendo? o manda un mensaje directo, que es otra posibilidad menos pública de la retroalimentación en esta RSV.



1.2.3.3. YouTube

Esta RSV fue fundada en 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jared Kim, la historia oficial cuenta que la idea surgió a partir de la dificultad que los creadores tuvieron para compartir en la red un video de una fiesta a la que asistieron²⁷. El sitio creció rápidamente, en unos meses ya tenía 50 millones de visitas al día, hasta que actualmente supera los dos mil millones de videos reproducidos por día²⁸, en ranking de Alexa, YouTube aparece como el tercer sitio web más visto en el mundo y en Ecuador²⁹.

YouTube es un espacio para compartir videos, el usuario crea su propio canal y sube videos de su autoría para compartirlos con el resto de internautas, aunque ese es el principio directo de esta RSV, actualmente se debate sobre los derechos de autor, que no son respetados en su totalidad, a pesar de los acuerdos ya realizados con gigante de los medios como Warner Music y Disney entre otras³⁰.

²⁷ <http://www.videoscop.com/historia-de-YouTube.html>

²⁸ <http://www.informador.com.mx/tecnologia/2010/202096/6/YouTube-supera-cifras-de-videos-vistos.htm>

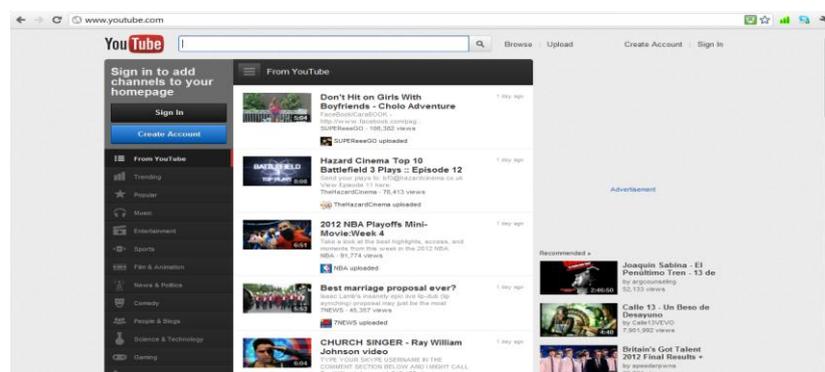
²⁹ <http://www.alexa.com/topsites/countries/EC> Consultado el 16-01-2012

³⁰ <http://www.videoscop.com/historia-de-YouTube.html>

El éxito de la red radica en la facilidad de subir y reproducir videos de innumerables temáticas que mediante la instalación de Flash Player, permite a casi todo tipo de computadora acceder a los mismos, con una pequeña velocidad de carga y sin mayores problemas de manejo de la interfaz que proporciona búsquedas relacionadas inmediatamente con los resultados de las mismas, lo cual permite acceder a otra cantidad de audiovisuales de la misma temática buscada.

En base a los indicadores expuestos, se cree necesario especificar y analizar los elementos positivos y negativos de cuatro espacios virtuales que se suponen “en boga” y que, además, se consideran como los de mayor acceso por parte de los estudiantes. Estos espacios virtuales son: Facebook, Twitter, Blogger y YouTube; cabe aclarar que Blogger y Twitter se seleccionan, más que por su popularidad, por las alternativas de producción de contenido que proporcionan y de acceso a información de actualidad y de manera inmediata, respectivamente.

Es relevante conocer el origen de estas populares redes sociales; así también es ineludible profundizar sobre las ventajas y desventajas que presentan al ser herramientas de fácil uso y acceso, una de sus principales características es el permitir que los usuarios potencien sus capacidades y difundan información a niveles antes inimaginados. Este uso dependerá de la intencionalidad de las millones de personas que se conectan a diario. A continuación se describen estos aspectos para cada red, siendo conscientes que al pasar el tiempo, la información quedará seguro, obsoleta, por el acelerado devenir tecnológico y virtual.



1.2.4 Ventajas y desventajas de las Redes Sociales

1.2.4.1. Facebook

Es considerado uno de los espacios más grandes a nivel mundial que fomenta las relaciones sociales, una red que permite encontrar amigos/as, a quienes no has visto hace mucho tiempo, con la característica de diluir fronteras con seres queridos que se encuentran en distinta ubicación geográfica, que también posibilita ver fotografías, compartir enlaces web de interés y todo tipo de información hipertextual. Este espacio ha permitido desarrollar distintas aplicaciones que resultan de utilidad para sus usuarios, los mayores avances que ha logrado son a nivel educativo con aplicaciones que han surgido ante la necesidad de profesores en todo el globo por dinamizar sus clases y no satanizar un espacio de tanto interés para los chicos/as; estas aplicaciones pretenden incluir a la red social como una herramienta educativa dentro y fuera del aula.

Se presentan a continuación las de mayor popularidad:

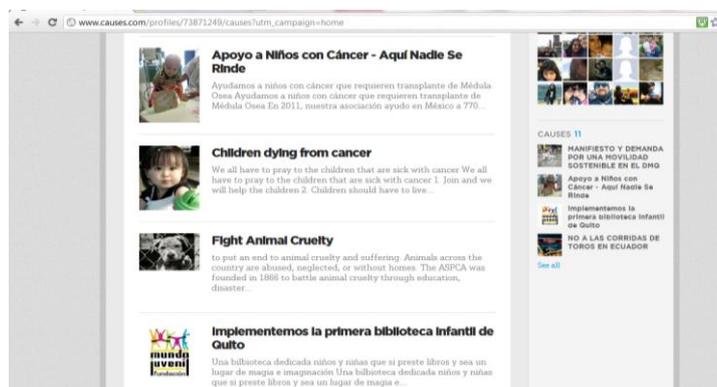
- ✓ **Weread:** <http://www.facebook.com/BooksweRead>
- ✓ **Jstore:** <http://apps.facebook.com/jstoresearch/#> =
- ✓ **Notely:** Facebook ha ayudado a millones de personas a organizar sus ocupadas vidas sociales, entonces www.notely.net ha intervenido para llenar un vacío. Notely puede ayudarte a organizar su agitada vida de escuela, colegio o universidad. Todas las características que un estudiante podría necesitar como, calendario, tomar notas, notebook, to-Do list, Planificador de Tareas, entre otras Notely las tiene. <http://www.facebook.com/apps/application.php?id=2314493871&sk=info>
- ✓ **Grupos de estudio:** ¿Tiene problemas consiguiendo a cada uno de los integrantes de su grupo de estudio o proyecto que se enfoquen en el mismo tema? Los Grupos de Estudio le permiten colaborar de una manera rápida y fácil con sus compañeros de clase y planificar las tareas para sus cursos. Crean to-do lists y dan seguimiento a quien es responsable de que, calendario y ponerse de acuerdo de reuniones, hacer preguntas sobre el trabajo de esta semana, compartir apuntes y archivos en un solo lugar, crear un Grupo de Estudio público para recoger los pensamientos y las ideas de usuarios en el

mundo entero sobre un tema dado; crear, editar, y colaborar con papeles y apuntes; Ejemplos de Grupos de Estudio: cree un grupo de estudio para su equipo de investigación. Profesores: cree un grupo de estudio para su colegio o escuela.

Las aplicaciones detalladas son sólo algunos ejemplos que han nacido con las necesidades que presentan los sistemas educativos en la actualidad; sin embargo, desde sus inicios esta red aporta con distintas facetas para usuarios, como lo son las siguientes:

- ✓ **Causes:** instrumento que permite encontrar iniciativas de apoyo a “causas” que abarcan temáticas tales como: prevención de la pornografía infantil, maltrato animal, violencia, protección de medio ambiente, apoyo a la discriminación por elección sexual hasta soporte a personas con enfermedades terminales, entre miles de opciones más, a las cuales, los usuarios de Facebook tienen la posibilidad de adherirse y obtener toda la información relacionada o ser un aporte activo en la misma.

Ej: Esta aplicación permite unir a cuantas causas desee el usuario a nivel mundial.



- ✓ **Crear grupos:** viabiliza la creación de grupos virtuales que apoyen propuestas particulares en donde los usuarios interesados pueden interactuar de manera activa comentando o colocando información relacionada, uno de los tantos ejemplos de esta aplicación es el grupo creado en el Ecuador que se llama “*Te aviso para que no les compres*”, espacio que permite publicar

denuncias de maltrato o abuso a los consumidores por parte de cualquier empresa o compañía, cuyo movimiento es frecuente y activo.

Ejemplo:



- ✓ **Crear páginas:** “esta opción facilita la creación una página, es un perfil público que te permite compartir tu negocio y tus productos con los usuarios de Facebook. Gracias a nuestra sencilla interfaz, no tardarás más de unos minutos en crear la tuya.”³¹

Esta aplicación es gratuita y provee la posibilidad de crear un espacio para difusión de cualquier tipo de empresa o negocio en solo minutos, también permite manejar estadísticas diarias, semanales y mensuales sobre cada una de las opciones del espacio como: a cuántos usuarios les gusta la página, cuántos han entrado en ella y han investigado algún tema, etc. Otra de las grandes posibilidades es la facilidad de interactuar con los usuarios, en la mayoría de casos esta herramienta permite aclarar dudas o inquietudes de potenciales consumidores a través de los “comentarios” o mensajes en el muro, además permite promocionar cualquier producto u oferta, pues una vez que el usuario de Facebook selecciona la opción “me gusta” en la página de negocio, automáticamente recibirá a diario las actualizaciones del sitio.

³¹ <http://www.facebook.com/business/ads/>

Es el caso del grupo ecuatoriano Papa Chango, que a través de esta aplicación promociona su trabajo a diario.

Ej: Las estadísticas son claves para el grupo, en un país pequeño como el Ecuador, los integrantes pueden ver que su página tiene 111.928 seguidores al momento y así monitorear a sus fans y consumidores.



- ✓ **Anuncios:** “llega a la audiencia precisa con anuncios que te permiten segmentar por edad, ubicación, intereses y más. Establece un presupuesto que te permita alcanzar de manera eficiente a tu público objetivo, y revisa qué tal está funcionando tu campaña con regularidad.”³²

Es necesario aclarar que el sistema de anuncios tiene costo para la persona o empresa que desee implementarlo, el costo se determinara de acuerdo clic o impresión de los usuarios al anuncio. El control del costo lo maneja el administrador de la misma según el presupuesto diario o por campaña que desee gastar.

Ej: El ejemplo refleja la opción del usuario de colocar “me gusta” en el anuncio y con ello la posibilidad que un número importante de usuarios hayan ingresado en el anuncio de su preferencia para conocer más sobre el producto. Estos son algunos ejemplos de anuncios en Facebook:

³² <http://www.facebook.com/business/ads/>

The image shows a vertical column of three sponsored stories on a Facebook page. Each story includes a business logo, a headline, a short text description, and a 'Me gusta' button with the name of the user who liked it.

- Story 1:**
 - Business: Mall El Jardín
 - Headline: Feliz Cumpleaños!
 - Text: Mall El Jardín desea que pases un día espectacular por tu cumpleaños! Felicidades.
 - User: A Lilian Cussi le gusta esto.
- Story 2:**
 - Business: Crepes & Waffles Ecuador
 - Headline: ¡Feliz Cumpleaños!
 - Text: Porque se acerca tu cumpleaños, queremos festejarlo juntos y regalarte un delicioso postre
 - User: A Vanessa Leiva Atiaga le gusta Crepes & Waffles Ecuador.
- Story 3:**
 - Business: Serenidad Spa Terapéutico
 - Text: Terapias naturales para la salud integral. Piscina, Gimnasio, Tai Chi, Aquaeróbicos y más
 - User: A Elizabeth Ponce le gusta esto.

✓ **Historias Patrocinadas:** “Obtén publicidad de boca en boca con las historias. Las historias patrocinadas promueven la interacción orgánica entre las personas y tu negocio.

Así es como funciona: a) Alguien hace clic en el botón Me gusta de tu página, interactúa con tu aplicación o indica que se encuentra en uno de tus establecimientos. b) Se genera una historia sobre esta actividad en la sección de noticias de sus amigos, quienes quizás la vean y quizás no. c) Las historias patrocinadas incrementan la visibilidad de estas historias al mostrarlas en la columna derecha de las páginas de Facebook.³³”

Esta posibilidad de transmisión de “boca en boca” que es más bien una transmisión de “muro en muro”, posibilita el posicionamiento y reconocimiento de marca, mayor número de clientela, etc. Este espacio maneja los mismos criterios de costo que los *anuncios*.

³³ <http://www.facebook.com/business/sponsoredstories/>



Ver Nota ³⁴

Finalmente la plataforma de Facebook ofrece varios recursos para incluir aplicaciones que beneficien iniciativas de la propia creación del usuario Su “Centro de recursos” ³⁵ permite conocer las pautas para introducir nuevas iniciativas que pueden tener cualquier objetivo, desde el menos útil hasta el de mayor aporte.

1.2.4.2. Twitter

Es la mayor red de acceso a información en tiempo inmediato. Los usuarios, en adelante denominados “twittereros”, reportan información de interés o sobre hechos y acontecimientos acaecidos en el instante mismo para el conocimiento público, es quizás por esto que, en temas de difusión de noticias, no existe mejor ejemplo que Twitter, considerada como la red noticiosa más activa del mundo; su lógica permite transmitir noticias en tiempo real e inmediato. Éstas son algunas de las conclusiones

³⁴ Tomado de: <http://www.cuentamelared.com/historias-patrocinadas/>. Este concepto permite que una marca o producto determinado se promocioe de “boca en boca” por la red para que el usuario pueda comentar su uso o estadía de marca, lugar, producto, etc., así compartir la experiencia con sus amigos en Facebook.

³⁵ <http://www.facebook.com/business/platform/>

y ejemplos del papel que juega en el mundo actual como herramienta masiva de difusión:

[...] LABàPART es un laboratorio permanente de comunicación y «social media» [...], dicho colectivo se integra dentro del grupo de investigación sobre «Periodismo y Análisis Social: Evolución, Efectos y Tendencias» (PASEET) del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la UC3M, [cuyas investigaciones concluyen que] [...] los periodistas encuestados, que llevaban un promedio de 15 años ejerciendo la profesión, usaban asiduamente Twitter para publicar y distribuir información (95 %), identificar tendencias (86 %), buscar información (82 %), «viralizar» información de sus propios medios de comunicación (82 %) o fidelizar a los usuarios (78 %). Sin embargo, sólo un 25 % de los encuestados dijo utilizar Twitter para realizar periodismo de investigación. A Twitter le siguen Facebook (41 %), blogs (26 %) y YouTube (8 %). Twitter superó a Facebook en cuanto a uso para viralizar información de sus propios medios (86 % por 66 %) y de otras fuentes mediáticas (67 % por 45 %).³⁶

Los indicadores detallados establecen la importancia que tiene esta red social en el desarrollo noticioso del mundo actual, por ello, su ventaja fundamental es el acceso a la información desde varias aristas y discursos; una misma novedad puede difundirse desde cualquier parte del mundo en solo minutos, además, posibilita la réplica por parte de quienes forman parte de menciones en este espacio. Uno de los ejemplos más sonados fue el siguiente:

“[...] la noticia de la muerte de Osama Bin Laden fue primero dada a conocer a través de Twitter, reportó el New York Times. Según la agencia EFE, se atribuye la primicia a Keith Urbahn, el jefe de gabinete del ex secretario de Defensa estadounidense Donald Rumsfeld, quien publicó la siguiente alerta en Twitter: “Una persona de confianza me ha dicho que han matado a Osama Bin Laden”. CNET News destacó que si bien Twitter ha sido usado antes para revelar varias historias, como el aterrizaje de emergencia de un avión comercial en el río Hudson en Nueva York, la muerte de Bin Laden “fue lejos la historia de mayor peso que Twitter ha ayudado a difundir”.³⁷

³⁶ Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), Los periodistas prefieren Twitter para difundir información, 28/09/2011,

http://cordis.europa.eu/fetch?CALLER=ES_NEWS&ACTION=D&SESSION=&RCN=33857.

³⁷ Summer Harlow, Twitter es el primero en difundir la noticia sobre la muerte de Osama Bin Laden, 2011-05-02 10:30, <http://knightcenter.utexas.edu/es/blog/twitter-es-el-primero-en-difundir-la-noticia-sobre-la-muerte-de-osama-bin-laden>.



Ver nota ³⁸

Ejemplos como el citado, de menor o mayor relevancia, para distintos públicos y espacios sociales o países en el mundo son en la actualidad parte de un dinamismo cotidiano. El nivel de fama y credibilidad de la red social sobrepasa la de cualquier otro espacio virtual. En este acápite es necesario dejar para la reflexión personal el rol de comunicadores y periodistas en la difusión noticiosa, que deja de lado la construcción e investigación de la misma.

Después de Twitter se ha mencionado a Facebook, a los Blogs y a YouTube como espacios para buscar y distribuir información, lo que los ancla como elementos esenciales para la difusión informativa a nivel del mundo y les dota como aquellos instrumentos que deben ser de dominio y manejo a nivel global.

Por otro lado, a diferencia de Facebook, Twitter no se ha caracterizado desde su inicio como un espacio con propuestas claras de publicidad. Sin embargo, desde el 28 de julio del 2010 esta es una nueva ventaja para los usuarios, en su página oficial se anunció la creación de *Tweets Patrocinados*:

Es por eso que hoy en día, introducimos un modo de asegurar que los "Tweets" más importantes de las organizaciones usted sigue le alcance a

³⁸ Como dato curioso de la velocidad de difusión de twitter es el usuario denominado @GhostOsama que se creó el 1 de mayo de 2011 el mismo día la muerte del mencionado y que tiene más de 35.000 seguidores

usted directamente, colocándolos en o cerca de su “Timeline”. Estos “Promoted Tweets” se desplazarán por su “timeline” como cualquier otro “Tweet”, y como “Tweets” regulares, ellos aparecerán en su “timeline” solamente una vez. Los “Promoted Tweets” pueden fácilmente desaparecer de su “Timeline” con tan solo un click.

Estaremos ejecutando y probando este nuevo ofrecimiento durante las próximas semanas con un grupo selecto de compañeros, incluyendo Best Western, Dell, Gatorade, Groupon, HBO, JetBlue, LivingSocial, Microsoft Xbox, Red Bull, Sephora, Starbucks, Summit Entertainment’s “50/50”, TNT and Virgin America entre otros. Durante esta fase, usted también puede ver “Promoted Tweets” en su “Timeline” de organizaciones no lucrativas que usted sigue, incluyendo fundaciones de caridad: Make-A-Wish Foundation, Room to Read, The American Red Cross and Water.org. ³⁹

Con ello, se ha creado la plataforma “twync” que permite:

“[...] [a los tuiteros] dar tu opinión acerca de productos y servicios y conseguir dinero a cambio”

“[...] [a los anunciantes] contratar tweets patrocinados en diferentes cuentas de Twitter para que hablen de tus productos, servicios o tu página web”⁴⁰



³⁹ <http://blog.twitter.com/2011/07/timely-tweets-now-easier-to-see.html>

⁴⁰ <http://twync.es/>

Esta aplicabilidad publicitaria es positiva tanto para anunciantes como para usuarios, pues corresponde a un doble beneficio y habrá que esperar resultados más claros con el devenir del tiempo.

1.2.4.3. YouTube

Es el turno del espacio de difusión de videos más popular del mundo que permite acceder a cualquier tipo de información visual y auditiva a través de la red, su alcance es mundial y las cifras de usabilidad son considerables: “las estadísticas más recientes revelan que, cada minuto, los navegantes suben a esta plataforma el equivalente a 48 horas de contenidos y alrededor de **3.000 millones de vídeos son visualizados cada día** por los usuarios en la plataforma propiedad de Google.”⁴¹

Ahondar más en los beneficios de este espacio sería redundar, pues la difusión y obtención de todo tipo de información está a la orden del usuario en cualquier momento y desde cualquier lugar, sobre cualquier tema; el internauta puede compartir un sinnúmero de videos creados o existentes desde su computador y vincularlo a un sinnúmero de redes sociales y espacios virtuales, el uso de esta herramienta es sencillo y muy práctico, la única condición es ingresar en su “buscador” la información requerida y al instante se obtienen videos educativos, de entretenimiento, científicos, cómicos, motivacionales, artísticos, culturales, etc.; o, crearse un “canal de YouTube” o cuenta para subir y difundir algún video con un fin determinado.

Recientemente este programa a presentado su última creación: “Diseña el futuro de tu marca con YouTube”⁴² que permite, a través la web, generar campañas de marketing totalmente en Internet, de manera sencilla y absolutamente interactiva. Esta aplicación maneja el slogan: “En YouTube te verán, compartirán y hablaran de tí”, es una iniciativa lanzada en España el 5 de octubre de este año y que cuenta con 439 suscriptores al momento. Es ésta, quizás, la más clara aplicación de publicidad a través de YouTube, pues, además de permitir difundir videos promocionales o de

⁴¹ Silvina Moschini, YouTube: El secreto mejor guardado en social media marketing, 20/09/2011 - 11:04h, <http://www.lavanguardia.com/economia/marketing-publicidad/20110920/54218881422/YouTube-el-secreto-mejor-guardado-en-social-media-marketing.html>.

⁴² <http://www.YouTube.com/elfuturodetumarca>

marketing, ahora facilita la creación de marcas para cualquier producto. Esta novedosa herramienta publicitaria demuestra su capacidad interactiva al permitir una interacción mas real entre el usuario y el computador, un ejemplo tangible es la campaña publicitaria “Shoot the bear Interactive”⁴³ en donde el consumidor se vuelve coparticipante al tener la opción de colocar el final de la historia que se relata en el comercial con solo escribir un texto distinto al establecido y visualizar al instante el cambio realizado.

Ej: Publicidad interactiva en YouTube, en donde el usuario puede elegir el final de la historia a través de un clic.



Todo empieza como un **video** interactivo de **YouTube**, tal y como sucedió con el de Zombies que vimos semanas atrás. Sin embargo, sin importar lo que elegimos, el cazador no le disparará al oso, y aquí es donde empieza la **diversión**



⁴³ <http://www.arturogoga.com/2010/09/02/divertida-publicidad-interactiva-de-YouTube/>

1.2.4.4 Blogger

Google facilita a los usuarios de la red llevar un “diario o bitácora público en línea” a través de su aplicación Blogger, que ha ganado, entre sus similares, gran popularidad por su simplicidad de uso y las variadas ventajas que presenta.

Esta herramienta permite crear espacios de intercambio de conceptos y opiniones sobre cualquier tema de interés colectivo y recibir la retroalimentación, su beneficio radica en la opción de profundizar, socializar, debatir, intercambiar conocimientos, creaciones personales, ideologías y son en la actualidad fuentes de consulta que te permiten navegar por un mundo infinito de posibilidades en enlaces de interés para el usuario; es además, un estilo de biblioteca de enlaces en línea que permite almacenar información sin perderla y que puede irse alimentando de manera cronológica. Así también genera espacios de discusión para grupos que quieren compartir ideales y opiniones y que encuentran en estos espacios la forma ideal de plasmar sus propios aportes con otras personas en todo el mundo sin importar fronteras geográficas, de edad o cualquier otro limitante.

Blogger no presenta restricciones muy severas en cuanto a número de publicaciones o de palabras, es por ello que, su característica es ser como un diario personal, pues la extensión de entradas no tiene límites y el número de blogs por cuenta de correo electrónico puede ser de hasta cien.

Los blogs se diferencian de las páginas web porque su interfaz no está cimentada en ventanas que se abren al dar un click, sino más bien, en alimentar la información en una sola página que ordena las publicaciones de abajo hacia arriba comenzando por la más antigua, para que la publicación actual quede como primera opción para el lector.

En definitiva, este espacio es una fuente que permite la libre expresión a quienes tienen la necesidad de plasmar sus ideas, de compartir sus conocimientos, fotografías, intereses y propiciar el libre acceso a la información y el conocimiento. Los blogs, en general, pueden tener características académicas y de creación, así como educativos.

Estas cuatro redes sociales además de sus características individuales, presentan en general opciones publicitarias y de marketing para empresas, negocios, productos y

de difusión masiva que abarcan un amplísimo espectro y con el tiempo van ganando popularidad y generando millones de dólares a nivel mundial, lo que se considera una ventaja para quienes aprenden a manejarlas de manera estratégica; según se desprende de los siguientes datos:

[...] Syncapse evaluó a más de 20 marcas entre ellas McDonald', Starbucks, Xbox, Dell, Playstation, Motorola, Nike y Coca-Cola sobre el potencial económico de tener seguidores en Twitter y fans en las páginas de Facebook.

Los resultados fueron bastante interesantes, demostrando que aquellas personas que siguen a ciertas marcas en las redes sociales tienden a comprar de manera más frecuente y en mayores cantidades.⁴⁴

Por otro lado, un aspecto inseparable de estas redes sociales es que fomentan la interrelación, interactividad, el acceso a la información y la comunicación humana.

Se entienden estos conceptos como:

[...] la comunicación humana es el proceso social e interpersonal de intercambios significativos, es la interconexión significativa que emplea diversas posibilidades y medios para realizarse sin lograrlo casi nunca plenamente; aquí es más importante la relación en sí. Comunicación es retroalimentación, considerada como el centro del proceso y no como un elemento adicional. Los seres humanos nos comunicamos cuando nos entendemos, cuando establecemos contactos de comprensión y/o significación a través de los más diversos lenguajes: verbal y no verbal.

Es decir, debemos entender la comunicación como aquel proceso histórico, humano, social que trata de superar la incomunicación [...]

El expresarse siempre se realiza a través de un medio, en sentido amplio: códigos, lenguajes.⁴⁵

Ogaz, en su texto: “La Comunicación: Una aproximación a la aprehensión conceptual del fenómeno”, presenta el concepto propuesto por Alberto Pereira, quien establece que:

... hay que considerar la comunicación como un hecho social omnipresente y permanente, producto del trabajo y producción humanos y, también, como el medio que permite el intercambio de experiencias, conocimientos, emociones, pensamientos; de modo que quienes participan de ella se encuentran en

⁴⁴ Equipo Headways, Fuente: <http://www.focus.com/fyi/real-cost-social-media/>, <http://www.headways.com.mx/blog/el-verdadero-costo-del-marketing-en-redes-sociales>

⁴⁵ OGAZ, Leonardo, La Comunicación: Una aproximación a la aprehensión conceptual del fenómeno, Quito – Ecuador 2002, p. 7.

*competencia de evocar sentidos o conceptos similares; vale decir, que la comunicación hay que asumirla como una praxis colectiva que se instituye y manifiesta a través de **formas simbólicas**, tales como el lenguaje verbal, el arte, los mitos, formulas, etc., o mediante **sistema de signos** como la concepción del tiempo y del espacio, la gestualidad, la vestimenta, las ceremonias, los objetos, los colores, etc.; cuya importancia radica en la producción, intercambio y percepción de realidades cotidianas, estéticas, científicas, mitológicas, y otras.*⁴⁶

Es claro que la interactividad en el mundo de las TICs es concebida como el proceso que permite mantener acciones reciprocas con el computador, consecuentemente la interrelación como objeto de estudio de este apartado será tomada en cuenta como el proceso de correspondencia mutua entre personas. Ante el surgimiento de la virtualidad, el término interactividad adopta concepciones más amplias como la que establece Jaime Alonso, para quien, este concepto “implica un inédito sistema relacional entre los sujetos; entre los sujetos y los contenidos, e incluso entre los contenidos y los contenidos.”⁴⁷

No se puede olvidar a Negroponte en su libro “El ADN de la información”, para quien la relación entre los sujetos y los ordenadores debería llegar al punto en que hablar con el ordenador debería ser más sencillo que hablar con otro ser humano. Las redes sociales en un gran porcentaje están justamente permitiendo que sus palabras se vayan acercando cada vez más a concretarse en realidad.

No obstante, a pesar de las ventajas descritas de las redes sociales a través de Internet, con la acelerada evolución de la tecnología, no ha faltado quienes satanicen a las redes por las serias dificultades o amenazas que presentan en su uso diario, especialmente cuando se trata de evaluar el manejo de las mismas por parte de los adolescentes, para quienes este mundo es parte de sus diario vivir.

Herramientas con tan alto potencial vienen necesariamente acompañadas de nuevas prácticas, nuevos conceptos y con ello nuevos ciberdelitos que pueden llegar a

⁴⁶ PEREIRA, Alberto (Compilador), “Lingüística para comunicadores”, Editorial U.P.S, Quito – Ecuador 1999. Introducción p. 20. Tomado de OGAZ, Leonardo, La Comunicación: Una aproximación a la aprehensión conceptual del fenómeno, Quito – Ecuador 2002, p. 9.

⁴⁷ ALONSO, Jaime, Comunicación Virtual. Elementos y Dinámicas, Editorial VISIONNET, Madrid España, p 12.

<http://books.google.com.ec/books?id=QIpmEt9Akq8C&lpg=PA203&dq=la%20comunicacion%20Beditorial%20catedra&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>

afectar gravemente a quienes no tienen una lectura crítica adecuada de las mismas. Se detallarán a continuación aquellas problemáticas que en la actualidad son las de mayor afectación a los niños, niñas y adolescentes. La definición de dichos conceptos han sido seleccionados de páginas que se especializan en campañas de prevención de estos delitos en el ciberespacio; sin embargo, las acepciones a nivel general son similares, ya que, no se trata de términos aceptados o establecidos aún como parte de la lengua española:

- ✓ **Ciberadicción:** *uso excesivo e incontrolable de Internet que interfiere negativamente con la vida diaria de la persona afectada o de sus allegados. Las actividades más problemáticas, adictivas o que pueden producir comportamientos más compulsivos online son las que tienen que ver con el sexo, las compras y el juego (remunerado o no). Los problemas que pueden acarrear (y que se pueden emplear para detectar el problema) incluyen repercusiones de tipo social y personal: problemas conyugales, pérdida de empleo o deterioro del rendimiento escolar, problemas alimenticios, ansiedad, empleo como vía de escape de la realidad, depresión, aislamiento personal, déficit de atención, escaso control de las pulsiones, pérdida de habilidades sociales, pérdida del sentido del tiempo, síndrome de abstinencia, necesidad de dosis cada vez mayores, etc. Algunos estudios cifran entre el 5 y el 10% los internautas que podrían estar afectados, con tasas aún mayores entre la población juvenil de ciertas zonas de Asia.*

[Un subtipo de ciberadicción es a las comunidades online o redes sociales que se definen como el abuso] del uso de redes sociales online. En ocasiones se pasa demasiado tiempo participando activamente para buscar popularidad en ellas o bien navegando en los perfiles de otra gente.⁴⁸

- ✓ **Ciberbullying:** *El acoso entre iguales es, por desgracia, un fenómeno en expansión. Las Nuevas Tecnologías, y en especial Internet, han proporcionado una diferente naturaleza y mayor alcance a la cuestión. El anonimato, la no percepción directa e inmediata del daño causado, la adopción de roles imaginarios en la Red y la gran facilidad y disponibilidad del medio, unido al papel cada vez más importante que juega la Red en la vida de los menores, hacen del Ciberbullying un serio problema al que esta guía da respuesta.⁴⁹*
- ✓ **Grooming:** *[...] es un fenómeno que podríamos traducir como engatusamiento y que se utiliza para describir las prácticas online de ciertos adultos para ganarse la confianza de un (o una) menor fingiendo empatía, cariño, etc. con fines de satisfacción sexual (como mínimo, y casi siempre, obtener imágenes del/a menor desnudo/a o realizando actos sexuales). Por tanto está muy relacionado con la pederastia y la pornografía infantil en*

⁴⁸ <http://www.tecnoadiccion.es/tipos.html>

⁴⁹ <http://www.pantallasamigas.net/recursos-educativos-materiales-didacticos/guia-ciberbullying/index.htm>

Internet. De hecho el grooming es en muchas ocasiones la antesala de un abuso sexual.⁵⁰

- ✓ **Sexting:** [...] se trata de contenidos muy íntimos, generados por los propios remitentes, mediante la grabación de sonidos, fotos o vídeos propios en actitudes sexuales, desnudos o semidesnudos, normalmente con destino a una pareja sexual o amorosa, aunque también en no pocas ocasiones a otros amigos, como un simple juego.

Una investigación publicada en 2011 por UNICEF señalaba que los jóvenes se sienten a menudo más cómodos compartiendo informaciones íntimas o comportándose de una manera sexualizada online que fuera de la Red y que hay un número significativo de adolescentes que están publicando imágenes suyas de tono sexual en la Red.⁵¹

Los adolescentes al entrar en este mundo virtual con las redes sociales no logran identificar con claridad la realidad de la irrealidad, es decir, viven una doble vida entre lo que hacen a través y de Internet y fuera de él. Por ello, el manejo de sus datos e imagen se ven totalmente desvirtuados y desligados de valores esenciales como el respeto por uno mismo y por los demás. Así, su imagen viene a ser un objeto de libre publicación al igual que información de carácter personal, las relaciones se vuelven etéreas y el perfil en la red se vuelve una excusa para no afrontar la realidad en el mundo de los átomos.

La falta de privacidad o, peor aún, el desinterés por mantenerla y no divulgar datos personales expone a los jóvenes a distintos tipos de peligros como robos, secuestros, acoso, etc. Así mismo, no se concientiza sobre el uso de la información e imagen de los otros, que puede también ser utilizada de manera negativa y abusiva. Esta descontextualización de la realidad vs. la virtualidad junto con prácticas irresponsables e ingenuas (o por desconocimiento) conlleva problemas aún más serios como lo son la falta de identidad, la superficialidad en las relaciones sociales, y la pérdida de criticidad y acción como sujetos políticos. Los adolescentes crecen en un mundo bífido, en el cual, tienen la posibilidad de escapar de la “realidad” que les es menos satisfactoria para insertarse en aquella que le propicia espacios confortables.

⁵⁰ <http://www.internet-grooming.net/>

⁵¹ <http://www.sexting.es/que-es-el-sexting.html>

1.2.5. Dimensionando las redes sociales en internet, como objeto de estudio

Las redes sociales en internet constan de varias categorías a tomar en cuenta, para, mediante un proceso de análisis establecer los derroteros metodológicos que irán demarcando el proceso de elaboración, aplicación y validación de la estrategia educomunicativa que se aplicará en el estudio de caso.

1.2.5.1. Dimensión tecnológica

Hasta hace pocos años, la idea de crear y compartir contenido en una plataforma digital era un pensamiento de ciencia ficción. En la actualidad la web 2.0 propicia esta forma de comunicarse e interactuar en un espacio virtual todo mediante una conexión a internet, invento que ha revolucionado la forma de entender el mundo, de aglutinar opiniones y determinar acciones. Existen personas que mediante una idea unida a la oportunidad, el conocimiento y las facilidades genera diversidad de programas que deben su popularidad al uso de los internautas, mientras más se la usa, se la comenta y difunde la herramienta se volverá más poderosa.

¿Es la tecnología la que realmente entreteje estas acciones sociales y marca tendencias? La tecnología proporciona las facilidades, pero es la capacidad humana de innovación y adaptación constante la que le da legitimidad a la misma, la que le da un significado a esa tecnología y determina el valor de uso y de cambio que la misma obtiene como en toda práctica capitalista, como lo menciona Herrera: “La Tecnología no es un elemento exógeno al sistema social y entonces no tiene autonomía social, es la sociedad quien le da significado y el valor”⁵².

Por tanto la dimensión tecnológica de la web 2.0. será abordada desde el sentido que adquiere a partir de su consumo por los adolescentes beneficiarios de la estrategia, por tanto, mediando el diagnóstico realizado se partirá de las RSV consumidas habitualmente por la mayoría de los adolescentes consultados, transitando naturalización del uso de la tecnología concerniente a las mismas en su vida cotidiana,

⁵² Herrera, Rodolfo (1990) Tecnología y sociedad. Revista Filosofía. Univ. Costa Rica. 27 (67/68), 77-84.

hasta llegar a una propuesta clara del aprovechamiento de esta apropiación para facilitar sus procesos de aprendizaje y socialización presencial.

1.2.5.2. Dimensión sociológica

Con la existencia de estos nuevos procedimientos de conjunción entre seres humanos, no sería disparatado dividir los procesos de socialización en físicos y virtuales como dos dimensiones de la interacción humana que podrían en primera instancia diferenciarse en que los físicos se dan por los lazos que se forman a través de la vida del ser humano, mediados por los espacios cohabitados y los vínculos familiares, es decir, una suerte de encuentros dados por los giros de su devenir, en cambio, los vínculos virtuales generados en este caso por la web 2.0 están inmersos en la decisión de aceptar a determinado individuo en el ciberespacio personal, ya sea como “amigo”, “seguidor”, o simplemente mediante el consumo de los contenidos generados por el mismo, una suerte de conjunción de intereses y afinidades que van más allá de compartir un espacio tangible. Como lo expresa Castells:

[...] “en la medida en que se desarrollan nuestras sociedades proyectos individuales, proyectos de dar sentido a la vida a partir de lo que yo soy y quiero ser, Internet permite esa conexión saltando por encima de los límites físicos de lo cotidiano, tanto el lugar de residencia como el lugar de trabajo y genera, por tanto, redes de afinidades”⁵³

El espacio de socialización cotidiana se encuentra enmarcado en la conjunción con lazos íntimos, como la familia y los amigos más próximos y los lazos débiles, que son las personas que se conoce pero no de manera profunda. Internet es apta para crear lazos débiles y para reforzar los lazos íntimos (Castells 2000) pero no para crearlos, ya que la presencialidad es necesaria para comprometer a un ser humano a forjar lazos profundos que en lo posterior pueden seguir afianzándose en un proceso virtual, como ocurre en los casos en que los familiares se encuentran apartados por grandes distancias físicas.

⁵³ Castells, Manuel. Internet y la Sociedad Red, Conferencia de Presentación del Programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Universidad Oberta de Catalunya. 7-10-2000

Partiendo de la premisa de que la web 2.0 permite crear redes de afinidades, este modo de interactuar y comunicarse, ha trastocado los cánones formales tanto del fondo como de la forma de expresarse, creando nuevos métodos, lenguajes, códigos, expresiones emotivas y nuevas convenciones sociales⁵⁴ que trasgreden las fronteras físicas de los países, imponiendo tendencias contextualmente ligadas a otro tipo de sociedades y realidades, lo que conlleva a formar lazos débiles que tiendan al encuentro entre distintas formas de ver el mundo.

Por tanto, en el aspecto sociológico de la web 2.0 existen formas de socialización tendientes a formar y conservar vínculos, que en este estudio de caso, giran entre compañeros de clase, profesores y padres de familia, esos vínculos deben tender a ser reforzados a partir del entendimiento mutuo del uso de la tecnología en la construcción de un ser humano, además de aceptar que los vínculos débiles que se formen a partir del uso de las RSV necesitan ser comprendidos en su completa dimensión, tomando en cuenta la manera y el medio por el cual fueron construidos.

1.2.5.3. Dimensión educativa

El uso de las redes sociales se está convirtiendo en un elemento cotidiano de la existencia de las personas, especialmente de los adolescentes quienes se adaptan de manera inmediata a los cambios vertiginosos, que los nuevos desarrollos web y las tendencias lideradas por el mercado proponen⁵⁵. En este tiempo ya no es novedad escuchar a los jóvenes acerca de sus cuentas de Facebook y de otras redes sociales, además de observar la cantidad cada vez mayor de tiempo que los mismos dedican a estas facilidades de la web 2.0.

En el campo de la educación formal en nuestro país ocurre que las tecnologías del siglo XXI no son bien vistas ni usadas ya que la mayoría de los procesos educativos en desarrollo se encuentran aún inmersos en el siglo XX, es decir, que lo

⁵⁴ Pineda, Migdalia. "El Papel de Internet como nuevo medio de comunicación social en la era digital." 17-04-2003. Disponible en: http://hiper-textos.mty.itesm.mx/mainframe_3.htm

⁵⁵ <http://garatxa.visibli.com/share/D8lp5w> "Las redes sociales se está convirtiendo en el ADN de la sociedad" entrevista Negroponte diario El País

aprehendido en los procesos del siglo XX sigue aún aplicándose a los modelos curriculares pero no se ha dimensionado adecuadamente que el proceso de formación de los niños y adolescentes deben girar en torno a su vida cotidiana, caso contrario se puede crear desinterés en la escuela formal por considerarla desactualizada y obsoleta.

Esta dimensión propende a incluir las tecnologías del siglo XXI en la educación del siglo XXI, si bien es cierto hay recursos que se manejan cada vez más por parte de alumnos y docentes, existen reparos a abrir conexiones más allá del aula, es necesario, por tanto desde el Constructivismo, abrir un espacio de diálogo entre todos los entes involucrados en el proceso formativo tanto fuera como dentro del aula, para construir en conjunto un proceso actual, ligado ampliamente para mirar la tecnología de manera crítica y utilizarla para cimentar la edificación de seres humanos conscientes y comprometidos con cual es el papel que quieren asumir en la sociedad y como llegar a establecerlo.

Para ello se requiere encaminar a los actores sociales en un proceso de enseñanza – aprendizaje que no se reduzca solamente a la intermediación per se, sino mas bien a la co – construcción de una intermediación crítica y social, basada en la comprensión y apropiación de los procesos de construcción de sí mismos, creando así una corresponsabilidad encaminada a forjar el ser humano capaz de reconocerse y reconstruirse en un mundo de cambios vertiginosos y de crisis repetitivas.

1.2.5.4. Dimensión comunicativa

La comunicación está inmersa en todos los ámbitos de la vida del ser humano, aglutina espacios y voluntades en torno a infinidad de mensajes, ahora más que nunca se suma en todos los espacios de desarrollo social de las personas, ya sea como productores, consumidores o críticos del imparable flujo de información que fluye por la web 2.0.

El principio fundamental está en la interacción inmediata que se genera en las RSV. Los usuarios comunican en función de la identidad que quieren mostrar en determinada interfaz, es decir, parafraseando a McLuhan, la red es el mensaje, pues

el mismo desarrollo web del sitio, impone un modo de comunicación a partir de las facilidades que presenta para compartir diferentes tipos de publicaciones, sean fotografías, frases, videos, juegos, etcétera.

La construcción de lo que se quiere comunicar, pasando por el ¿Cómo?, el ¿Dónde?, el ¿Cuándo? y el ¿Para qué? Es ahora decisión de cualquier persona que tenga las facilidades para crearse un perfil en una RSV. Generar discusiones y debates ya no es competencia específica de los medios de comunicación ni de las aulas de clase, ahora por medio de publicar una simple frase, foto o video, se puede generar múltiples opiniones acerca de algún tema, así como aglutinar puntos de vista o gestar protestas y movilizaciones en cuestión de minutos.

El desafío está, parafraseando a Said⁵⁶ en tomar conciencia de lo que se comunica a quienes y por qué, aglutinando la tecnología, en un entorno puramente social atiborrado de vínculos fuertes y débiles, construir y compartir información que influya y materialice determinada proyección de un ser humano a través de la temporalidad de su existencia, comunicar no por el solo hecho de hacerlo, sino mas bien con un fin determinado que contribuya a extender una presencialidad en un espacio puramente virtual.

Comunicar de una manera crítica y consciente es, en este espacio de análisis, lo que se busca propiciar en conjunto con los sujetos y su autoconstrucción dentro y fuera del proceso educativo formal, tomando a los actores diversos que entretujan las redes de la sociedad en su debida dimensión, tanto material como ontológica, una construcción dialógica, atravesando una interacción comunicativa consecuente con las aristas del proceso constructivo de formación humana.

1.2.6. Adolescentes + redes sociales en internet, tal para cual

La construcción individual de los adolescentes del siglo XXI pasa directamente por su relación estrecha con los avances tecnológicos con los que ha convivido, la brecha tecnológica existente en países como el nuestro se va disminuyendo cada vez más

⁵⁶ Said, Elías (2007) Mapas y retos comunicativos en la era digital. Investigación y desarrollo. Barranquilla, 15 320-343.

debido a los programas impulsados por distintas entidades, que tienden hacia una alfabetización digital como modelo de educación y de desarrollo. Es así que el acceso a una computadora ya no es exclusivo de un determinado poder adquisitivo, además de que la conexión a internet es cada vez más económica y masiva.

Es este sinnúmero de posibilidades de conexión y socialización que la web 2.0 propicia, las que atraviesan transversalmente la significación de socialidad y subjetividad entendida por los adolescentes del segundo decenio de este siglo como lo menciona Cantú: “Esto genera un trabajo de construcción de los territorios limítrofes entre lo privado y lo público en donde se elaboran referencias sobre una identidad que se construye en permanente relación con los otros.”⁵⁷ Límites que son muy difíciles de establecer pues el espacio virtual les es, cada vez más familiar y cotidiano.

1.2.6.1. La población virtual en la era digital

En esta cotidianeidad digital en que la sociedad está envuelta surge una categorización de la población usuaria de la web 2.0, dado que, con debate por medio, no es descabellado afirmar que existe una brecha digital que puede ser entendida desde el acceso o no a internet y su aprovechamiento, como también puede ser tomada en cuenta desde el ámbito de la edad y la convivencia temprana y tardía con los desarrollos digitales de este siglo y el último decenio del anterior.

Es esta segunda categoría la que aporta una mayor claridad, ya que en el ámbito de la educación, se considera que los profesores son “Migrantes digitales” y los estudiantes “Nativos digitales”. La diferenciación parte del reconocimiento de nativos a aquellos individuos que han nacido en el mundo del internet y los aparatos tecnológicos generados en torno a las diversificaciones de su uso, es decir, niños y adolescentes que hablan el “lenguaje” de la tecnología digital, en contraposición con sus padres y maestros que “traducen” su lenguaje cotidiano al tecnológico, con lo cual prevalece un “acento” que hace de las prácticas anteriores una especie de

⁵⁷ Cantú, Gustavo (2010). “Adolescencia, subjetividad y nuevas tecnologías: problemas y perspectivas”. Ponencia en: Anais Congreso Brasileiro de Psicologia y Adolescencia, v. 1, n. 1 (2010) disponible en: <http://www.psi21.com.br/ojs/index.php/CBPA/article/view/71/71>.

mediador entre el usuario “migrante” y la tecnología digital, como lo define Prensky(2001) en su trabajo “Digital natives, digital immigrants”:

*“Nuestros estudiantes hoy en día son “hablantes nativos” del lenguaje digital de las computadoras, video juegos y del internet. Entonces, ¿Qué somos el resto de nosotros? Los que no hemos nacido en el mundo digital pero nos hemos, en un punto tardío de nuestras vidas, fascinado por adoptar muchos o bastantes aspectos de la nueva tecnología, somos y seremos siempre comparados con ellos, Migrantes Digitales.”*⁵⁸

Ese acento es la brecha tecnológica dada por la falta de naturalización de lo digital, al haber sido, durante su crecimiento, sujetos al uso de otras maneras de consumir y construir conocimiento. Estos “migrantes” y “nativos” constituyen la población virtual que puebla el universo digital en el que se ve inmerso el crecimiento personal y la educación formal e informal que reciben los adolescentes de ahora.

1.2.6.2. ¿Adolescentes nativos o migrantes?

Los adolescentes del segundo decenio de este siglo entran en la categoría de “nativos digitales” pues nacieron en pleno boom del internet y las TIC, en una esfera digital, en que el interactuar con computadores, consolas de video y teléfonos celulares, les es tan natural como fue el uso del microondas o la lavadora de ropa para generaciones anteriores.

Una definición clara y coherente de nativo digital, con respecto a la generación en que nació, la expresan de manera concisa Busquet y Uribe:

*“Los nativos digitales son quienes, nacidos después de 1990, conforman la primera generación que ha crecido en un entorno plenamente digitalizado, que están plenamente familiarizados en su uso y que demuestran un uso precoz y un notable dominio intuitivo de las herramientas propias de la sociedad de la información”*⁵⁹

⁵⁸ Prensky, Mark. (2001) “Digital natives, digital immigrants”. On the horizon, NCB University Press, VOL.9 October 2001; PRENSKY, M. (2001), disponible en: <http://marcprensky.com/writing/prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> Cita traducida por Julia Fabara.

⁵⁹ BUSQUET, Jordi; URIBE, Ana Cinthya. El uso de las TICs y la Brecha Digital entre adultos y adolescentes. Disponible en:

Es común en nuestra sociedad actual el uso de computadores y otros aparatos tecnológicos que los adolescentes manejan sin dificultad aparente, a pesar de que la tecnología se caracteriza por un ritmo de innovación vertiginosa, los que “hablan” un lenguaje digital están debidamente capacitados para entender y utilizar lo que la tecnología les ofrece.

1.2.6.3. Nativos + presencialidad

Los nativos digitales, como todos los seres humanos, manejan redes sociales presenciales, sea familia, centro de estudios, comunidad deportiva y otras actividades, lo que contrasta con diferentes generaciones es que los adolescentes se relacionan con la mayoría de estos miembros de su círculo, tanto de manera virtual como de manera presencial⁶⁰, es decir, comparten de las dos formas opiniones y comentarios que tienden a estrechar o alejar los vínculos determinados por distintos ámbitos y momentos de sus vidas .

Tanto la cotidianeidad, como las relaciones sociales sujetas a ella, se enmarcan de manera natural tanto en el mundo presencial como en el virtual, sin haber diferenciación alguna, incluso en el lenguaje y las formas de interactuar con sus pares. Aunque existe una diferencia bastante marcada cuando se trata de los padres o profesores, pues en muchos de los casos, los adolescentes no les dan cabida en sus RSV, pues lo consideran una invasión a su privacidad y autonomía.⁶¹

Así pues, el marco de referencia en presencialidad está particionado por la clase de relaciones y las afinidades que se comparte con los vínculos formados y conservados, además del grado de comodidad y apertura hacia compartir la información y publicaciones virtuales con figuras de autoridad.

<http://www.educacionmediatica.es/comunicaciones/Eje%204/Jordi%20BUSQUETy%20Ana%20Cinthya%20URIBE.pdf> consultado el 20 de enero de 2012.

⁶⁰ MODELOS'DE'INTERACCIÓN'DE'LOS'ADOLESCENTES'EN' CONTEXTOS'PRESENCIALES'Y'VIRTUALES

http://edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec35/pdf/Edutec-e_n35_Sanchez_Prendes_Serrano.pdf

⁶¹ Diagnóstico Colegio Lev Vygotsky, ver página 73.

1.2.6.4. Nativos + virtualidad web2.0

Al asumir el lenguaje tecnológico y sus formas, como propio y natural, su relación con la web 2.0, sus aplicaciones y desarrollos en el ciberespacio, forma parte de su vida diaria, los adolescentes conviven con los aparatos tecnológicos y las RSV, tienden a postear todo lo que hacen y las fotografías de lo que hacen o quieren mostrar a los miembros de su círculo web 2.0, sea cercano o lejano.

Así como los vínculos presenciales se mantienen en la red, también se crean otros vínculos virtuales, con personas con las cuales el contacto es puramente en la red, la comunicación se desarrolla desde todos los ámbitos, con la inmediatez que la tecnología propone, pero los contenidos que los usuarios disponen, el problema radica en la diferenciación y aproximación crítica hacia la información recibida por estos medios.

La existencia de esta generación de “nativos digitales” ha propiciado también el surgimiento de mentes jóvenes con ideas innovadoras, un nuevo segmento laboral y de generación de ingresos constantes, todo esto como producto de la apropiación temprana de la lógica y lenguaje de las tecnologías digitales, como lo explica Piscitelli:

[...]”para los nativos digitales que se han iniciado ya hace rato en estos menesteres (es cada vez más común encontrarnos con adolescentes de 15 años que no solo programan, sino que también inventan aplicaciones, generan videojuegos o arman sitios de difusión de sus ideas)”⁶²

El universo de la web 2.0 es un campo lleno de oportunidades para los nativos digitales, un mundo en donde son peces en el agua, se saben manejar digitalmente de manera instrumental, el desafío es añadirle un aspecto crítico de autoconstrucción conjugada con los elementos socio-técnicos de las RSV y la interacción tanto de sus maestros como de sus padres en torno a objetivos comunes.

⁶² Piscitelli A. (2005b) Inmigrantes digitales vs nativos digitales. En “Educar”. Disponible en : <http://portal.edu.ar/debates/educacionytic/nuevos-alfabetismos/inmigrantes-digitales-vs-nativos-digitales.php>

1.2.7. Las nuevas relaciones virtuales de este siglo

Ya lo expresó en el 2008, José Cea Jiménez:

[...] las redes digitales no sólo son capaces de conectar entre sí a todas las personas del mundo, sino que, además, pueden proveer, a todas ellas por igual, de un acceso sin límites a servicios de comunicación, información, educación o entretenimiento.

Como vemos, nunca antes habían estado tan íntimamente relacionados el conocer y poder usar las tecnologías (TICs) con el éxito y la aceleración de la actividad educativa y con el avance del conocimiento. TICs y educación se han convertido en un binomio virtuoso que, bien gestionado, se retroalimenta positivamente y que, sin duda, nos permitirá alcanzar metas que aún ni imaginamos.⁶³

El debate sobre las redes sociales a través de Internet no es un tema novedoso; sin embargo, cada día el análisis y la reflexión sobre ellas es mayor debido al nivel de popularidad que vienen adquiriendo con el tiempo. Es de especial interés la vinculación que estas herramientas han logrado con los adolescentes en todo el mundo, por lo tanto, la educación se ve estrechamente ligada a estos espacios de discusión que a su vez se conjugan con la esfera comunicativa, informativa y de entretenimiento, es decir, es imprescindible comprender como los adolescentes se relacionan con estos espacios.

No obstante, la “relación” que existe entre los jóvenes y los medios virtuales conlleva un profundo análisis, aquellas concepciones clásicas de interacción, acceso a la información, investigación y demás, han sufrido transformaciones considerables con el devenir de la tecnología. Es el caso de la interacción, ya no se la puede concebir como la relación entre seres humanos simplemente, la vida ahora tiene una esfera digital innegable en la mayoría de los hogares, considerando que la brecha digital cada vez es menor.

Muy bien lo explicó y pronosticó Nicholas Negroponte en su libro “Being Digital” o “Mundo Digital” ya en el año 1995 cuando el Internet era aún un fenómeno que no se podía descifrar del todo por los expertos y menos aún por el común de la gente. El autor expone la complejidad que vive el ser humano desde entonces cuando se convierte en un “ser digital” que debe aprender a moverse en la “autopista de la

⁶³ JIMENEZ, José, C. “TIC y Educación: binomio virtuoso” en Fundación Telefónica (Ed), TELOS, Cuaderno de Comunicación e Innovación, 11va Edición, octubre-diciembre 2008.

información” manejando computadores y sus aplicaciones; por lo tanto, es importante advertir estos aspectos de la “vida virtual” para entender la relación entre las redes digitales y los adolescentes. Así, para el autor, la relación entre el usuario y su ordenador es un elemento prioritario, para él, la interfaz hombre-ordenador es esencial y prioritaria, cabe indicar que si bien para la Real Academia Española de la Lengua se define a este término como: “Conexión física y funcional entre dos aparatos o sistemas independientes.”, para el autor en mención el sentido es mucho más amplio, es una relación entre el usuario y su computador: “Mi interfaz ideal es aquella en que los ordenadores sean más como las personas. Esta idea es susceptible de ser criticada por romántica, vaga o irrealizable [...]”⁶⁴

*Lo que ahora llamamos «interfaces basadas en agentes» serán los medios principales a través de los cuales los ordenadores y las personas hablarán entre sí. Habrá puntos específicos del espacio y del tiempo en donde los bits se convertirán en átomos y viceversa. Ya sea por medio de la transmisión de un cristal líquido o de la resonancia de un generador de voz, la interfaz necesitará el tamaño, forma, color, tono de voz y toda la restante parafernalia sensorial.*⁶⁵

Es claro que las relaciones entre personas y su intercambio con los ordenadores a partir del nacimiento del Internet tienen un giro de 180 grados, la interacción y las conexiones cambian, el concepto de interactividad y de interrelación tiene ahora un significado más amplio, la idea clásica de interrelacionarse con el otro en un mismo espacio real está caduca, los avances tecnológicos que nos permiten establecer nuevas formas de comunicación y de relación son más frecuentes y cada vez con mayores aplicaciones innovadoras y novedosas, para Nicholas Negroponte, el desafío para la próxima década (tiempo que ya pasó) era:

*[...] no sólo [...] ofrecer pantallas más grandes, mejor calidad de sonido y dispositivos gráficos de fácil uso, sino en **hacer ordenadores que nos conozcan, que aprendan lo que necesitamos y entiendan lenguajes verbales y no verbales.** Un ordenador debería saber que no es lo mismo decir «votar» que «botar», no porque detecte la pequeña diferencia acústica sino porque*

⁶⁴ NEGROPONTE, Nicholas, *Being Digital - El Mundo Digital*, 1.a edición, Ediciones B, S.A., 1995, P 64.

⁶⁵ Idem., p. 64.

*comprenda el significado. Eso es un buen diseño de interfaz. La interacción es una carga que ha pesado sobre el hombre hasta hoy día.*⁶⁶

Si bien es cierto que en el año 1995, fecha en que se publicó el libro, la interacción era estricta responsabilidad del ser humano, vemos que 16 años después los sistemas informáticos, las aplicaciones en red han evolucionado de manera exitosa y no solamente en la forma de las TIC, más allá de ello en la creación de software que permiten un mayor nivel de interactividad, es el caso de las RSV, que son espacios que facilitan la interrelación entre usuarios a través de ordenadores y una especie de “relación” de usuarios con ordenadores, revolución que establece nuevas formas de comunicación y de ver el mundo, en especial en los adolescentes que se encuentran a diario navegando en la red y para quienes las innovaciones tecnológicas son inmediatas, frecuentes y siempre destinadas a mejorar los servicios virtuales.

Es decir, que la era actual es nada menos que la de la post información y las redes sociales son agentes que aportan cotidianamente para que este postulado se cumpla, los espacios virtuales adivinan pensamientos y satisfacen deseos, el ser humano es hoy por hoy un “ser digital” que personaliza su información al mínimo detalle, que comparte deseos, frustraciones, acontecimientos, imágenes, gustos, datos personales desde cualquier lugar del mundo y a las cuales tienen acceso miles de personas en todo el globo.

Estas formas de interrelación nacen con nuevas maneras de leer, comunicar y compartir desde el hipertexto y la hipermedia, elementos que se han popularizado con los avances de la red. El término “hipertexto” [fue definido por] Theodor H. Nelson, [...] como un tipo de “escritura no secuencial, un texto que bifurca, que permite que el lector elija y que se lea mejor en una pantalla interactiva.

Negroponte también conceptualiza a la hipermedia como:

[...] una extensión de hipertexto, un concepto que designa narrativa altamente interconectada, o información vinculada. [...] Para explicarlo de una forma sencilla, diremos que en un libro impreso, las frases, párrafos, páginas y capítulos se suceden en un orden determinado no sólo por el autor sino también por la estructura física y secuencial del propio libro. Aunque se puede acceder a un libro de forma aleatoria y nuestros ojos pueden hojearlo al azar, éste permanece siempre en los límites de las tres dimensiones físicas.

⁶⁶ NEGROPONTE, Nicholas ECO, Op. Cit. p. 58 - 59.

Sin embargo, esto no es así en el mundo digital. El espacio que ocupa la información no se limita a las tres dimensiones. Una idea o sucesión de pensamientos pueden comprender una red multidimensional de pistas dispuestas para nuevas elaboraciones o argumentos que pueden ser invocados o ignorados. [...] Los hipermedia son como una colección de mensajes elásticos que se pueden expandir o contraer según los deseos del lector. Las ideas se pueden consultar y analizar a distintos niveles de complejidad.⁶⁷

Y son las redes sociales fieles ejemplos de aplicaciones hipermedia. Ellas abren un mundo sin fin de información, de transmisión de mensajes, ideas, pensamientos, fotografías, videos y un sinnúmero de aplicaciones que trascienden justamente los límites del texto físico, el usuario puede saltar de un tema específico a otro casi sin notarlo, además consigue interconectarse con varias personas al mismo tiempo y compartir información de distintas temáticas, la elección del consumidor es fundamental, está en sus manos el aceptar las invitaciones que su ordenador le hace a través de la web y continuar sumergiéndose en el mundo virtual o descartarlo, estos sistemas se han diseñado con el objetivo de brindar siempre nuevas y atractivas posibilidades de información, comunicación y entretenimiento que establecen una especie de “ramificación” digital a través de una sola pantalla y sin la necesidad de traslado corporal, es más bien, un desplazamiento mental por la autopista de la información.

Estos nuevos conceptos de la información, el texto, la interrelación y la propia Internet desde la llamada web 2.0 generan amplios debates en los sistemas educativos en todo el mundo, ya que son los adolescentes quienes se encuentran en el ojo de todo este huracán tecnológico y deben estar preparados para enfrentar el devenir del nuevo sistema informático; por ello, el concepto de estudio de este capítulo son las redes sociales más populares y con ello sus ventajas y desventajas; como punto de interés la situación en Ecuador.

En el primer semestre del 2011, por primera vez en el país se realizó el estudio e investigación: “La Generación Interactiva en Ecuador, niños y adolescentes ante las pantallas”, en cuyo segundo capítulo se realiza un amplio análisis de uso de Internet y sus aplicaciones en estudiantes de entre 6 y 18 años de más de 2000 colegios a

⁶⁷ NEGROPONTE, Nicholas ECO, Op. Cit. p. 46.

nivel nacional; del cual, los siguientes indicadores se han seleccionado de acuerdo al interés del texto:

- *[En el caso de los más mayores -10 a 18 años- el 70,5% se declara usuario de Internet; a partir de los 13 años se supera esa cifra y también es destacable que las chicas superen a los chicos en esta cuestión en todos los tramos de edad investigados.]*⁶⁸
- *[...] el 34% de los menores afirma utilizar servicios para compartir con otras fotos y videos, a través de plataformas como YouTube o Flickr. Por último, en un porcentaje mucho menor, un 8% utiliza blogs y un 5% fotoblogs para compartir contenidos con sus iguales.*⁶⁹
- *[...] un 61% utiliza [a las redes sociales] con ligero predominio de los chicos frente a las chicas. Por edades, a partir de los 14 años el uso de redes sociales supera el 70% hasta alcanzar una cota máxima de uso del 72% a los 15 años [...]*⁷⁰
- *En el caso de la investigación realizada, las redes sociales más populares entre los menores internautas se clasifican del siguiente modo: Facebook se sitúa en primer lugar con un 86% de usuarios entre todos los que utilizan Internet y le sigue con bastante distancia HI5 con un 52% de penetración; en tercer lugar se posiciona Windows Live Spaces -25%- seguida de My Space y Sonico, ambas con un 17% y 16% respectivamente. El resto de opciones apenas supera el 10%, o se queda por debajo de esa cifra, salvo en el caso de “otras redes sociales”*⁷¹

Las conclusiones de la investigación realizada en los colegios refleja la importancia de no desligar a los adolescentes de la vida virtual, el hipertexto y las nuevas herramientas tecnológicas que permiten a los usuarios ser no solamente consumidores de información y entretenimiento, sino, productores de la misma, acción que se realiza en la mayoría de los casos de manera inconsciente al utilizar las redes sociales, lo cual conlleva necesariamente ventajas y desventajas.

⁶⁸ BRINGUE, Xavier y SADABA, Charo, *La Generación Interactiva en Ecuador – Niños y adolescentes antes las pantallas*, Ediecuatorial, primera edición, Quito, 2011. Con la colaboración de Foro de Generaciones Interactivas, Educared, universidad de Navarra y Fundación Telefónica. P43.

⁶⁹ Idem, P 55.

⁷⁰ Idem, P56.

⁷¹ BRINGUE, Xavier y SADABA, Op. Cit. P 57.

1.2.8. Los adolescentes en esta nueva relación virtual

¿Están los adolescentes preparados para la usabilidad y reflexión en el uso de las redes sociales a través de Internet?

Una de las mayores inquietudes que ha surgido a partir de la popularización de las RS a través de Internet tiene relación con el uso que los adolescentes hacen de ellas frente a todas las aplicaciones que presentan; una oferta infinita de opciones que además de útiles pueden ser muy atractivos pero no necesariamente positivas, con ello nace la reflexión sobre el nivel de lectura crítica que los chicos y chicas tienen sobre este tema.

En un primer momento el cuestionamiento recae en la forma en que se deben leer las redes sociales, pues no hablamos de textos en dimensiones físicas, hablamos de espacios virtuales que manejan hipertextualidad y que permiten al usuario viajar en distintas dimensiones por la autopista de la información, recibiendo un “bombardeo” de conocimiento de todo tipo y de todas partes, entonces, no solo facilita la lectura de textos, sino también de imágenes, videos, fotografías, etc., y con la facultad de convertirse en productores de información con total libertad de expresión. Muy bien lo explican Burbules y Callister:

Cuando se trabaja con hipertextos, se destaca la posibilidad de incorporar más y más fuentes, multiplicar la cantidad de datos y diversificar los rumbos de las asociaciones significativas [...] hasta un grado potencialmente infinito (y quizás, en cierto sentido, contraproducente).⁷²

Es justamente la preocupación por ese “sentido contraproducente” que la lectura del hipertexto debe ser tomada en cuenta. Ha sido definida como “hiperlectura”:

La hiperlectura se basa en la idea de que nunca existe una manera única de leer, de que el lector crea una versión mientras lee, de que todo escrito mantiene siempre una relación con muchos otros a los que se refiere (ya sea implícita o explícitamente), y de que, en este sentido, leer es un proceso que siempre funciona con cierto grado de hipertextualidad en relación con otros. El proceso al que Eco denomina "semiosis ilimitada", aquel en el cual se

⁷² Umberto Eco, *A Theory of Semiotics*, Bloomington, IN, Indiana University Press, 1976, págs. 69 y sgs, tomado de BURBULES Nicholas y CALLISTER Thomas, Educación; Riesgos y Promesas de las Nuevas Tecnologías de la Información, Editorial Granica, primera edición 2001.

*juega con interpretaciones múltiples, aquel en el que se cuestionan las interpretaciones acreditadas (incluso las del propio autor), todos ellos delegan en el lector la responsabilidad y el poder de ser más crítico en su lectura y de aplicar la noción de constructivismo en forma activa.*⁷³

Los adolescentes, aunque no sean conscientes de su rol como lectores en la web, tienen la responsabilidad de ser críticos y de construir su propio conocimiento a partir de todo aquello que está escrito por millones de cibernautas, por toda la vorágine de información compartida a la que acceden a través de las RSV; por tanto, las escuelas y colegios se ven en la necesidad de evolucionar su sistema educativo para promover espacios de construcción de conocimiento en un entorno educativo virtual.

Los estudiantes deben ser capaces de producir y reproducir contenido desde una posición activa y que responda hacia la construcción de un mundo mejor, de una era digital que termine con prácticas que van en detrimento de los demás como seres humanos, al contrario que construyan procesos de fortalecimiento de la conciencia social.

Los adolescentes, al ser nativos digitales tienen la habilidad innata de utilizar las herramientas tecnológicas; sin embargo, es necesario dilucidar si están preparados para afrontar la responsabilidad que la rápida evolución de esta autopista virtual conlleva, aunque muchos de ellos dominan el conocimiento técnico, es menester potenciar un aprendizaje responsable del mismo y que pueda traspasar los límites del utilitarismo digital.

⁷³ BURBULES Nicholas y CALLISTER Thomas, Educación; Riesgos y Promesas de las Nuevas Tecnologías de la Información, Editorial Granica, primera edición 2001, P 11.

CAPÍTULO II: EL BINOMIO CONSTRUCTIVISMO / EDUCOMUNICACIÓN EN LA ERA ACTUAL

El ejercicio educativo en el mundo de las TICs exige ser pensado desde la educomunicación, entendiendo que:

La Educomunicación asume el concepto de comunicación como un proceso de producción, generación, circulación y consumo de mensajes y sentidos; se enfatiza en que comunicar es “tomar en cuenta al otro”, usar códigos comunes con el otro, lo cual implica una postura ética distinta a la que rige hoy en día, cuando se fomentan los intereses personales y económicos por encima de quien sea y de lo que sea. Se pretende la construcción de una sociedad solidaria y participativa, transformada por la conciencia crítica de cada uno/a de quienes ejercen su derecho a la ciudadanía.

En este sentido, la Educomunicación, definida como el conjunto de los procesos formativos que abarca los distintos campos de interrelación pedagógica entre Educación y Comunicación Social, es netamente interdisciplinaria.⁷⁴

Las nuevas tecnologías y sus diversas aplicaciones amplían y aceleran procesos de producción, generación y circulación de mensajes a través de las RSV y con ello nace la necesidad de contar con dinámicas pedagógicas que ayuden a los estudiantes a comprender la importancia de pensar en el otro y establecer códigos de ética en las acciones comunicativas fuera y dentro del espacio social virtual; para ello la Educomunicación se debe concebir como un eje pedagógico en el aula, siempre que se comprenda su propósito como el de:

[...] esencialmente, formar personas críticas y activas frente a los diversos procesos de comunicación en que están inmersas; y promueve la producción de cultura, porque la Educomunicación concibe al sujeto destinatario (receptor) como un ser histórico, inserto en un grupo social que tiene una visión del mundo, que es capaz de construir cultura (valores, conocimientos y actitudes, que resultan significativos para satisfacer sus necesidades) a partir de la totalidad de la vida. (4).⁷⁵

La concepción del destinatario como un ser histórico capaz de construir cultura establece la responsabilidad escolar de formar sujetos responsables que contribuyan de manera *positiva* en la sociedad y puedan ser entes referentes de cambio y no parte

⁷⁴ NARANJO, María Paulina, *La Educomunicación: Un desafío para el cambio*, UPS, Quito, P1.

⁷⁵ DE OLIVEIRA, Ismar, Manifiesto de Educación para la comunicación para los países en vías de desarrollo, ponencia presentada en el Congreso Pe de Imaxe, La Coruña, 1996. Tomado de NARANJO, María Paulina, *La Educomunicación: Un desafío para el cambio*, UPS, Quito, P3.

de la “masa”, especialmente en entornos virtuales como sucede en la actualidad, en donde las modas e industrias culturales se reproducen a una velocidad que en el pasado no podía ser imaginada.

Entonces la Educomunicación al ser interdisciplinaria debe estar acompañada de nuevas formas de educar desde practicas constructivistas y pensadas en docentes que evolucionen su manera de mediar el conocimiento, así como evoluciona la red; los debates, investigaciones y estrategias sobre el tema son sujeto de investigación en cientos de países en el mundo, la preocupación por cambiar los sistemas pedagógicos no es nueva ni moderna, cada día surgen ideas y alternativas que además son socializadas y compartidas en espacios virtuales estableciendo resultados positivos y negativos que propenden el aprendizaje colaborativo entre docentes.

Una alternativa propuesta por Cobo y Movarec establece invisibilizar a las “nuevas tecnologías” y estimular procesos de creación de nuevo conocimiento por parte de los estudiantes, lo cual tiene una estricta relación con el objetivo de la Educomunicación en promover personas capaces de repensar el mundo desde ideas claras de democracia, justicia, asumiendo el desafío de transformar del ser humano.

La reflexión sobre procesos de construcción por parte de los actores esenciales en la educación, los educandos, atienden una necesidad aún mayor y más importante que el conocer y dominar las TICs, y cuya respuesta pueda hacerse desde la siguiente reflexión:

[...] como hacer para que la enseñanza “invisibilice” a las TIC como tal y sea capaz de estimular la capacidad humana de generar, conectar y reproducir nuevos conocimientos de manera continua, sin casarse con ninguna tecnología en particular y sin que ello implique renunciar a la adaptación y a la actualización continuas.⁷⁶

Pensar en ello es asumir la transformación de la educación en procesos pedagógicos que si bien no busquen aislar las nuevas tecnologías, potencien la capacidad creadora del ser en donde las herramientas digitales se conviertan en herramientas pragmáticas pensadas desde el educador con objetivos bien definidos para que de esta manera los estudiantes puedan adquirir y evaluar el conocimiento, pensar y discernir desde su propia estructura y no desde una repetición o validación de lo ya existente en la

⁷⁶ COBO, Cristóbal y MOVAREC, John, *Aprendizaje Invisible – Hacia una nueva ecología de la Educación*, Colección Tasmmedia XXI. Laboratorio de Mitjans Interactus / Publicaciones y Ediciones de la Universidad de Barcelona, Barcelona, 2011. P35.

amplia gama de ofertas que encuentran en la Internet; sin olvidar el hacer las cosas con amor y pasión además de dedicación y responsabilidad; sin permitirse la deshumanización, comprendiéndose como seres sociales capaces de innovar, aprender, compartir y potenciar proyectos para el beneficio social.

Las RSV deben ser tomadas en cuenta dentro de todo este proceso, pues forman parte importante de la vida de los estudiantes y constituyen espacios de socialización, comunicación e intercambio de conocimiento e intereses con sus similares, que permiten el aprendizaje fuera del aula, en donde se pueden ver limitados los procesos pedagógicos o que, con estrategias adecuadas puedan convertirse en extensiones de aprendizaje del aula con opción de exploración ilimitada, perfeccionamiento de habilidades, que impulsen los desafíos y rompan una linealidad de pensamiento estandarizado en la red social para fomentar la capacidad cuestionadora.

La idea de una “Educación Invisible” en la época actual no puede bajo ningún concepto pensarse desde la negación de la virtualidad, pues es el presente el de “Nativos Digitales” que además deben ser concebidos como futuros mujeres y hombres profesionales, padres, madres de familia, agentes de desarrollo del mundo a quienes les corresponde afrontar nuevos desafíos y ello no podrá ser concebido en el marco del desconocimiento digital o de un utilitarismo de las herramientas virtuales, sino desde la construcción y programación a partir de propuestas de creación de códigos y de conocimiento “open” como lo propone el creador de Software Libre, Richard Stallman, quien establece la importancia de respetar la libertad del usuario y la solidaridad social de contribuir a la comunidad sobre la creación propia de conocimiento para aportar al sistema social en el marco del respeto.

Cristóbal Cobo y John W. Movarec lo exponen desde su punto de vista también:

[...] todo ciudadano de la era actual está llamado, en menor o mayor medida, a desarrollar un conjunto de destrezas para desenvolverse en un mundo inundado de información y conexiones. Desafortunadamente, quienes no cuentan con un dossier básico de estas habilidades se convierten en analfabetos que quedan inhabilitados para hacer una transacción bancaria on-line, trabajar a distancia, pagar impuestos en línea o simplemente comprar un billete de avión vía Internet.⁷⁷

⁷⁷ COBO, Cristóbal y MOVAREC, John, Op Cit. P 100.

Se hace evidente entonces la necesidad de fortalecer los sistemas educativos desde sujetos que puedan ser agentes transformadores del conocimiento desde una visión de constructivismo y educomunicación para el fortalecimiento de una nueva era. En palabras de Piscitelli, los estudiantes deben ser “anfíbio, híbrido y polialfabetizado” (La Voz, 2009)”, es decir, sujetos “info - anfíbios” que es expresamente el tener la capacidad de adaptarse en un mundo de información que se desactualiza y actualiza de manera constante y en los diversos ámbitos de socialización y generación de conocimiento.

Finalmente, el binomio constructivismo y Educomunicación son conceptos que deben ligarse profundamente a las tecnologías y no en el simple ejercicio de ser incluyentes con estas herramientas dentro del aula, la necesidad imperativa es la de potenciar su utilidad pragmática desde la creatividad, la actitud crítica, ideas claras de solidaridad, justicia, transparencia de la información y de convivencia pacífica. Por ello se hace indispensable pensar en alfabetizar digitalmente a las generaciones actuales y enfatizar en la importancia de ser lectores críticos de la era digital.

2.1 Alfabetización digital

Cuando se utiliza este término en un espacio cotidiano se entiende como la capacidad de manejar el lenguaje escrito y oral para poder comunicar lo que se quiere expresar de una manera clara, que pueda ser entendida por diversos interlocutores que también se encuentren alfabetizados en determinado lenguaje.

Al hablar de alfabetización digital, en la era de la información, aunque es un ámbito que se encuentra en debate académico entre las esferas académicas relacionadas con el tema, se puede entender de manera preliminar como el desarrollo adecuado de las habilidades necesarias para manejar y comprender las tecnologías de la información y comunicación, para poder desenvolverse en ellas, haciéndose entender por otras personas que también han sido alfabetizadas en estas mismas vías.

Aunque para algunos autores como Rafael Ortiz Casado este concepto debe englobar algunas cosas más que contribuyan a un desempeño crítico del alfabetizado digitalmente, con la finalidad de enriquecer las plataformas tecnológicas en cuanto a interacción y contenido, ya que su capacidad técnica de innovación, evolución y

transformación son más allá de evidentes, la manera de entender la alfabetización digital desde la visión de este autor se presenta de la siguiente manera:

“... la alfabetización digital ha de entenderse como un proceso continuo cuyo trasfondo está referido no sólo a la información, sino también al conocimiento y, todavía más, a la sabiduría. Por eso, no puede desligarse la alfabetización digital de la educación en general y de los valores. Hay que educar para la tolerancia y la complejidad. La multimedialidad, la hipertextualidad, la conjunción de diferentes medios de comunicación, etc., se nos presentan como un desafío, pero también nos dan una oportunidad. Estar alfabetizado digitalmente es conseguir la capacidad de interactuar inteligentemente con las tecnologías para gobernar la complejidad y transformar la sociedad.”⁷⁸

Es decir, la alfabetización digital vista como un proceso integral que englobe todos los procesos educativos por los que atraviesa un individuo en su crecimiento y desarrollo durante su vida, ya que lo digital atraviesa todos los campos de la misma, no solamente el educacional ni el social, sino que en los tiempos actuales, y más que nada para los adolescentes las tecnologías son parte formativa y periódica de su vida.

Es por ello que existe la necesidad de que esta naturalización de lo digital en lo cotidiano sea concebida como un adicional, una parte y no un todo, que sea mediada por un aporte reflexivo de los aparatos, discursos y contenidos, que contribuirán a una alfabetización digital completa, donde cada individuo sea capaz de adquirir, preservar y defender sus valores y principios en otro tipo de reglas del juego social como son las tecnológicas, especialmente las RSV.

Para ello se vuelve vital tomar en cuenta las aportaciones realizadas para la lectura crítica de textos y expresiones orales, avances que se han hecho desde la multidisciplinariedad de los campos de estudio que envuelven a la comunicación humana, para lograr entrecruzar las diferentes aristas implicadas en este proceso comunicativo de la era digital que conlleven a la auto – creación de procesos, técnicas y habilidades tendientes hacia el desarrollo adecuado de un ser humano consciente de su alfabetización integral en el mundo digital, de su voz y las maneras y tecnologías a utilizar para hacerse escuchar y difundir sus opiniones, de una

⁷⁸ Casado Ortiz, Rafael CLAVES DE LA ALFABETIZACIÓN DIGITAL. Fundación Telefónica. 2008. Disponible en http://www.identic.es/eventos2008/jornadatelecentros/recursos/claves_alfabetiz_digital.pdf

manera consciente, analítica y reflexiva, que vaya a la par con el ritmo vertiginoso de innovación y cambio que posee la tecnología.

2.2 Lectura Crítica y Pensamiento Crítico

La lectura crítica como visión global, a ser abordada en esta estrategia, será considerada como la conjunción racional que se da entre lectura y pensamiento crítico, la lectura es la aproximación consciente y fundamentada hacia lo que se lee o se percibe, mientras que el pensamiento está relacionado con la apropiación del conocimiento, lo que la información aporta para la vida del sujeto que la recibe, es decir una apropiación subjetiva de lo que previamente se ha entendido aplicando la lectura crítica.

La lectura crítica en sí tiende a partir de la lectura direccionada, determinar ciertos cuestionamientos como ¿Cuál es la posición del autor?, ¿Cuál es la versión de las cosas que tiene el autor?, ¿Qué quiere expresar el autor a través del texto?⁷⁹, es decir, descubrir que más allá de lo escrito, hay una voz que determina cierto lineamiento de cualquier clase, conceptual, político, religioso, etcétera, que da una visión desde el autor, de la motivación y direccionamiento de la palabra.

En principio la lectura crítica va relacionada a los textos escritos, pero puede ser aplicada a cualquier otra forma de difusión de la palabra, la definición de lectura crítica más acertada es la del “Diccionario de Literatura y términos relacionados” de Harris y Hodges es:

"(1) el proceso de hacer juicios en la lectura: evaluar la relevancia y la idoneidad de lo que se lee..." (2) un acto de lectura que utiliza una actitud interrogadora, el análisis lógico y la inferencia para juzgar el valor de lo que se lee de acuerdo a un estándar establecido... Entre las habilidades identificadas para hacer juicios en la lectura crítica están las que tienen que ver con la intención o propósito del autor; con la exactitud, lógica, confiabilidad y autenticidad del escrito; y con las formas literarias, partes constitutivas y los recursos de la trama identificados por medio del análisis literario”⁸⁰

⁷⁹ www.rmm.cl/./200701210148060.TECNICA%20DE%LECTUR.... Red de maestros Santiago de Chile, consultado el 2 de febrero 2012

⁸⁰ <http://www.eduteka.org/modulos.php?catx=1&idSubX=163&ida=183&art=1> “Diccionario de Lectura y Términos Relacionados” de Harris y Hodges consultado el 5 de febrero 2012

El proceso de la lectura crítica en sí, necesita un complemento que lleve a analizar globalmente cualquier manifestación de la palabra a la que se tenga acceso, si bien al analizar algo desde la lectura crítica, el enfoque está en el autor, se necesita, a partir de este ejercicio una aproximación propia hacia lo que se lee, una validación desde el punto de vista subjetivo, atravesado por la experiencia propia y al punto de vista que se ha desarrollado sobre ciertos temas, a través de la vida de una persona.

Es este el punto donde entra el pensamiento crítico, que va íntimamente relacionado con la lectura crítica ya que sin ella no puede ser completo el proceso de reflexión que hace de la recepción de conocimiento una apropiación total, o en su defecto un alejamiento tanto de lo compartido como de la perspectiva de determinado autor de lo leído. Tomando en cuenta la posición respecto a un texto, como la tendencia humana a tener un punto de vista sobre lo que le rodea, aún cuando la misma no sea compartida hacia los demás, es una característica del raciocinio del que está dotada la mente del ser humano.

El pensamiento crítico complementa el proceso de lectura, pues encamina la comprensión hacia una auto – confrontación de lo que se ha leído, con lo que previamente se conoce sobre determinado tema u opinión. Para llegar a ejercer el pensamiento crítico después de haber realizado un acercamiento hacia el autor y lo que este pretende, se requiere una mirada más amplia, que determine la validez de aquello que se está sometiendo a análisis e interiorización, para luego confrontarlo con conocimientos ideas y puntos de vista preexistentes, para terminar apropiándose de aquello que sea más conveniente para el aprendizaje, modo de vida y relaciones sociales del sujeto.

Para llegar a un entendimiento completo de lo que plantea el pensamiento crítico, la definición proporcionada por Facione, es la que direcciona de manera adecuada el objetivo de este estudio, es la meta ideal para llegar a una visión apropiada del mundo que pueda ir acorde con una construcción analítica y pensante del ser humano que llegue poco a poco a la capacidad de dimensionar correctamente los procesos, las ideas y los pensamientos en función de su autoconstrucción, la definición es:

“El pensador crítico ideal es una persona habitualmente inquisitiva; bien informada, que confía en la razón; de mente abierta; flexible; justa cuando se trata de evaluar; honesta cuando confronta sus sesgos personales; prudente al emitir juicios; dispuesta a reconsiderar y si es necesario a retractarse;

*clara respecto a los problemas o las situaciones que requieren la emisión de un juicio; ordenada cuando se enfrenta a situaciones complejas; diligente en la búsqueda de información relevante; razonable en la selección de criterios; enfocada en preguntar, indagar, investigar; persistente en la búsqueda de resultados tan precisos como las circunstancias y el problema o la situación lo permitan.*⁸¹

Lo adecuado, sería llegar a asimilar de esta manera todas las prácticas de comunicación de las que el ser humano es parte y creador durante toda su vida, pero un mecanismo recurrente tan profundo de reflexión crítica, dependiendo del sujeto, puede llegar a ser muy complicado, especialmente en los procesos que se encuentran envueltos en una velocidad vertiginosa, como son los intercambios orales y sobre todo la relación de los adolescentes con las tecnologías de internet, en especial con las Redes Sociales Virtuales.

2.2.1 Lectura crítica en Internet

Partiendo de la premisa de que la lectura crítica y el pensamiento crítico son complementarios, por tanto, partes importantes para el desarrollo de un individuo reflexivo frente a la vida, se debe tomar en cuenta que el internet involucra no solamente contenidos, está relacionado íntimamente con aquello que motivó su creación y han ido innovando su utilización, también con la razón principal de que sigan desarrollándose programas y medios de contacto entre usuarios, la ganancia, lo cual involucra publicidad y persuasión con la finalidad de captar usuarios y promocionar marcas mediante ellos.

Aunque no es posible, que por el hecho de lo antes mencionado, no se considere internet también como una herramienta bastante útil para la educación, especialmente en su versión 2.0, en que la interactividad es la premisa principal, y adquisición de conocimientos, es ahí donde entra el ejercicio de una lectura y pensamiento crítico en torno a la cantidad ilimitada de contenidos y la velocidad con la que los mismos aparecen, se vuelven obsoletos, modas pasajeras o verdaderos direccionadores de opinión y pensamiento.

⁸¹ (Pensamiento Crítico: ¿Qué es y por qué es importante?, Peter A. Facione, Insight Assessment, 2007, página 21) <http://www.eduteka.org/pdfdir/PensamientoCriticoFacione.pdf>

Para leer críticamente en internet, al estar relacionados muchos factores, los individuos deben ser capaces de desarrollar otras competencias que vayan orientadas hacia un orden y estructura de la información que se recibe, mediada por el análisis ideológico, cultural y semiológico necesario para desentrañar todo tipo de intencionalidades que se presenten en determinado contenido como lo expresa Fainholc:

“La lectura crítica en Internet se relaciona con una práctica de la lectura no lineal de textos hipertextuales e hipermediales (Fainholc, B.) dados por diseños arbóreos que requiere el desarrollo y afianzamiento de competencias comunicativas y tecnológicas específicas. A través de ellas el lector reconstruye – por navegación – una (re) configuración de la trama narrativa propuesta por autores, diseñadores informáticos, especialistas diversos (comunicadores, semiólogos, lingüistas, etc.) y produce diversas argumentaciones interpretativas a través de descentraciones y síntesis diversas.”⁸²

Este tipo de competencias pasan por niveles de análisis que involucran otras lecturas que desentrañan el “entre líneas” de intencionalidades y tomas de partido y desmitifican ciertos elementos que son creados para ser distribuidos y difundidos en el ciberespacio. Adicionalmente entran otros intereses que conllevan la realización de un filtro adecuado de información que propenda a construir otros significados que van más allá de una simple toma de partido ante tal o cual opinión.

Existen ciertas dimensiones que complejizan el ciberespacio y lo diferencian de cualquier otro medio de interacción entre seres humanos, pues al ser un producto que exige desarrollo interdisciplinario englobado en una plataforma tecnológica en la cual los contenidos son creados y difundidos no solamente por desarrolladores, sino por todos los usuarios que estén dispuestos a hacerlo, la lectura crítica de este medio se vuelve compleja y entraña el tomar en cuenta todos estos aspectos para poder desarrollarla adecuadamente.

Según Fainholc (2004) internet contiene cuatro dimensiones semiológicas que determinan un punto de vista determinado tanto desde el contenido como de la forma, estas dimensiones son:

⁸² Fainholc Beatriz, *Lectura crítica en Internet: análisis y utilización de los recursos tecnológicos en educación* – 1ed. – Rosario: Homo Sapiens, 2004. P-13

1.- **La hipertextualidad:** el usuario tiene acceso a diferentes pantallas y enlaces que en conjunto con su desarrollo tecnológico conllevan a estar sometido a infinidad de textos diversos, mediados por la intencionalidad a la hora de dar click en un enlace.

2.- **La interactividad:** que determina que el usuario pueda tener contacto, tanto direccionado a lo social como a lo educativo, con un sinnúmero de grupos y personas posibilitado por los aparatos tecnológicos.

3.- **La conectividad:** sin ella todo el proceso de navegación e interactividad no sería posible, así mismo se necesita estar conectado para acceder al mercado inmenso de ofertas que propone el ciberespacio.

4.- **La intertextualidad:** la navegación entre diferentes textos de diferentes autores relacionados con el mismo tema, construyen un significado en el usuario que tiene acceso a ellos, es decir, se construye una opinión o aprendizaje a través de varios discursos.

2.2.2 La lectura crítica en las RSV

Estas dimensiones semiológicas a ser tomadas en cuenta en el desarrollo de otras competencias necesarias para la realización de una lectura crítica en una plataforma tecnológica como es una red social virtual direccionan un camino hacia el cual dirigir la creación del ser humano de herramientas y procesos propios de navegación reflexiva y consciente, es decir, tomar en cuenta el inferir cual proceso y que determinados enlaces pueden ayudar para cumplimentar un proceso como puede ser el crear y mantener diversas relaciones sociales, así como también aprehender conocimientos necesarios para el desarrollo de una meta cognitiva a corto o largo plazo.

La necesidad es, a partir de lo que previamente se conoce, llegar hacia otra lectura que vaya más allá, tomando en cuenta las premisas de la lectura crítica en su íntima conjunción con el pensamiento crítico, mediado por las directrices semiológicas existentes en internet y todas sus plataformas, exige un direccionamiento crítico hacia las redes sociales virtuales y sus aportes para el desarrollo de un ser humano que propenda a la participación activa en las mismas, primero reconociendo sus

objetivos y su papel en la creación de sí mismo y el efecto que esto tendrá de su entorno social, escolar y familiar mediante la participación activa en plataformas que transforman y construyen otros procesos y entornos sociales y culturales, como está explicado de manera global por López (2009):

“En efecto, en la Red se van consolidando redes que están compartiendo la responsabilidad de la construcción de una amplia acumulación de conocimiento acerca de uno mismo, de los otros y del mundo entero. Se van articulando una especie de matrices dinámicas donde se cruzan la información de cómo las personas se observan, expanden la red, hacen nuevos “amigos”, editan y actualizan contenidos, los remezclan, los anotan, responden, comparten, exhiben, etiquetan y otras tantas actividades. Todo esto está consolidando una cultura online participativa donde los usuarios se van involucrando, cada vez más, en la creación de los contenidos de la web al mismo tiempo que en el consumo de estos.”⁸³

Es el desarrollo de estos espacios y la interacción de los usuarios en las RSV la que les da un categoría especial dentro del internet, son como subislas articuladas por la oferta de servicios que sean atractivos a los usuarios, tendiendo a crear modas y tendencias que determinan el éxito comercial de determinada red social virtual, ese es otro aspecto que se suma a los que necesitan ser tomados en cuenta para la consecución ideal de una visión reflexiva y crítica entre los usuarios de las mismas.

Partiendo de la construcción y alimentación constante de esta cultura online que se da y se mantiene entre los usuarios de RSV, en especial en adolescentes, tomando adicionalmente en cuenta lo expresado en párrafos anteriores, se torna indispensable considerar el aporte de Beatriz Fainholc (2004) para la lectura crítica en internet tomando la división de las aristas de su propuesta para añadir ciertas características direccionadas hacia las particularidades que presentan las RSV, que a pesar de ser plataformas en internet, aglutinan públicos en torno a un propósito determinado mediado por la esencia social de los seres humanos.

Para ello se debe considerar pasos puntuales que contribuyan al desarrollo de una adecuada lectura crítica de RSV en adolescentes, mediando lo investigado en conjunto con el trabajo realizado con el grupo objetivo del estudio de caso, se determinan los siguientes pasos:

⁸³ <http://www.rizomatica.net/una-mirada-critica-a-las-redes-sociales-online/> Jose Lopez Ponce Rizomática

- a. **Lectura denotativa:** El primer paso de una mirada global y reflexiva ante todo recurso tecnológico de la red de redes está determinado por una percepción hacia lo evidente, es decir desde la “dirección url” del sitio, los colores, los recursos multimedia que se utilizan y sus autores. Esto aplica no solamente para el sitio web en sí, sino también para las publicaciones y comentarios que los contactos de determinada red social realizan, aunque existen ciertas limitantes dadas por los términos de uso, se puede ejercer una lista de las características de los mensajes, el autor y los recursos, es decir, si va acompañado por videos, fotos, audio, etcétera.

- b. **Lectura connotativa:** Este es el segundo paso para lograr una aproximación crítica de lo que se recibe en estas plataformas tecnológicas. Fainholc (2004) propone tomar en cuenta que todo contenido u opinión que se encuentre deberá ser considerada como válida en cuanto subjetiva, que expresa ciertas tendencias ideológicas, sistemas de valores, emociones, etcétera. Por lo cual lo que se infiera de esta mirada analítica, debe ser considerado como elaboración y pensamiento de su autor y visto desde ese prisma.

- c. **Lectura estructural:** A partir del punto anterior, este determina buscar el porqué, la causa y el efecto de lo que se percibe en la plataforma virtual, un cuestionamiento global de todo a partir de determinado lugar de enunciación, tomado por el receptor del mensaje que analiza reflexivamente determinado hecho comunicativo. Un análisis de la motivación y la estructura de la misma, así como también del ¿por qué? del acompañamiento con otra clase de recursos, como pueden ser los multimedia. A partir de eso se inferirá si todos los factores de la forma en que fueron unidos y jerarquizados contribuyeron a dar determinado significado a lo difundido.

- d. **Lectura creativa o producción alternativa:** En este paso del camino se utiliza todo lo que se ha considerado e inferido, para, a partir de una mirada subjetiva y toma de partido respecto a los contenidos analizados, se proponga una re-elaboración del sitio web o de la publicación, mediado, claro está por las limitaciones que presenta el desarrollo web y la programación, sino mas bien dirigido a lo que sea perceptible, tomando en cuenta elementos que se

podrían cambiar o mejorar para englobar la visión del individuo que realiza la lectura crítica.

A partir de estos cuatro puntos es posible que el sujeto amplíe su visión de las redes sociales virtuales, sus características tecnológicas, así como también las motivaciones de los creadores de la plataforma, y también de los usuarios, lo cual contribuirá a pensar la comunicación en esos espacios virtuales como un fenómeno de interacción social de seres humanos, a través de una plataforma tecnológica que puede ser utilizada de un sinnúmero de maneras y con incontables objetivos direccionados a fines determinados por su voluntad y los medios que posee para plasmarla.

Para conseguir estos fines es preciso propender a una alfabetización digital que permita que los seres humanos desarrollen competencias que tiendan a segundas y terceras lecturas de todos los medios, aparatos, plataformas y mensajes en los que se ven envueltos en el momento en que ejercen su conectividad.

2.3 Las Redes Sociales Virtuales, un desafío educomunicativo de la educación formal

A partir de la lectura crítica a ser desarrollada como un proceso para la toma de conciencia y posición en un mundo tecnológico, mediada por plataformas virtuales entendidas y consideradas como medios de comunicación en sí, el desafío se traslada hacia la construcción y habilitación de estos procesos en entornos colaborativos como son las aulas de clase.

Lo que califica al internet como un medio es la accesibilidad a los contenidos, y en cierto modo un viso de democratización en cuanto al lugar en que se encuentra determinado contenido o plataforma, es decir, para internet todo lo que se publica en el ciberespacio está expresado en bits, no hay jerarquías ni preferencias para una u otra, el que elige es el usuario, el momento de buscar información en alguna plataforma las opciones son múltiples, lo cual genera un proceso de acción y voluntad, que mezclado con la capacidad misma de publicar e interactuar de manera inmediata con otros individuos produce un feedback instantáneo que no se ha dado hasta ahora en ningún otro medio de comunicación masiva.

Es el entendimiento de las particularidades del medio en conjunto con el proceso de alfabetización digital y lectura crítica digital lo que va a construir una educomunicación creadora, también transformadora de procesos e individuos en pos de su construcción humana, la clave está en entender y crear las herramientas para este proceso educomunicativo de internet, para entrecruzarlo con los procesos de enseñanza en y fuera del aula, que conlleven a la formación integral de un ser que construya su subjetividad tomando en cuenta las herramientas, procesos e impulsos a los que es sometido de manera cotidiana en su proceso educativo.

Para ello la propuesta engloba aprovechar estas plataformas y crear contenidos que envuelvan el proceso educativo y lo trasladen a un terreno en que los educandos se desenvuelven como peces en el agua, es decir, comunicar para educar, transformar y construir, como lo expresa Iglesias (2010):

“Las herramientas de creación y comunicación nos van a permitir replantear los objetivos del trabajo escolar. ¿En qué sentido? Al publicar fuera de la escuela (pagina web, blog, un podcast, un video) estamos dirigiéndonos a una audiencia mucho más amplia y, en consecuencia, estamos atribuyendo a ese trabajo una nueva finalidad más allá del hecho de cumplir o no cumplir la tarea escolar: estamos publicando para que otros puedan aprender y esta es, sin duda, una tarea significativa.”⁸⁴

Es esta manera de mirar las cosas lo que revertirá el proceso de una institución educativa transmisora a una educomunicadora, el articular procesos de comunicación para poder sacar el mejor provecho de las competencias técnicas que los nativos tecnológicos ya poseen.

Desarrollar una competencia comunicativa que contribuya al proceso de la vivencia reflexiva de las tecnologías de información y comunicación, esto parte de un proceso que rara vez es desarrollado en las escuelas de educación formal. Se necesita empezar por darle voz propia al educando, entendiendo su subjetividad como producto y forma de la apropiación del conocimiento y desarrollo de una actitud frente al mundo, como lo dice Kaplún (1998):

⁸⁴ IGLESIAS, F. (2010): Informatizar la escuela o escolarizar la informática. Proyecto Grimm.http://www.proyectogrimm.net/informatizar_la_escuela_o_escolarizar_la_informatica(Consulta 28-2-12)

“Para cumplir sus objetivos, todo proceso de enseñanza/aprendizaje debe, entonces, dar lugar a la expresión personal de los sujetos educandos, desarrollar su competencia lingüística, propiciar el ejercicio social mediante el cual se apropiarán de esa herramienta indispensable para su elaboración conceptual; y, en lugar de confinarlos a un mero papel de receptores, crear las condiciones para que ellos mismos generen sus mensajes pertinentes en relación al tema que están aprendiendo.”⁸⁵

Es ahí cuando el proceso comunicativo toma sentido, cuando las aristas que conforman el educativo, entiéndase alumnos, profesores, autoridades y padres de familia, participan en el éste como sujetos con voz propia, sin que la validez de lo que tienen que decir sea cuestionada ni subvaluada por ningún otro individuo.

Ese respeto y democratización debe realizarse en un proceso global de educación en el medio y con el medio, para ello es indispensable descubrir, comprender y desarrollar el aspecto comunicativo, en conjunto con la acción reflexiva que necesita para navegar en un mundo tecnológico complejo como el de las plataformas de redes sociales virtuales, adquiriendo saberes y definiendo comportamientos tendientes a la auto – construcción en todos los aspectos de ser humano.

Para completar el desarrollo de una experiencia educomunicativa de construcción personal, es indispensable el aprender a comunicarse y dar espacio a los otros para comunicarse, creando interactividad y reciprocidad en el proceso, por ello es preciso escuchar al alumno, entender lo que dice e inferir, mediante un proceso reflexivo, ¿por qué lo dice?, así si se desarrolla de manera propia esta habilidad para la lectura crítica digital, se tendrá la habilidad para enseñar a otros a hacerlo, no se puede enseñar un proceso que no se maneje.

Esto con el acompañamiento del desarrollo de una comunicación eficiente con los escenarios y reglas del juego que son proporcionadas por las TIC, en un ámbito que sea familiar para los principales objetivos del proceso de aprendizaje, entonces tenderá a construir un individuo consciente de que todos los procesos que estructuran su habilidad para comunicarse, serán los mismos procesos que lo ayudarán a construirse.

⁸⁵ Kaplún, M. 1998: “Procesos educativos y canales de comunicación”. Comunicar, 11, Huelva: Grupo Comunicar, p. 150-170.

2.3.1 Una vida doble: entre lo real y lo virtual

En este complejo proceso de enseñanza aprendizaje a partir de las TICs existen inquietudes y preocupaciones que más allá de responsabilizar a la instituciones educativas para formar sujeto críticos, involucra a los padres y madres de los adolescentes y para quienes estas son preguntas frecuentes: ¿los adolescentes conocen límites en la virtualidad que experimentan?, ¿el uso de herramientas virtuales por parte de los adolescentes genera una brecha sustancial con la práctica de valores?

Padres y mediadores manifiestan su preocupación al pensar que los estudiantes no logran diferenciar de manera clara el espacio real del virtual, y que, en este último, se naturalicen prácticas que dejan al margen los valores humanos; estas interrogantes y preocupaciones conllevan una profunda reflexión, para ello, es esencial definir como se entiende la realidad virtual:

Es un fenómeno que puede definirse de manera amplia y contextualizada:

Gubern (1996) define realidad virtual “como un sistema informático que genera entornos sintéticos en tiempo real y que se erigen en una realidad ilusoria (de “illudere”: engañar), pues se trata de una realidad perceptiva sin soporte objetivo [...] ya que existe solo dentro del ordenador (Pág. 156)”

Es imposible no citar a Marie Laure Ryan, quien expone la posición de Baudrillard en su concepción de lo virtual:

[...] tal y como lo escribe Baudrillard en *El crimen perfecto*, “no hay sitio suficiente para el mundo y sus dobles” (1996, pág. 34). En ausencia del Otro, lo virtual ocupa el lugar de lo real y se convierte en hiperreal [...]

Según Baudrillard, no vivimos en un mundo en el que hay algo llamado tecnología de RV, sino que estamos inmersos en esa tecnología, vivimos y respiramos dentro de la realidad virtual [...]

El accionar cotidiano de los adolescentes a través de las RSV los envuelve de manera indudable en un mundo virtual, como lo establece Jean Budrillard, al parecer, los chicos y chicas son parte de este vivir y respirar de la realidad virtual, al tiempo que

viven en la propia realidad, convirtiéndose en lo que se denomina hoy en día como “anfibios digitales”, es decir, que viven en ambas realidades, lo cual es un fenómeno complejo de entender para padres, madres y mediadores en la mayoría de casos.

Al ser los adolescentes anfibios digitales; el mayor temor que se presenta es como educarlos para que distingan ambas realidades y no naturalizan acciones que son inaceptables de acuerdo con la concepción de valores humanos que estén predefinidos en su contexto familiar y que además vayan acorde con valores sociales universales como la paz, la igualdad y la justicia.

El que los usuarios no distingan esta diferencia implica una serie de consecuencias que van en detrimento de su propia integridad y que además aportan a una fuerte pérdida de valores; así, se pueden enumerar casos resultantes de la presente investigación que irán acompañados de análisis sobre cada problemática:

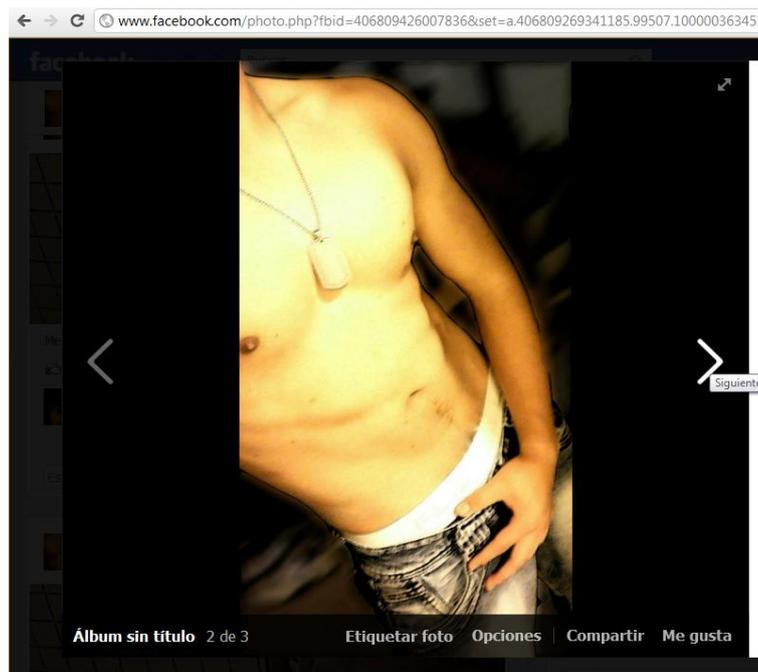
a. Identidad: una de las principales practicas en adolescentes es la de modificar a gusto la propia identidad, como mentir en la edad (necesaria para poder obtener una cuenta de red social), colocar datos más atractivos de personalidad en el propio perfil, faltar a la verdad en conversaciones con “similares” que no conocen, etc. Esta práctica de lo más común, comienza a naturalizar el que la honestidad sea un valor que puede romperse con facilidad sin mostrar consecuencias aparentes, que además potencia el que los adolescentes inicien prácticas similares en la vida real asumiendo que tampoco traerá consigo consecuencias negativas.

b. Imagen virtual, una mercancía pública: una realidad ilusoria para el usuario de RSV es creer que la propia imagen y la ajena pueden difundirse en la vida virtual sin que ello afecte su integridad, al igual que consumir las imágenes de otros es hoy por hoy natural convirtiendo al cuerpo humano en “carne” a ser comercializada en redes sociales; lo que además va acompañado de marketing visual que crea esquemas físicos asumirse como los ideales.

Ej: Fotografía tomada de estudiantes de colegio expuesta en una red social.
Título: “jajaja arta carne!!”



Ej: Fotografía tomada de estudiante de colegio expuesta en una red social.



La pregunta es considerar si los estudiantes harían con estas fotografías lo mismo que hacen a través de la realidad virtual, ¿imprimirían su fotografía y la llevarían por la calle enseñándola a todos los transeúntes? ¿Por qué hacer en la red algo que no lo hace en la realidad?

- c. **Agresión:** son muchos los casos de agresión y de bullying a través de las redes sociales especialmente en adolescentes. Esta realidad virtual genera una especie de máscara o de protección para el agresor, que le posibilita generar redes y espacios en los cuales se expresa con “libertad de expresión” pero ignora valores como el respeto.

Ej: Conversación tomada de una red social entre estudiantes de un mismo colegio.

aver mamitaa sabes que es verdad no estoi inventado nada ya q a las personas k les dices eso vengan i me digann pss es xq no te creen iii sabes q bien es siertoo lo que dijiste ! sabes q eres una hipocritaa q te hagas la moskita muerta es otra cosa ... mi vida no te metas con mis amigas sii ! q te metes conmigooo ii no seas descarada hablame darito en la cara o q me tienes miedoo..? y lo mismo digo io ... No quiero tener problemas contigooo ojo no hables mal de mis amigas es lo unico que te digoo a i adarando no te odioo xq eso solo a la gente important la y eres una ridicula me blokeaste en el face...wow ptm casi mueroo jajaja vales vrg amiga... ii cuidado con hablar mal de cualkiera de mis amigas..! ojo dime cualkier cosa n la cara :)

Me gusta · Comentar · Hace 21 horas cerca de Quito ·

A quero y 6 personas más les gusta esto.

ljo casi q no t enojas jajaja q paso lokita a kien le vamos a pegar grr jajaja!
Hace 19 horas · Me gusta · 1

ado ?? wtf? dime nomas i hacemos q parezca accidente
Hace 19 horas · Me gusta · 1

a okii chicas ai les digo kien es la tipita q se ac la santita :)
Hace 4 horas · Me gusta

ado jajajajajaj dale ;) se hizo vrga xD
Hace 4 horas · Me gusta

26 amigos en común
[Añadir a mis amigos](#)

Sarita García
3 amigos en común
[Añadir a mis amigos](#)

Anuncios Ve

A Andrea Pozo, Karitho Barahc
Kharizz Pholithoo Belleber les gi
FUZE TEA Lab.

FUZE TEA Lab
 Me gusta

Curso Azafata y RR.PP.
cursoazafataonline.com

Curso OnLine. Pod trabajar en aeropu trenes, congresos. años de experienci

Envía mensajes a tus amigos al m
recibe notificación cuando los lean.

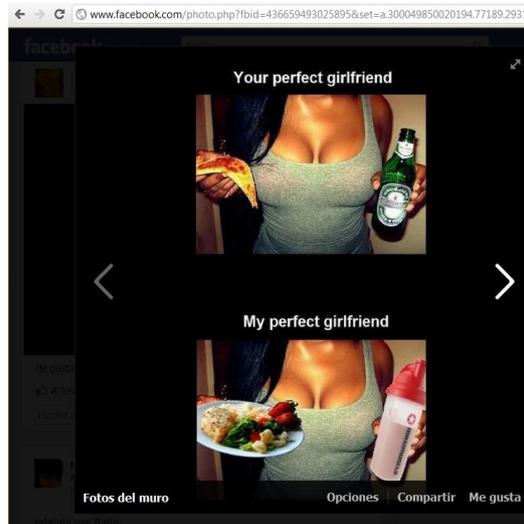
Haz clic aquí para obtener más información

El conflicto entre seres humanos es parte del diario convivir: sin embargo ¿la persona que escribió esto, es capaz de decirlo con las mismas palabras en vivo y en directo? ¿Las personas que la apoyan lo harían viendo a la otra persona involucrada en el conflicto en la realidad física?

- d. **La vida perfecta:** uno de los factores de mayor interés en esta vida dual es el de pensar en un “YO” real y un “YO” virtual, en el que el “YO” virtual puede ser eso que el adolescente desea y no obtiene en su vida real pero que logra construir a partir de sueños con el mínimo esfuerzo de sentarse frente a un ordenador, clicar y escribir lo que desea, sin plasmar en ellos el esfuerzo que evidentemente se requiere en el mundo real; así, se puede generar desde un avatar que le represente su físico ideal hasta la “pareja perfecta” y una vida

lejos de complicaciones; vulnerando su capacidad, autoestima, inteligencia, etc.

Ej: Publicidad compartida en la red social por adolescentes.



Este ejemplo demuestra como en la virtualidad los jóvenes crean ideales imaginarios que son potenciados por la publicidad.

- e. **Héroes y heroínas de ficción:** a través de las RSV se venden historias ideales de héroes y heroínas de ficción y que no siempre coadyuvan al crecimiento de los adolescentes si no al contrario son industrias culturales para alinear a los y las jóvenes al creer en realidades perfectas en historias irreales o en soluciones que no aportan a la construcción o crecimiento del sujeto, sino al contrario.

Ej: Los mensajes que acompañan a los ejemplos detallados a continuación, no aportan al bagaje de valores positivos en los estudiantes, al contrario desde una lógica de industria cultural, fomentan “ideales” para chicos y chicas que están en proceso de formación. Todas las fotografías que se incluyen han sido tomadas de los “muros” de Facebook de estudiantes del colegio en el cual fue aplicado el estudio.



TE AMO!



Finalmente, el no separar el espacio virtual del real, al compartirlo y conjugarlo se genera un simulacro constante de una realidad que es irreal, en donde no puede coexistir el uno mientras existe el otro, así, mientras el adolescente es uno con su grupo de amigos a través de la red social, en casa, es otro; por tanto, la responsabilidad mayoritaria en este educar para una vida de “anfibia” es del hogar, la transmisión de valores y la atención a la pérdida de los mismos:

Las nuevas perspectivas constructivistas señalan que los niños son agentes activos en el proceso de construcción de valores, estableciéndose una relación transaccional aunque asimétrica, con el adulto. En este sentido, no basta con la intensión deliberada de educar en valores para lograrlo, y las moderadas correlaciones paterno-filiales así lo demuestran. La construcción de valores en la familia requiere tener en cuenta, entre otras cosas, el papel activo que tiene los hijos para asumir o no los valores de los padres. Por tanto, no podemos afirmar que exista una relación directa entre los valores

que los padres desean para sus hijos y los que los hijos adquieren. Aun cuando la conducta parental sea inequívoca, aun cuando las relaciones paterno-filiales sean intachables, siempre está a la interpretación que cada hijo haga de la conducta parental y en dicha interpretación se encajaron las propias experiencias, por lo que los valores pueden ser similares a los paternos pero nunca idénticos.⁸⁶

En este sentido, el contexto de los adolescentes es tremendamente influyente, ahora con las TICs esto se incrementa, pues los padres y las madres no pueden saber quien está al otro lado de la pantalla del celular o de la computadora con quien su hijo o hija esta comunicándose y estableciendo un vida virtual. Además es necesario tomar conciencia que la realidad virtual se establece para ellos y ellas como un cómodo espacio, sin responsabilidades, sin aflicciones, en donde cuentan con la libertad de crear un mundo imaginario, perfecto y acorde con sus exigencias. Como resultante, una realidad muy placentera, que invisibiliza los problemas o los minimiza y que aparentemente se convierte en un espacio de permisividad tal que el adolescente puede expresarse y desvirtuar su propia identidad e incluso en casos extremos, no querer salir de ella.

Es necesario generar procesos de diálogo que no se enmarquen en la prohibición de la realidad virtual, si no que se enfoquen en sus límites para un uso responsable; exponer un Internet, unas RSV sin mitos y sin posturas de aversión frente a su uso.

⁸⁶ RODRIGO, María José; PALACIOS, Jesús (coords.), Familia y Desarrollo Humano, Psicología y Educación, Alianza editorial S.A, Madrid, 2010., P 205-206.

CAPÍTULO III “ESTRATEGIA EDUCOMUNICATIVA PARA ADOLESCENTES CRÍTICOS EN ESPACIOS VIRTUALES” (EDACEV)

La realidad actual del mundo virtual implica una seria preocupación por un grupo prioritario, los adolescentes, quienes están inmersos en esta avalancha tecnológica, especialmente con el uso de las Redes Sociales Virtuales que implica una nueva forma de ver y entender prácticas tradicionales y contrastarlas con el nuevo accionar 2.0; por ello, se realizó un diagnóstico de uso y comportamiento en las RSV en adolescentes comprendidos entre las edades de 12 a 18 años, estudiantes de 8vo de básica a tercero de bachillerato del Colegio Lev Vygotsky en Ecuador. En base a los resultados se evidencio la necesidad de aplicar una Estrategia Educomunicativa para la lectura crítica de redes sociales en adolescentes cuyo objetivo es Propiciar la lectura crítica de estos espacios.

3.1 Diagnóstico de la realidad virtual en adolescentes

Diagnóstico del uso de redes sociales en Adolescentes. Estudio de caso, Colegio Particular Experimental Lev Vygotsky

Las redes sociales en internet (RSV) se han convertido progresivamente en espacios de interacción permanente entre diversos seres humanos; entre ellos, son los adolescentes quienes al haber convivido durante la mayoría de su vida, con la noción de tecnología, conectividad, computadora, datos, un desarrollo que permite la naturalización, tanto de las tecnologías, como de los aparatos tecnológicos y sus innovaciones constantes.

Aunque son objeto de estudio en sí mismas y desde varias aristas, es imperativo entenderlas para el presente diagnóstico, como medios y no como fines, es decir, como vehículos de comunicación e interacción constante, lo cual se ve supeditado al contenido y los rituales y los discursos que se busque compartir a través de estos medios, que permite, mediante el surgimiento constante de aplicaciones, herramientas y accesibilidad, que estos contenidos signifiquen algo para quienes los reciban.

El diagnóstico tuvo lugar en el Colegio Particular Experimental Lev Vygotsky con estudiantes de Octavo de Básica a Tercero de Bachillerato; su aplicación nace de la necesidad de conocer si los jóvenes estudiantes del Colegio Particular Lev Vygotsky que se encuentran entre los 12 y 18 años de edad forman parte del auge que vive el mundo actual con el uso de redes sociales a través de Internet y frente a esta realidad, dilucidar rol que cumplen los padres y mediadores en este proceso de consumir y producir sentido mediante el uso de las tecnologías.

3.1.1 Metodología

La encuesta fue realizada a 296 alumnos que conforman la secundaria del Colegio Lev Vygotsky; fue aplicada, contando con la plena colaboración de autoridades y docentes de la institución, durante clases normales, en medio de las cuales los docentes dieron unos minutos del tiempo al equipo de diagnóstico para poder aplicar las encuestas.

A los padres de familia, les fueron enviadas las encuestas a través de sus hijos.

A las autoridades y un representante del profesorado del colegio, les fueron realizadas entrevistas presenciales.

El diagnóstico se dimensionará a partir de 3 grupos, que serán tomados en cuenta para subdividir la presentación de los resultados.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DIAGNÓSTICO

| | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| GÉNERO: <input type="text"/> | EDAD: <input type="text"/> |
|-------------------------------------|-----------------------------------|

Conteste con una X en la respuesta que seleccione siendo las opciones:

- 5 = Siempre**
- 4 = A menudo**
- 3 = A veces**
- 2 = Casi Nunca**
- 1 = Nunca**

| | | | | | | |
|------------------------------------|---|--|--|--|--|--|
| 1 | ¿De lunes a viernes utiliza redes sociales? | | | | | |
| 2 | ¿Los fines de semana utilizan redes sociales? | | | | | |
| 3 | ¿Tiene perfil en más de una red social? | | | | | |
| 4 | ¿Conoce y utiliza perfiles de seguridad de las redes sociales? | | | | | |
| 5 | ¿Se informa de las condiciones de uso de las redes sociales? | | | | | |
| 6 | ¿Publica fotos tuyas, de sus amigos y conocidos en redes sociales? | | | | | |
| 7 | ¿Tiene como amigos en las redes sociales a sus padres? | | | | | |
| 8 | ¿Tiene como amigos en las redes sociales a sus profesores? | | | | | |
| 9 | ¿Ha tenido inconvenientes o problemas con sus contactos en alguna red social? | | | | | |
| 10 | ¿Dedica diariamente más de tres horas a las redes sociales? | | | | | |
| 11 | ¿Se contacta más con sus amigos a través de redes sociales que en persona? | | | | | |
| 12 | ¿Ingresó en una red social para hacer amigos? | | | | | |
| 13 | ¿Ingresó en una red social para buscar pareja? | | | | | |
| 14 | ¿Ingresó en una red social para contactarse con personas en el exterior? | | | | | |
| 15 | ¿Las redes sociales son un espacio de entretenimiento? | | | | | |
| Gracias por su colaboración | | | | | | |

3.1.2 Grupo 1 – adolescentes

Instrumento 1

La encuesta fue diseñada para tener una mirada global sobre el uso de redes sociales, en cuanto al tiempo, las formas, la seguridad, y las motivaciones que llevan a los adolescentes del Colegio Lev Vygotsky a ingresar e interactuar en las redes sociales virtuales.

La encuesta a los estudiantes, tipo Likert, consta de 15 preguntas que versan sobre lo anteriormente expuesto.

Resultados

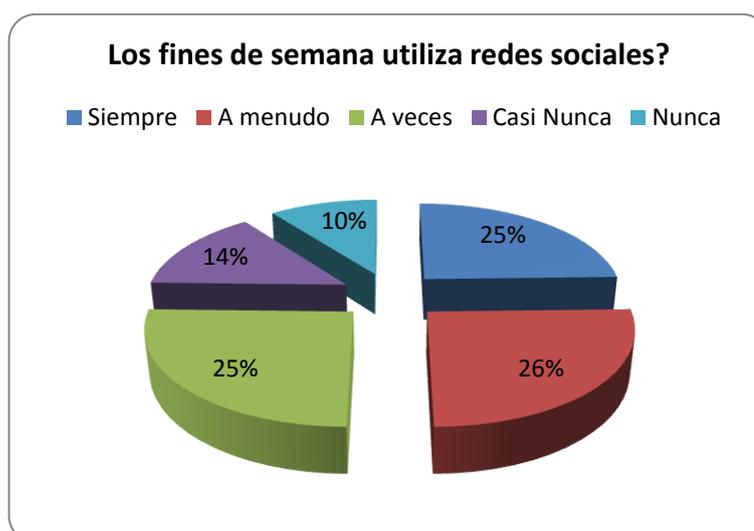
Las respuestas de los adolescentes, según las motivaciones que encaminaron el diseño de las encuestas, serán divididas en categorías que permitan un análisis

adecuado de las características de la interacción de los adolescentes en redes sociales virtuales:

3.1.2.1. Tiempo de uso



La gran mayoría del universo sometido al diagnóstico 60%, utiliza redes sociales entre semana, lo cual permite vislumbrar que el tiempo dedicado a esta plataformas es cada vez mayor, y va en aumento tomando en cuenta el surgimiento vertiginoso de aparatos tecnológicos de bolsillo con acceso a internet y redes sociales, cuyo precio es cada vez menor en comparación con las características que ofrece al usuario.



Más del 75% de los adolescentes encuestados manifiestan el uso frecuente de redes sociales virtuales los fines de semana, lo cual determina que estas plataformas han

pasado a ser parte de la cotidianidad en todos los espacios con acceso a internet que los sujetos del diagnóstico frecuentan.



En cuanto al tiempo que diariamente se le dedica a las RSV, casi el 75% de los adolescentes indicó que frecuentemente se conectan a estas plataformas 3 horas al día o más, esto demuestra que el permanecer en estos espacios, es una actividad que cada vez más forma parte de la rutina diaria de los adolescentes que tienen acceso y conectividad, tanto en sus centros de estudio como en sus casas.

3.1.2.2. Motivaciones de uso

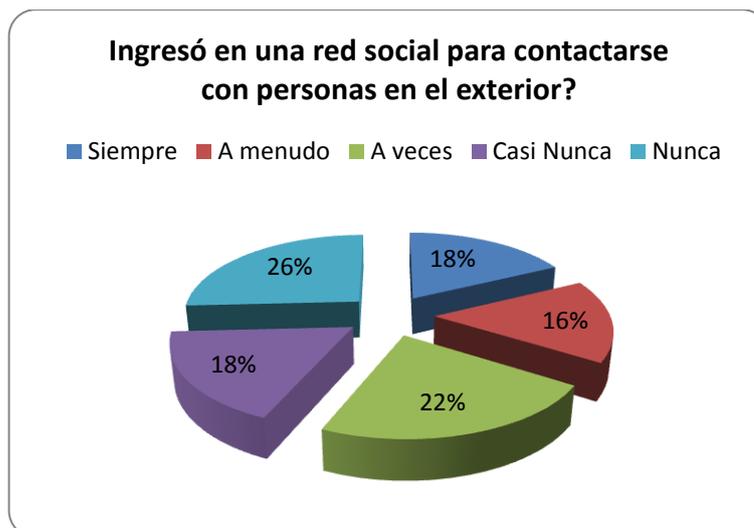


Cuando los sujetos del diagnóstico fueron consultados acerca de su motivación de uso de la redes, en la pregunta acerca de si fueron motivados por la posibilidad de hacer amigos, las respuestas fueron 50% positivas y 50 % negativas, lo que conlleva

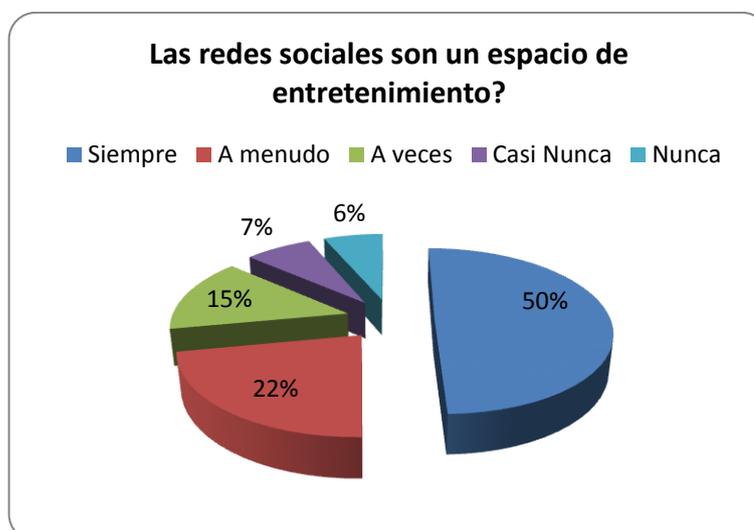
a establecer que la determinante de hacer más amigos, va directamente ligada a la capacidad que se tenga de hacerlos en la vida real, ya que los espacios virtuales están mediados por internet, no existe la proximidad ni las limitantes dadas por la presencialidad de los otros sujetos, además de que el reconocimiento de tal o cual individuo como amigo de otro está supeditada a un click y no al establecimiento de una relación personal de afinidad y sentimientos mutuos. Esto lleva a que ciertas personalidades que se ven cohibidas en un espacio tangible, lo sean menos o casi nada en un espacio virtual.



Al ser inquiridos si su motivación para ingresar en las RSV fue buscar pareja, los adolescentes respondieron que no en un determinante 88%, lo cual permite inferir que los espacios de una relación romántica están estrechamente ligados al contacto personal y no al espacio virtual, que aunque se puede iniciar un proceso de afinidad por medio de lo virtual, la conexión sentimental estará supeditada al después del cara a cara.



Al cuestionamiento de si su motivación para ingresar en espacios sociales virtuales fue el contacto con personas en el exterior. Más del 50% de los sujetos del diagnóstico respondió que siempre, casi siempre o a veces, lo que permite deducir que no es la principal motivación de los adolescentes el contacto con gente que no se encuentra en el país, sino mas bien, una añadidura a su devenir social virtual.



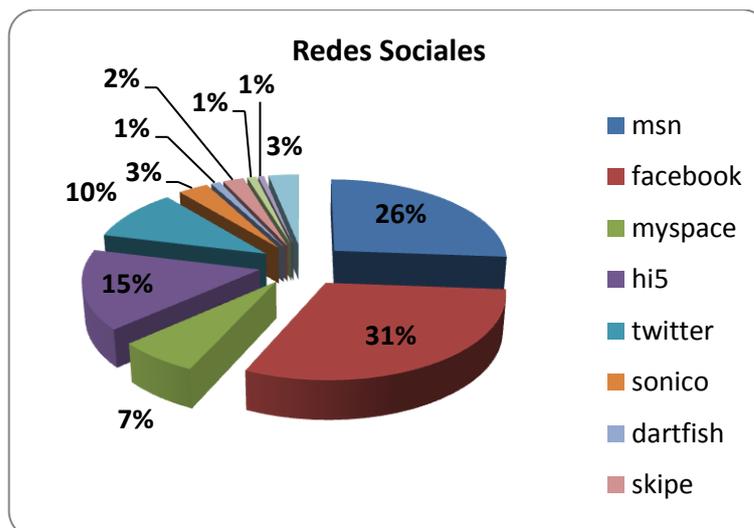
Al preguntar a los estudiantes si consideran a las RSV espacios de entretenimiento, el 77% respondieron afirmativamente, esto permite concluir que la mayoría de los adolescentes considera las RSV espacios diversión y recreación, lo cual, en la

mayoría de los casos va en contraposición con el significado que producen las labores académicas y las relaciones familiares para los individuos de la franja etaria en la que se encuentra el universo de estudio y de diagnóstico.

1.2.2.3.Redes sociales preferidas



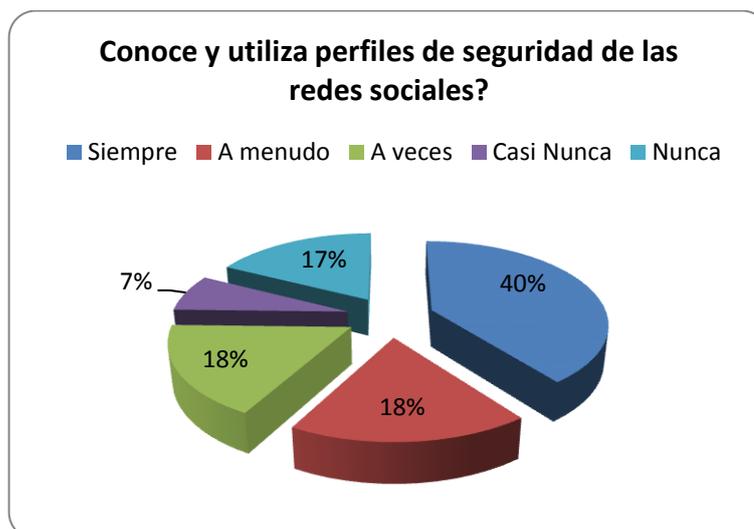
Al ser consultados acerca de poseer un perfil en más de una red social el 56% de los adolescentes respondieron de acuerdo a la franja afirmativa de las alternativas de respuesta, esto evidencia que una vez que se crea un perfil en una determinada red social crear otros perfiles en diferentes plataformas es sumamente fácil, además de depender de tendencias sociales y mediáticas que estén determinadas por modas, que en su mayoría provienen del extranjero con la enorme maquinaria publicitaria, tanto de los aparatos, como de la velocidad, interactividad, inmediatez, etcétera, de la conexión a la red de redes.



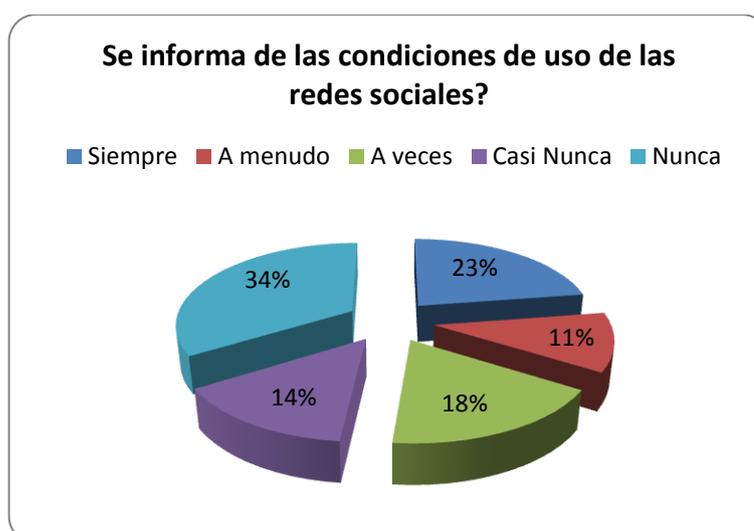
Cuando fueron inquiridos acerca de las redes en las que tienen perfiles, el mayoritario es Facebook con el 31%, seguido del MSN – que incluye, correo y software de chat-, en tercer lugar esta Hi5 – una plataforma con interfaz similar a Facebook – y en cuarto lugar el microbloggin Twitter. Estas estadísticas en cuanto al primer lugar van de la mano con la tendencia nacional y global del crecimiento de Facebook en los últimos cuatro años, el segundo lugar en cambio difiere a las preferencias actuales de los ecuatorianos ya que la segunda RSV de preferencia nacional es Twitter⁸⁷, Hi5, por su parte fue la primera RSV de preferencia del país, antes del repunte de Facebook. Esto demuestra, que si bien la franja de edad coincide con tendencias más abarcativas, este tipo específico de población mantiene también, sus preferencias según las motivaciones acarreen su interacción en las redes sociales virtuales.

⁸⁷ Alexa.com

1.2.2.4. Nociones de seguridad y dificultades



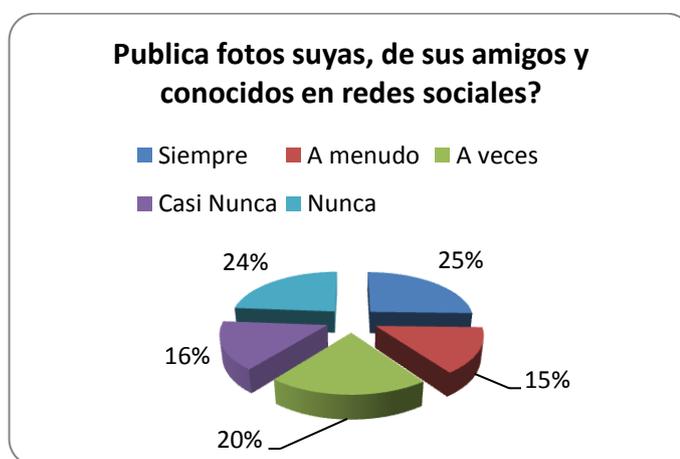
Al ser consultados acerca de los perfiles de seguridad de redes sociales, el 40% de los adolescentes respondieron afirmativamente que los conocen y utilizan, el 18% los utilizan a menudo y el 18% a veces, esto demuestra que el creciente uso de estas plataformas, determina un grado de preocupación respecto a situaciones de diversa índole, de las que informan los medios y los demás adolescentes que se desenvuelven en este universo virtual.



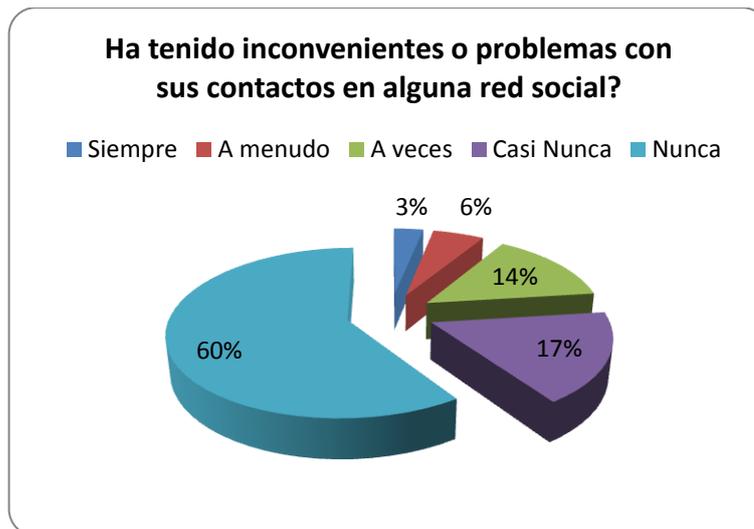
Al momento de registrar un perfil en cualquier plataforma virtual, es necesario aceptar términos o condiciones de uso, una especie de contrato que enumera la potestad de los desarrolladores del software con respecto a los datos que el usuario

ingrese en el perfil, esto determina una especie de reglas de juego en el devenir virtual de las dos partes. Al ser consultados sobre su conocimiento respecto de este compromiso aceptado al construir un perfil, el 34% de los respondientes expresa haberlo revisado, mientras que el restante 66% tiene un conocimiento mediano, casi nulo o nulo.

Esto puede ser contrapuesto con la inmediatez que se ha vuelto necesaria para la interacción en este tipo de RSV, además de la longitud de dichos términos en archivo de texto, permite deducir que la mayoría de los adolescentes que respondieron negativamente, no tienen conocimiento de este contrato porque es la parte tediosa y lenta del desempeño virtual que se busca al ingresar en dichas plataformas.

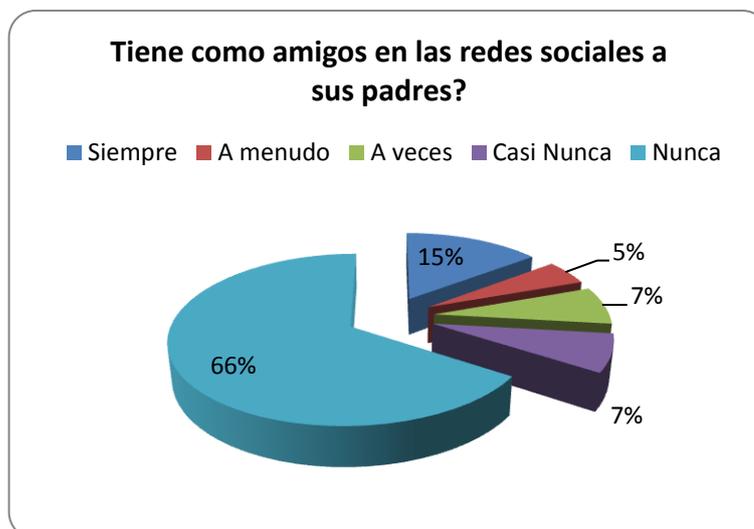


El 60% de los encuestados reconoció haber publicado fotografías de otras personas en las plataformas virtuales, esta apropiación de la imagen del otro como parte del sujeto virtual permite dimensionar las implicaciones de la cotidianeidad y naturalización de las relaciones sociales y vivencias tanto personales como virtuales.



En cuanto a los conflictos suscitados en la relación diaria con otras personas en las redes sociales virtuales, los encuestados en su mayoría 77%, afirmaron no haber tenido problemas con sus “amigos” de redes, esto permite inferir que la interacción social en el mundo virtual, se desarrolla, en la mayoría de casos respetando los códigos de convivencia, que se mantienen en el mundo presencial.

3.1.2.5. Relación virtual con padres y profesores



Al ser consultados sobre la existencia de relación virtual en plataformas sociales con sus padres, el 73% de los adolescentes afirman no tener ninguna relación, mientras que el 15% respondió afirmativamente, esto permite dimensionar que los espacios virtuales que permiten desarrollar estos software son delimitados dependiendo del

nivel de acceso a cierta información y comportamientos al que pueden acceder los progenitores.



Casi el mismo comportamiento que en caso anterior se muestra al responder acerca de la relación con profesores en las RSV, permite deducir más o menos la misma delimitación a ciertas figuras de autoridad, que no están dentro de la cotidianidad, además de ser relacionados más con la obligación que con el entretenimiento que proporcionan las plataformas online.

3.1.2.6 Relación virtual – presencial con los amigos



Con respecto a la pregunta de si la relación con los amigos es más virtual que presencial, los sujetos del diagnóstico respondieron en 48% negativamente, mientras que el 34% respondió que a veces, es decir que los espacios se subdividen mediando

la relación presencial, pero se prima lo personal hacia lo virtual en cuanto a la interacción con los amigos – presenciales - se refiere.

3.1.2.7. Instrumento 2 - Focus group

Después de haber tabulado los datos de la encuesta desarrollada a los adolescentes sujetos del estudio de caso, surgió la necesidad de especificar los datos obtenidos en torno a un diseño integral de la Estrategia Educomunicativa.

El instrumento elegido para esta profundización fue un Focus Group, para el cual fueron seleccionados tres representantes de cada curso del colegio que mediando un comportamiento participativo, fueron sometidos a preguntas específicas en cuanto a su relación con las RSV.

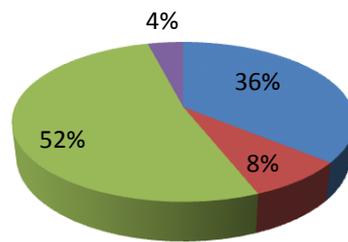
Resultados

Fueron realizadas once preguntas expresadas en los siguientes cuadros estadísticos:



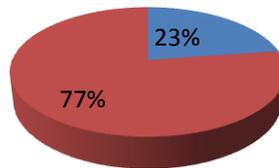
Utiliza redes sociales en compañía de:

■ Amigos ■ Padres ■ Nadie ■ Otros



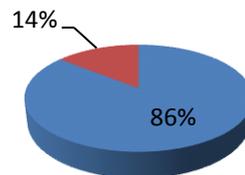
Tienes o has abierto cuentas alternas de correo electrónico o de redes sociales?

■ SI ■ NO



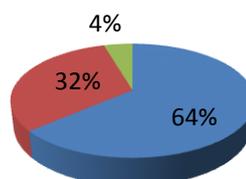
Tus padres conocen o manejan redes sociales?

■ SI ■ NO

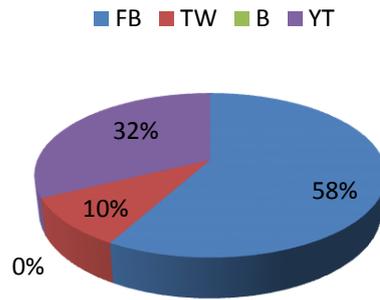


Cuales?

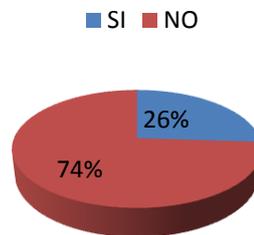
■ FB ■ HM ■ YT



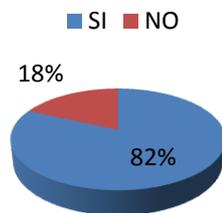
Que red social es tu favorita?



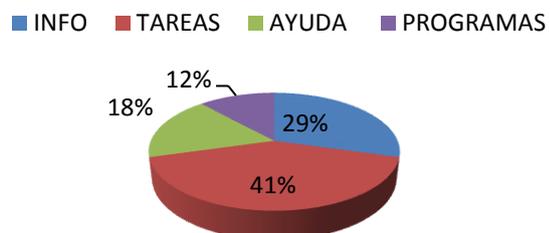
Conoces personas que hacen un uso negativo de las redes sociales?



Te gustaria utilizar redes sociales para los trabajos o actividades del colegio?

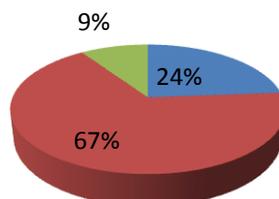


Actividades en el colegio:



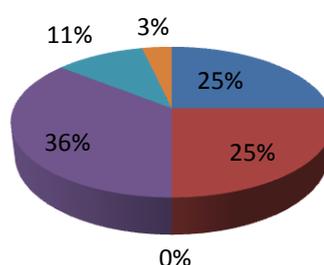
Te relacionas con tus profesores a través de redes sociales?

■ SI ■ NO ■ NO CONTESTA



Si tuvieras un taller de redes sociales, que temas te gustaría tratar?

■ Juegos ■ Relaciones Sociales ■ Sexualidad ■ Acceso a la Información ■ Privacidad ■ Negocios



Al ser una muestra pequeña pero significativa del universo previamente encuestado, los datos específicos que fueron evidenciados a partir de la realización del focus group fue que el grupo objetivo de la Estrategia son adolescentes cuya mayor motivación en las redes sociales virtuales es chatear, seguida por estar al tanto de las actividades recientes de sus amigos, cuyas redes preferidas son Facebook, YouTube y en menor medida Twitter.

Además que el uso de redes sociales es en su mayoría individual, aunque puede desarrollarse en grupo con pares afines, que manejen estas plataformas, con los códigos y comportamiento que caracterizan su rango etario. Adolescentes que poseen perfiles propios en las redes sociales, aunque un pequeño porcentaje reconoció poseer perfiles alternos con otras identidades para otro tipo de interacciones que tienen que ver más que nada con el anonimato.

Chicos cuyos padres, en su mayoría manejan y entienden este tipo de plataformas, mayoritariamente Facebook y Hotmail, pero que sin embargo no son permitidos por sus hijos a compartirlos con ellos de manera virtual, que tampoco tienen intención directa de relacionarse con sus profesores en este tipo de plataformas, pero sin

embargo están interesados en que estos espacios virtuales estén inmersos en su proceso educativo, en su mayoría para tareas e información.

Adolescentes que están interesados en ahondar en el acceso a la información que pueden desarrollar a través del uso adecuado de la red de redes, adicionalmente afianzar sus relaciones sociales por medio de lo virtual y buscar nuevas maneras de encontrar entretenimiento por medio de estos espacios y que en su mayoría desconoce acerca de las actividades negativas de otras personas en las RSV.

A partir de este perfil se ha contextualizado de manera más profunda el sujeto principal de la realización de esta investigación y posterior accionar Educomunicativo, para afianzar su proceso de conocimiento, comportamiento y contenido desarrollado en los espacios inmediatos e innovadores que proporcionan todas las TIC, como lo son las redes sociales virtuales, esto encamina un trabajo que propende al desarrollo crítico de un pensamiento que, pasando por el medio, se concentre en la autoconstrucción de un objetivo de crecimiento mediado por la educación la tecnología y la sociedad.

| UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA | | | | | | |
|--|--|-------|---|---|---|---|
| CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL | | | | | | |
| DIAGNÓSTICO | | | | | | |
| GÉNERO: | | EDAD: | | | | |
| <p>Por favor tache con una X en cada uno de los casilleros, utilizando la escala del 1 al 5 para expresar su criterio en cada ítem:</p> <p>5 = Siempre</p> <p>4 = A menudo</p> <p>3 = A veces</p> <p>2 = Casi Nunca</p> <p>1 = Nunca</p> | | | | | | |
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1 | ¿Maneja y utiliza internet? | | | | | |
| 2 | ¿Considera que internet es una herramienta de consulta que facilita el aprendizaje de los jóvenes? | | | | | |
| 3 | ¿Revisa las páginas web a las que han accedido sus hijos? | | | | | |
| 4 | ¿Se ha dado cuenta de que su hijo revisa páginas con contenido sexual? | | | | | |

| | | | | | | |
|------------------------------------|---|--|--|--|--|--|
| 5 | ¿Visita las redes sociales (Facebook, twitter, hi5, flickr) en las que están registrados sus hijos? | | | | | |
| 6 | ¿Ha mirado televisión con su hijo? | | | | | |
| 7 | ¿Está al tanto de los programas favoritos de su hijo? | | | | | |
| 8 | ¿Está convencido de que su hijo mira programas adecuados para su edad? | | | | | |
| 9 | ¿Prohíbe a su hijo ver programas de contenido violento y /o sexual? | | | | | |
| 10 | ¿Considera favorable la información a la que tenemos acceso a través de los medios de comunicación? | | | | | |
| 11 | ¿Su hijo lee el periódico? | | | | | |
| 12 | ¿Su hijo lee revistas juveniles como teen, generación XXI, etc.? | | | | | |
| 13 | ¿Considera a la radio un medio de comunicación sano para los jóvenes? | | | | | |
| 14 | ¿Está usted en su casa en el horario de 2pm a 8pm? | | | | | |
| 15 | ¿Conversa usted con si hijo acerca de los contenidos de los medios de comunicación? | | | | | |
| 16 | ¿Se informa usted de los potenciales peligros a los que está expuesto su hijo a través de internet? | | | | | |
| 17 | ¿Considera que su hijo recibe una adecuada educación sexual? | | | | | |
| 18 | ¿Considera usted que su hijo ha recibido herramientas en la vida que le permitan escoger la información que le beneficia o no de lo expuesto en los medios de comunicación? | | | | | |
| 19 | ¿Está consciente de los sitios que frecuenta su hijo cuando no está en casa? | | | | | |
| 20 | ¿Mantiene comunicación con el colegio respecto a la educación de su hijo? | | | | | |
| Gracias por su colaboración | | | | | | |

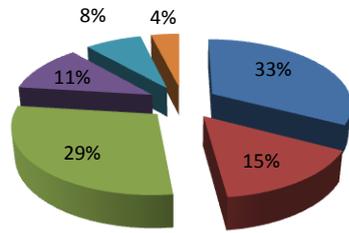
3.1.3. Grupo 2 – Padres de Familia

Para los padres de familia se diseñó una encuesta Lickert de 20 preguntas, que versa sobre la noción de las actividades de sus hijos en medios en general y en específico en internet y redes sociales virtuales RSV.

Resultados Los resultados se expresan por medio de los siguientes cuadros dísticos:

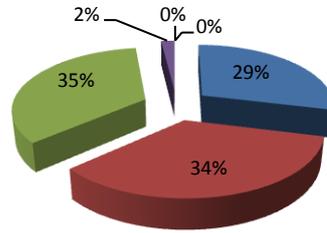
Maneja y utiliza internet?

■ Siempre ■ A menudo ■ A veces
 ■ Casi Nunca ■ Nunca ■ NC



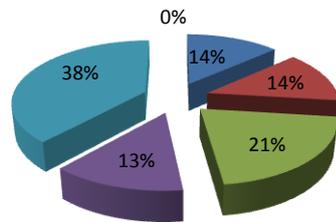
Considera que internet es una herramienta que facilita el aprendizaje de los jóvenes

■ Siempre ■ A menudo ■ A veces
 ■ Casi Nunca ■ Nunca ■ NC



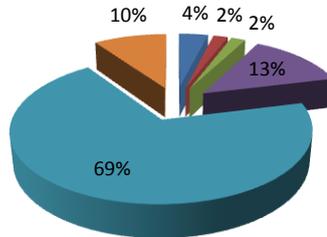
Revisa las páginas web a las que han accedido sus hijos?

■ Siempre ■ A menudo ■ A veces ■ Casi Nunca ■ Nunca ■ NC



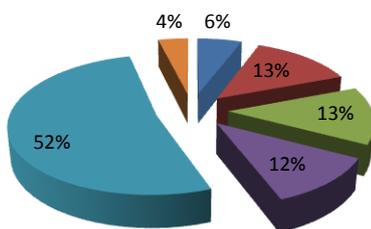
Se ha dado cuenta de que su hij@ revisa páginas con contenido sexual?

■ Siempre ■ A menudo ■ A veces ■ Casi Nunca ■ Nunca ■ NC



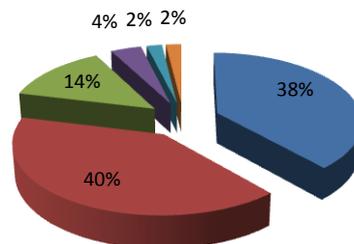
Visita las redes sociales en las que están registrados sus hijos?

■ Siempre ■ A menudo ■ A veces
 ■ Casi Nunca ■ Nunca ■ NC



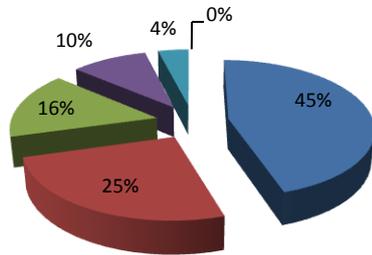
Ha mirado televisión con su hij@?

■ Siempre ■ A menudo ■ A veces
 ■ Casi Nunca ■ Nunca ■ NC



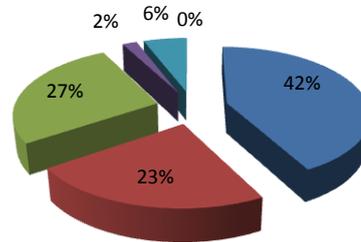
Esta al tanto de los programas favoritos de su hij@?

■ Siempre ■ A menudo ■ A veces
 ■ Casi Nunca ■ Nunca ■ NC



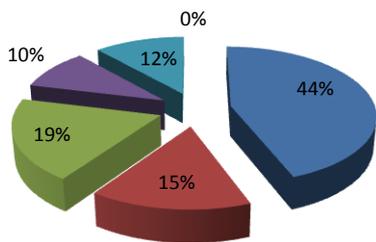
Esta convencido de que su hij@ mira programas adecuados para su edad?

■ Siempre ■ A menudo ■ A veces
 ■ Casi Nunca ■ Nunca ■ NC



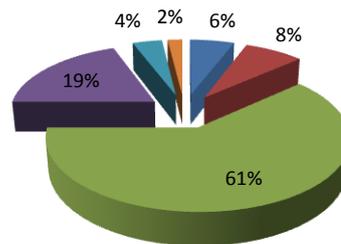
Prohíbe a su hij@ ver programas de contenido violento y/o sexual?

■ Siempre ■ A menudo ■ A veces ■ Casi Nunca ■ Nunca ■ NC



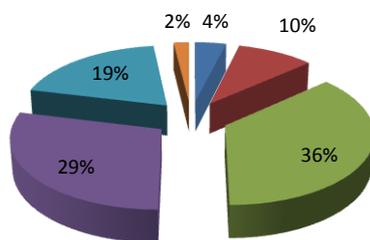
Considera favorable la información a la que tenemos acceso a través de los medios de comunicación?

■ Siempre ■ A menudo ■ A veces ■ Casi Nunca ■ Nunca ■ NC



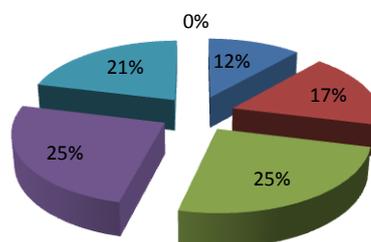
Su hij@ lee el periódico?

■ Siempre ■ A menudo ■ A veces ■ Casi Nunca ■ Nunca ■ NC



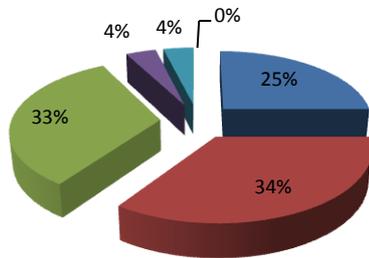
Su hij@ lee revistas juveniles como teen, generación XXI, etc?

■ Siempre ■ A menudo ■ A veces ■ Casi Nunca ■ Nunca ■ NC



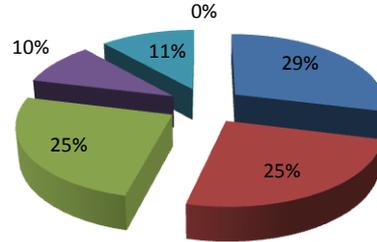
Considera a la radio un medio de comunicación sano para los jóvenes?

■ Siempre ■ A menudo ■ A veces
 ■ Casi Nunca ■ Nunca ■ NC



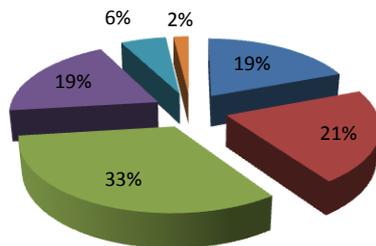
Está usted en su casa en el horario de 2pm a 8pm?

■ Siempre ■ A menudo ■ A veces
 ■ Casi Nunca ■ Nunca ■ NC



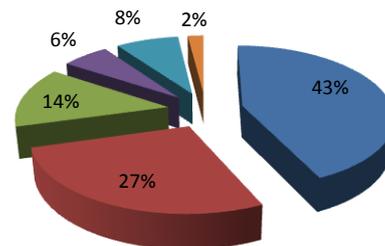
Conversa usted con su hij@ acerca de los contenidos de los medios de comunicación?

■ Siempre ■ A menudo ■ A veces
 ■ Casi Nunca ■ Nunca ■ NC



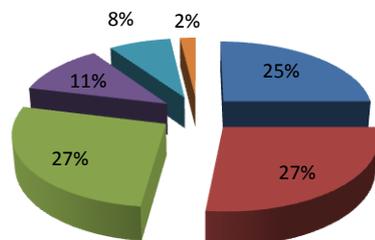
Se informa usted de los potenciales peligros a los que está expuesto su hij@ a través de internet?

■ Siempre ■ A menudo ■ A veces
 ■ Casi Nunca ■ Nunca ■ NC



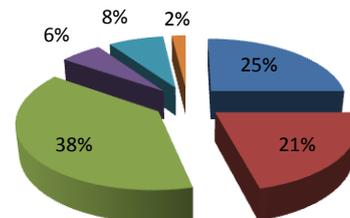
Considera que su hij@ recibe una adecuada educación sexual?

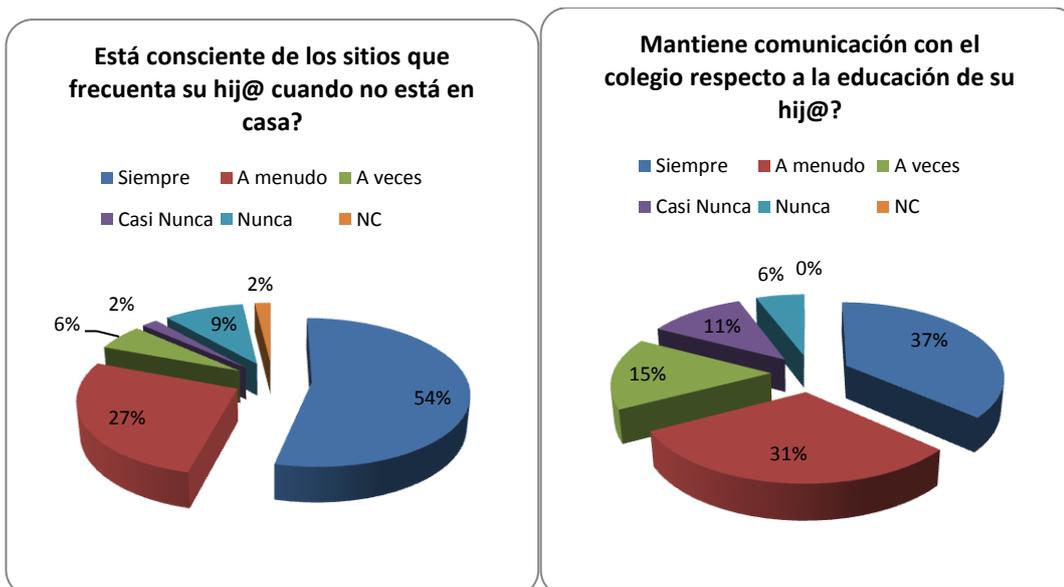
■ Siempre ■ A menudo ■ A veces
 ■ Casi Nunca ■ Nunca ■ NC



Considera usted que su hij@ ha recibido herramientas en la vida que le permitan escoger la información que le beneficia o no de lo expuesto en los medios de comunicación?

■ Siempre ■ A menudo ■ A veces
 ■ Casi Nunca ■ Nunca ■ NC





Esta encuesta fue diseñada para establecer una visión general acerca de los medios, especialmente el internet, la presencia y la información que los padres creen poseer acerca de lo que sus hijos hacen en esta clase de espacios.

Tenemos un perfil de padres que en su mayoría maneja y utiliza cotidianamente el internet, que ven a la red de redes como una herramienta con mucho potencial para el aprendizaje de sus hijos, que buscan mantenerse informados acerca de las actividades virtuales de los adolescentes, pero cuidándose de no ser muy invasivos; sin embargo, la generalidad de los progenitores no visita las redes sociales en las que están registrados sus hijos, aún así afirman estar al tanto de los peligros que acechan a sus hijos en el ciberespacio.

Los padres están en su mayoría seguros de que los chicos no acceden a sitios con contenido sexual, ya que mayoritariamente les prohíben los contenidos tanto sexuales como violentos, que mira televisión con sus hijos, creen tener certeza de lo que sus hijos ven y prefieren.

Padres que no se fían de la información transmitida por los medios, que no han incentivado la lectura de prensa en sus hijos, pero conocen su afición por revistas destinadas para su rango etario, y que confían en la radio más que en el internet y la televisión.

La mayoría de los padres de familia considera haber dado a sus hijos las herramientas adecuadas para una lectura crítica de los medios de comunicación y la suficiente educación sexual para su plena construcción como personas.

Por último, los cabezas de familia que respondieron a la encuesta dicen mayoritariamente conocer los lugares que sus hijos frecuentan cuando no están en casa, además de mantener comunicación continua con el colegio acerca del desempeño de los adolescentes.

3.1.4. Grupo 3 – Autoridades

Se realizaron entrevistas escuetas y puntuales tanto a la Rectora del Colegio, como a la Cabeza del Departamento de Bienestar Estudiantil, a continuación un resumen con los puntos acordes a lo que se pretendió evidenciar de parte de las principales personeras del Colegio Lev Vygotsky hacia el diagnóstico y posterior diseño de la estrategia.

3.1.4.1. Entrevista a la Lic. Teresa Vinueza, Rectora del Colegio

a) Al ser inquirida sobre su parecer sobre el incentivo del uso de las redes sociales virtuales entre todos los actores que conforman el colegio Lev Vygotsky, la Lic. Vinueza afirmó estar completamente de acuerdo en el uso de RSV ya que es el medio principal de comunicación en la actualidad, pero que en cuanto a contenido, considera que, en vez de tener propaganda obsoleta tendrían que estar alimentadas por informaciones adecuadas, productivas para los estudiantes, que además del entretenimiento, deberían tener unos íconos que conecten a los chicos con herramientas adecuadas para su construcción como seres humanos.

b) El Colegio Lev Vygotsky actualmente contiene en su página web un portal interactivo denominado ACADEMIUN cuya concepción se asemeja mucho a una red social con motivación académica, que se encuentra en proceso de prueba e introducción, por tal motivo se le preguntó a la Rectora, acerca del tiempo que estima tome a los actores del colegio comunicarse interactivamente a través de esta

plataforma, la licenciada respondió que esto tomaría al menos un año, pero que existen algunos problemas especialmente con logística y tiempos

c) El tercer cuestionamiento giró en torno a una estrategia de incentivo a los padres de familia para participar en las actividades tendientes a la estrategia, la rectora afirmó considerar, a través de la experiencia en el colegio, que los padres de familia tienen un antagonismo con esta clase de plataformas, porque viven casos fuertes en casa, pero que se podría intentar anclar una actividad obligatoria del colegio a una acción de la estrategia.

d) Por último se abordó a la licenciada Vinuesa acerca de si tiene conocimiento de la existencia de problemas entre los alumnos, que hayan sido suscitados por medio de RSV y cómo el colegio ha manejado esos temas, respondió que poco, pero si ha tenido conocimiento de actividades como bullying (acoso), y que la estrategia del colegio ha sido intervenir directamente con el agresor y se ha sancionado a los agresores.

3.1.4.2. Entrevista a la Lic. Janeth Melo, Directora del Departamento de Bienestar Estudiantil

La licenciada Melo fue consultada acerca del tipo de pedagogía que maneja el Colegio en todos los ámbitos, ante lo cual manifestó que la relación entre estudiantes y mediadores es de mucho respeto, pero de la misma forma de mucha confianza, en dónde, el estudiante puede llamar a su profesor por el nombre y mantener una relación horizontal de amistad. Afirma además que el colegio busca siempre implementar y establecer proyectos que ayuden al estudiantado en su desarrollo no solamente intelectual, sino en su desenvolvimiento emocional y personal.

3.1.5. Grupo 4 – Mediadores

Se estableció entrevistar a un representante de los profesores del Colegio Lev Vygotsky, que está ampliamente relacionado con el tema de las TIC, el escogido fue

el Ingeniero Marco Antonio Safadi docente del departamento de Informática de la institución.

a) Al ingeniero Safadi, primero se le pidió contextualizar acerca de la infraestructura de red del Colegio y si esta está diseñada adecuadamente para propiciar un uso futuro de las RSV en el mismo, manifestó que la infraestructura de red es institucional con conexión LAN y Wireless además de con una velocidad de un giga adecuada para el uso de plataformas virtuales.

b) Al preguntarle acerca del portal ACADEMIUN mencionó que, si bien las partes están satisfechas con la inclusión de esta clase de tecnología, los resultados en cuanto a la interacción adecuada de los actores serán visibles en un año o año y medio.

c) Por último se requirió al ingeniero Safadi comente acerca de experiencias con RSV entre mediadores, a lo que respondió que si bien no se ha utilizado redes sociales como Facebook y Twitter, si se ha utilizado tecnología 2.0, como blogs y mensajes de respuesta inmediata más que con los alumnos, con los padres de familia.

3.2. Diseño de la EDACEV en el Colegio Particular Experimental Lev Vygotsky

La estrategia se estructuró a partir de los datos resultantes del diagnóstico y con ello la preocupación por una aparente ausencia de alfabetización digital en los actores sociales de la educación del país.

Pensada desde una lógica constructivista que despierte la criticidad de los estudiantes al utilizar los diversos espacios virtuales, denominada como “Estrategia Educomunicativa para Adolescentes en Espacios Virtuales”, que en adelante se denominará como EDACEV, como estudio de caso fue aplicada en el Colegio Particular Experimental Lev Vygotsky con los estudiantes de cursos secundarios, la gestión fue apoyada en todo momento por quienes conforman la institución.

La estrategia fue diseñada a partir de los resultados obtenidos en el diagnóstico, mediante la elaboración de focus group y talleres con la población beneficiaria, y con el apoyo de productos comunicativos: afiches, flyers, bookmarks, creación de

cuentas y perfiles en: blogger, YouTube, twitter y Facebook, todo ello con la utilización de la imagen y slogan que permiten identificar la estrategia.

Los talleres fueron diseñados para la sensibilización y la concientización de las RSV, cuya característica esencial fue el promover el aprovechamiento de las mismas como herramientas virtuales y sobre todo, potenciar la lectura crítica de los estudiantes.

El proceso de diseño de la EDACEV abarcó procesos reflexivos, investigativos y de diálogo con actores implicados en el tema.

3.2.1. Procedimiento de la Estrategia

El proceso para diseñar la estrategia se dividió en varias etapas:

- a. **Investigación de redes sociales:** se realizó una investigación de manera exhaustiva de las cuatro redes sociales establecidas como prioritarias a partir del diagnóstico: Facebook, Youtube, Twitter y Blogger; su funcionamiento, historia, legalidad, aplicaciones y en especial su vinculación y experiencias de dichas redes en entornos educativos.

- b. **Diseño de focus group y talleres:** para el trabajo con focus group y talleres se estableció un plan de trabajo con la coordinadora académica de la Institución quien aprobó el plan de trabajo y el material a ser utilizado. El diseño de los talleres fue posible realizarlos una vez ejecutado el focus group y a partir de los resultados obtenidos del mismo, esto permitió planificar de mejor manera el camino a seguir.

3.2.1.1 Esquema Focus group:

| ESQUEMA FOCUS GRUPOS - LEV VYGOTSKY | |
|--|--|
| 1 | Dinámica de Integración "Da tres palmas" |
| 2 | Presentación de los participantes |
| 3 | Presentación de objetivos y metodología por parte de las facilitadoras |
| | <i>Preguntas dirigidas a los asistentes:</i> |
| | a. ¿Qué es red social para ustedes? |
| | b. ¿Por qué los adolescentes utilizan redes sociales, que es lo que más les gusta? |
| 4 | c. ¿Existen cosas o herramientas positivas en las redes sociales? |
| | d. ¿Qué cosas negativas encuentran en el uso de las redes sociales? |
| | e. ¿Qué red social es la favorita en chicos de su edad? |
| | f. ¿Por qué se identifican con las redes sociales? |
| | g. ¿Les gustaría aprender temas adicionales en las redde sociales? |
| 5 | Cierre y conclusiones |
| 6 | Agradecimiento a los participantes |

3.2.1.2. Ficha de evaluación de Focus Group:

FICHA DE EVALUACION FOCUS GROUP REDES SOCIALES

Género:

Fecha:

Lugar:

Edad:

Coloque una X en la
respuesta seleccionada

| PREGUNTAS | | | | | | RESPUESTAS | | | | ¿Cuál? |
|---|--|--|--|--|--|-------------|---------------------|-----------------|-------------------------|--------|
| ¿Qué es lo que más le interesa al utilizar redes sociales? | | | | | | Subir fotos | Chatear | Visitar a otros | Otra/o | |
| Utiliza redes sociales en compañía de: | | | | | | Amigos/as | Padres | Nadie | Otro/a | |
| ¿Tienes o has abierto cuentas alternas de correo electrónico o de redes sociales? ¿Para que las utilizas? | | | | | | SI | NO | ¿PARA QUE? | | |
| | | | | | | | | | | |
| ¿Tus padres conocen o manejan redes sociales? | | | | | | SI | NO | ¿CUAL? | | |
| | | | | | | | | | | |
| ¿Qué red social es tu favorita? | | | | | | Facebook | Twitter | Blogger | YouTube | |
| ¿Conoces personas que hacen un uso negativo de las redes sociales? | | | | | | SI | NO | | | |
| | | | | | | | | | | |
| ¿Te gustaría utilizar redes sociales para los trabajos o actividades del colegio? | | | | | | SI | NO | ¿COMO? | | |
| | | | | | | | | | | |
| ¿Te relacionas con tus profesores a través de redes sociales? | | | | | | SI | NO | | | |
| ¿Si tuvieras un taller de redes sociales, que temas te gustaría tratar? | | | | | | Juegos | Relaciones Sociales | Sexualidad | Acceso a la Información | |

Los talleres fueron diseñados para trabajar con grupos de entre 30 y 60 estudiantes, solicitud realizada por el colegio en vista de la limitación de horas para que los mediadores no pierdan muchas horas de clase.

En cuanto al taller con mediadores se diseñó para trabajar con toda la planta docente y el taller para padres focalizado a grupos de 20 padres en distintos horarios.

3.2.1.3. Esquemas talleres estudiantes:

| TALLER REDES SOCIALES CICLO BÁSICO | | |
|---|---|---|
| HORA | TEMA | METODOLOGIA |
| 08H00 - 08H15 | Motivación | Dinámica el ping-pong |
| 08H15 - 08H30 | ¿Qué es red social? Lo que me gusta. Lo que no me gusta. ¿En qué la utilizo? En el colegio. | Trabajo en grupos, cada grupo socializa y presenta ante los compañeros, puede ser mediante dramatización, cartel, contando situaciones, escribiendo un cuento, mimos. |
| 08h30 - 09H00 | Posiciones respecto a las presentaciones de los compañeros, comentar historias personales. | Debate. ¿Cuales creen que son los mejores beneficios de las redes sociales? ¿Alguna vez te has sentido incomodo o molesto usando las redes? ¿Por qué son importantes para ti las redes sociales? ¿Crees que los colegios de nuestro país deben utilizar redes sociales en las materias? |
| 09H00 - 09H15 | Videos relacionados con los riesgos en redes sociales, sexting, cyberbullying, imagen, información. | Presentación de videos. Método ORA Saturnino de la Torre |
| 09H15 - 09H30 | Escuchar comentarios, que ellos construyan su propia reflexión al respecto. | Reflexión |
| 09H30 - 09H45 | Llenar ficha de evaluación de la temática utilizada y acciones a seguir con padres y profesores. | Lápiz y papel, un par de entrevistas. |

| | | |
|---------------------|---|--|
| 09H45 - 10H00 | Evalúa el taller cada estudiante y escribe su opinión o lo que piense respecto a lo conversado. | Dinámica de cierre, cuento ciego. Y COHETE |
|---------------------|---|--|

| TALLER REDES SOCIALES BACHILLERATO | | |
|---|---|---|
| HORA | TEMA | METODOLOGÍA |
| 08H00 - 08H15 | Dinámica de motivación | Dinámica de aviso clasificado. |
| 08H15 - 08H30 | ¿Qué es red social? ¿En qué la utilizo? ¿Qué aplicaciones académicas encuentro? ¿Cómo veo la universidad y las redes? ¿Redes sociales y empleo? | Trabajo en grupos, cada grupo socializa y presenta ante los compañeros, puede ser mediante dramatización, cartel, contando situaciones, escribiendo un cuento, mimos. |
| 08h30 - 09H00 | Posiciones respecto a las presentaciones de los compañeros, comentar historias personales. | Debate. Preguntas de direccionamiento son 3 |
| 09H00 - 09H15 | Videos relacionados con los riesgos en redes sociales, sexting, cyberbullying, imagen, propiedad intelectual y fuentes de información. | Presentación de videos. |
| 09H15 - 09H30 | Escuchar comentarios, que ellos construyan su propia reflexión al respecto. | Reflexión |
| 09H30 - 09H45 | Llenar ficha de evaluación de la temática utilizada y acciones a seguir con padres y profes. | Lápiz y Papel, un par de entrevistas. |
| 09H45 - | Dinámica de Cierre | CUENTO CIEGO Y COHETE |

| | | |
|-------|--|--|
| 10H00 | | |
|-------|--|--|

3.2.1.4. Fichas de evaluación talleres estudiantes:

| |
|----------------------------|
| FICHA DE EVALUACIÓN |
|----------------------------|

Curso: _____ **Edad:** _____

1. ¿En qué medida considera que aporta este taller para su relación cotidiana con las redes sociales? ()

- a) En su totalidad b) En su mayoría c) No aporta

2. ¿Considera adecuadas las actividades propuestas para el desarrollo del taller? ()

- a) En su totalidad b) En su mayoría c) No son adecuadas

3. ¿Considera de interés y actualidad el contenido y los materiales (videos) utilizados en el taller? ()

- a) En gran medida b) En poca medida c) En ninguna medida

4. ¿Si usted fuera el/la mediador/ra de sus compañeros por un día, que propondría trabajar con ellos que tenga relación con las redes sociales (usted elija que asignatura le gustaría trabajar)?

5. Anote brevemente que video le impactó más e explique una alternativa como aporte en esta situación.

6.- ¿Considera que los aprendizajes de este taller le serán de utilidad en su vida diaria? ()

- a) Sí, en su totalidad b) En algunos casos c) No

¿En qué actividades?

7.- ¿Ha cambiado su forma de ver las redes sociales después de recibir el taller?
()

a) Sí, en su totalidad b) En algunos casos c) No

8.- Comentarios y sugerencias:

3.2.1.5. Esquema taller mediadores:

| TALLER REDES SOCIALES MEDIADORES | | |
|---|--|--|
| HORA | TEMA | METODOLOGIA |
| 11H00 - 11H20 | Motivación | Anuncio clasificado |
| 11H20 - 12H00 | ¿Que son las redes sociales? Concepto de red social desde antes del Internet | Pregunta y debate, opiniones. |
| | ¿Quien ha utilizado Facebook, Twitter, YouTube o Blogger en el aula? Resultados | Pregunta y debate, opiniones. |
| | Videos + definiciones y link, hipervínculo. | Observación y posterior reflexión. |
| | Ficha ORA + video seleccionado, manejo imagen | Ver video y llenar ficha. |
| | ¿Cómo se siente con lo que hemos conversado? | Pregunta y receptor inquietudes |
| | Video twitter + creación de cuenta y canal YouTube. | Ver video y explicar que la estrategia se utilizara. |
| | Aplicaciones de Google para estudio. | Ensenarles que opciones tienen. |
| | Ficha de evaluación del taller | Llenar ficha |

3.2.1.6. Fichas de evaluación talleres mediadores:

| |
|----------------------------|
| FICHA DE EVALUACIÓN |
|----------------------------|

Edad: _____

1. ¿En qué medida considera que aporta este taller para su relación cotidiana con las redes sociales? ()

- a) En su totalidad b) En su mayoría c) No aporta

2. ¿Considera adecuadas las actividades propuestas para el desarrollo del taller? ()

- a) En su totalidad b) En su mayoría c) No son adecuadas

3. ¿Considera de interés y actualidad el contenido y los materiales (videos) utilizados en el taller? ()

- a) En gran medida b) En poca medida c) En ninguna medida

4. ¿Considera que los aprendizajes obtenidos del taller son útiles para su cátedra?

- a) Sí, en su totalidad b) En algunos casos c) En ninguna medida

5. ¿Ha cambiado su forma de ver las redes sociales después de recibir el taller?

- a) Sí, en su totalidad b) En algunos casos c) No

6. ¿Ha utilizado aulas virtuales?

- a) Sí b) No

7.- Comentarios y sugerencias:

3.2.1.7. Esquema taller y padres/madres de familia:

| TALLER REDES SOCIALES - PADRES Y MADRES DE FAMILIA | | |
|---|---------------------------|---------------------|
| HORA | TEMA | METODOLOGIA |
| Rotativo | Dinámica de introducción | Anuncio clasificado |
| Rotativo | Presentar video de webcam | Observación. |

| | | |
|----------|--|------------------------------------|
| | Reflexión sobre el uso de las redes en sus hijos e implicación de las mismas en su futuro. | Comentarios y debate. |
| | Video de marca de YouTube y pagina de negocios en FB | Observación y explicación conjunta |
| | Potenciar ventajas y uso de redes en padres | Ver video. |
| Rotativo | Ficha de evaluación y cierre | Llenar ficha agradecer a padres |

3.2.1.8. Fichas de evaluación talleres padres/madres de familia:

FICHA DE EVALUACIÓN

Padre.... Madre.... Edad: _____

1. ¿En qué medida considera que aporta este taller para su relación cotidiana con las redes sociales? ()

a) En su totalidad b) En su mayoría c) No aporta

2. ¿Considera adecuadas las actividades propuestas para el desarrollo del taller? ()

a) En su totalidad b) En su mayoría c) No son adecuadas

3. ¿Considera de interés y actualidad el contenido y los materiales (videos) utilizados en el taller? ()

a) En gran medida b) En poca medida c) En ninguna medida

4. ¿Considera que sus hijos deben potenciar sus habilidades virtuales en mayor medida? ()

a) En gran medida b) En poca medida c) En ninguna medida

5. Anote brevemente que estrategias cree que deben utilizar las instituciones educativas para equilibrar la educación con las TICs.

6.- ¿Considera que los aprendizajes de este taller le serán de utilidad en su vida diaria? ()

- a) Sí, en su totalidad b) En algunos casos c) No

¿En qué actividades?

7.- ¿Ha cambiado su forma de ver las redes sociales después de recibir el taller? ()

- a) Sí, en su totalidad b) En algunos casos c) No

8.- Comentarios y sugerencias:

c. Recopilación de material didáctico: para la ejecución de los talleres y focus group fue necesario realizar una recopilación de material didáctico a través de páginas educativas sobre redes sociales dirigidas a adolescentes y dinámicas participativas; dicho trabajo se lo realizó netamente a través de Internet.

d. Diseño de campana comunicativa: para la promoción de la estrategia fue necesario pensar en un slogan y una imagen atractiva para adolescentes que les invite a repensar a las redes sociales y que por otro lado, invite a padres, madres y mediadores a insertarse en el mundo virtual, con el material diseñado: afiches, flyers y bookmarks se buscaba socializar la iniciativa hacia todos los actores.

Afiche:



Flyers:



Bookmarks:



3.2.1.9. Población y Muestra

La Estrategia tuvo lugar en el Colegio Experimental Particular Lev Vygotsky, que nació en el año 1994 como Centro Infantil “Parcotin”, en 1991 inicio sus actividades como Jardín y Escuela Lev Vygotsky, en el 2000-2001 se declara al colegio como un establecimiento educativo Experimental, al 2002 obtiene autorización para su funcionamiento en las y modalidades de bachillerato y en el 2009 se eleva a categoría de Unidad Educativa Particular LEV VYGOTSKY. La Institución es de régimen sierra, ubicada en la urbanización Santa Rosa, parroquia Sangolquí, cantón Rumiñahui en las avenidas Imbabura S/N y El Inca.

La fundadora de la Unidad Educativa, Msc. María Teresa Brito, promueve una educación integral a través de la implementación de la Pedagogía Conceptual dentro de la malla curricular, convirtiendo al plantel en el pionero en implementar este modelo pedagógico en el país, el cual promueve el desarrollo de la Afectividad, los Valores y el Pensamiento como motor de la inteligencia. El Vygotsky no plantea ninguna orientación religiosa en su propuesta formativa; sin embargo practica valores que considera fundamentales: Respeto, Responsabilidad, Honestidad, Solidaridad y Justicia.

El universo estudiantil que acoge en la actualidad asciende alrededor de mil estudiantes de medianos y escasos recursos económicos, cuyas edades oscilan entre los 2 y 18 años bajo las modalidades: Educación Inicial, Educación Básica y Bachillerato General en Ciencias.

Estudiantes del colegio:

| GRADO | PARALELO | #ESTUDIANTES |
|------------------|-----------------|---------------------|
| 8vo | DILIGENTES | 26 |
| | DINAMICOS | 28 |
| | DISCIPLINADOS | 28 |
| | TOTAL | 82 |
| 9no | ALTRUISTAS | 17 |
| | AUDACES | 22 |
| | AUTENTICOS | 24 |
| | TOTAL | 63 |
| 10mo | POSITIVOS | 19 |
| | PERSPICACES | 19 |
| | GENIALES | 18 |
| | TOTAL | 56 |
| 1ero BACH | CONFIABLES | 17 |
| | TOLERANTES | 23 |
| | TOTAL | 40 |
| 2do BACH | INTEGROS | 33 |
| 3ero BACH | VANGUARDISTAS | 22 |
| TOTAL | | 296 |

Mediadores y padres/madres de familia: Los talleres se realizaron con 40 mediadores de toda la institución. Participó la planta total de docentes de la institución, entre mediadores de nivel básico y bachillerato.

Los padres y madres de familia fueron convocados mediante envío de volantes en el diario escolar y a través de la socialización de afiches colocados en las carteleras del colegio; sin embargo se conto con 5 participantes en total.

3.2.2. Técnicas de recolección de la información e instrumentos de la investigación

La información recolectada se realizó esencialmente a partir de entrevistas mediante la investigación de información secundaria a través de Internet, incluyendo la ejecución de grupos focales con preguntas semi-abiertas y no directas, encuestas a los grupos focales, recolección de material didáctico, audiovisual y teórico a través de búsqueda avanzada en Internet.

Estudio general de la institución y los participantes, investigación documental, recopilación de material bibliográfica y estadístico.

3.2.3. Ejecución de EDACEV en el Colegio Particular Experimental Lev Vygotsky

La Ejecución de la EDACEV tuvo lugar en la ciudad de Sangolquí en las instalaciones del colegio, los espacio fueron proporcionados por ellos, el material fue responsabilidad de las autoras, quienes fueron facilitadoras en todos los talleres. El inicio del trabajo fue en el mes de enero y finalizó en el mes de abril, contó con la con la participación activa de los estudiantes, el apoyo de profesores y personal administrativo en todo momento, y una asistencia mínima de padres/madres de familia.

3.2.3.1. Focus group:

El focus group se realizó en el mes de enero de 2012, en las instalaciones del colegio, a partir de las 08:00 bajo la colaboración de rectora académica quien subdividió a los paralelos de octavo a tercero de bachillerato para contar con 22 estudiantes conformado por 2 representantes de cada octavo, noveno, décimo y primero de bachillerato; segundo y tercero de bachillerato participaron cada curso con un representante. Es necesario indicar que no se trabajó con chicos y chicas que se consideran sobresalientes académica o

actitudinalmente los grupos fueron diversos y esto permitió una considerable riqueza al momento de realizar el trabajo. Esta metodología se ejecutó únicamente con estudiantes no con padres y con mediadores.

La metodología utilizada fue a manera de conversatorio, realizando preguntas a los estudiantes de acuerdo a lo planificado y sobre ellas un ejercicio de contra preguntas en los momentos necesarios, se conocieron expectativas y experiencias además de socializar el inicio de la estrategia.

Fue importante contar con estudiantes de todas las edades entre los 12 y 18 años, esto facultó una mejor organización de los talleres mediante definición de metodologías diferentes para el ciclo básico por una parte y el bachillerato por otra.

3.2.3.2. Talleres:

Estudiantes ciclo básico: los talleres se desarrollaron sin ningún inconveniente bajo la estructura planificada, los grupos fueron participativos y dinámicos en su mayoría, todos ellos iniciaron con puntualidad en las fechas y horas establecidas durante los meses de febrero y marzo; por organización del Lev Vygotsky, los grupos fueron conformados de la siguiente manera:

- Octavo diligentes y dinámicos
- Octavo disciplinados y noveno altruistas
- Noveno audaces y auténticos
- Decimo positivos y perspicaces
- Decimo geniales y primero de bachillerato confiables.
- Primero de bachillerato tolerantes y tercero de bachillerato vanguardistas
- Segundo de bachillerato íntegros

Esta división de cursos permitió que los estudiantes puedan generar actividades creativas y constructivas, en algunos grupos se realizaron cuentos, noticieros, debates, dramatizaciones a partir de experiencias personales, diagramas, ideas innovadoras de mejorar o potenciar el uso de las redes sociales que forman parte de

la estrategia; por otro lado, los videos utilizados para el trabajo fueron de agrado y aceptación de la mayoría.

El material utilizado en los talleres fue de carácter mayoritariamente audiovisual, que se detalla a continuación:

| CATEGORÍA | LINK DE ACCESO |
|---------------------------------|---|
| Imagen | http://www.YouTube.com/watch?v=n7iOkjPshkg&feature=player_embedded |
| Información y privacidad | http://www.YouTube.com/watch?v=X-xpsLAnVHU&feature=player_embedded http://www.YouTube.com/watch?v=6KRphqadHfY |
| Bullying | http://www.YouTube.com/watch?v=cfs3Jp65e2k&feature=related http://www.YouTube.com/watch?v=E3Z6f-KIIQI&feature=player_embedded http://www.YouTube.com/watch?v=tX4WjDr5XcM&feature=related |
| Grooming | http://www.YouTube.com/watch?v=TteWFzdA-xw&feature=related |
| Sexting | http://www.YouTube.com/watch?v=mhTcNsNJM9o |
| Adicción a las redes | http://www.YouTube.com/watch?v=QAIhqXYq_Gk&feature=endscreen&NR=1 |
| Uso de la Webcam | http://www.YouTube.com/watch?v=JgzHphn5ldY&feature=related |

También se utilizaron recursos como papelógrafos, marcadores, lápices, bolígrafos y hojas de papel bond.

Mediadores: el colegio permitió trabajar dos horas con casi toda la planta docente, un día en que los estudiantes de tercero de bachillerato cumplen el rol de maestros y autoridades, toman a cargo la institución y los mediadores salen del establecimiento, para ello se contó con todo el soporte y una activa participación.

Se desarrolló con puntualidad y sin inconvenientes; sin embargo algunos profesores no tomaron con agrado el incluir a las TICs en su proceso educativo y lo manifestaron abiertamente, lo cual también se considera que permitió enriquecer el debate generado.

Padres/madres de familia: El taller diseñado para padres tuvo lugar en la mañana deportiva de la institución, la asistencia de padres y madres fue mínima lo que dificultó trabajar de acuerdo a la planificación realizada, la promoción del taller a padres se realizó mediante el diario escolar, entregando flyers a primer hora en la mañana deportiva y mediante anuncio público al finalizar el programa deportivo organizado por el colegio; por lo tanto, los resultados no definen la postura de padres de familia; la Institución manifestó su imposibilidad de comprometerse a citar a reunión extraordinaria a padres y madres de familia, por tanto, fue el espacio facilitado.

3.2.4. Socialización de la Estrategia

La estrategia fue difundida mediante la ubicación de afiches en carteleras al exterior e interior del colegio, mediante la distribución de bookmarks entre los estudiantes, lo que generó mucho interés de parte de ellos y ellas, también se la socializó a través de la entrega de flyers a padres y madres de familia mediante el uso de agendas escolares y volanteo y conversaciones informales con mediadores en las distintas visitas realizadas.

3.2.4.1. Creación de cuentas en redes sociales:

Las cuentas en redes sociales para dinamizar el proceso con estudiantes, mediadores y padres de familia fueron creadas el 10 de marzo de 2012 para dinamizarlas hasta el 10 de mayo con los actores que formaron parte de todo el proceso; sin embargo, es necesario indicar que Facebook, dirigida a los estudiantes es la que mayor dinamismo consiguió, quedando Twitter, Blogger y YouTube en un segundo plano.

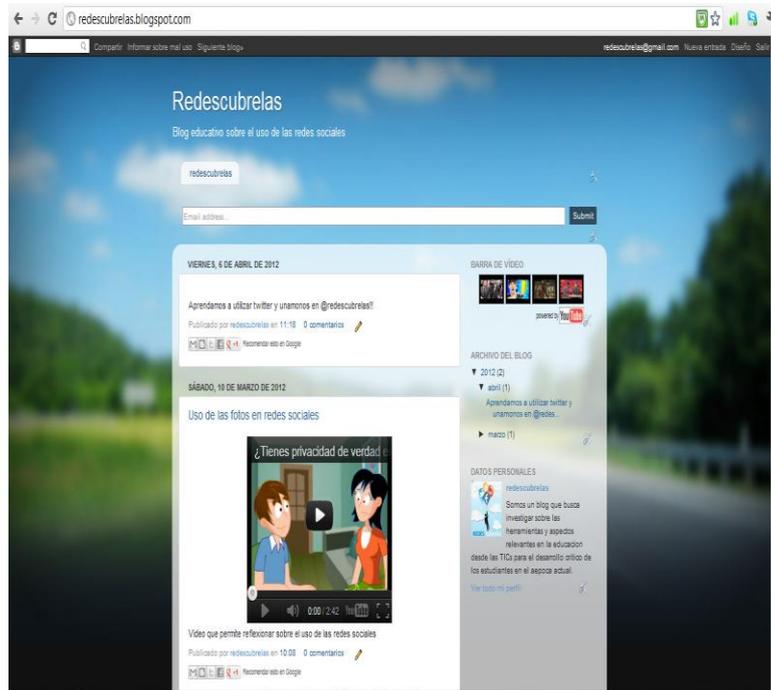
a) **Facebook:** <http://facebook.com/redescubrelasya>



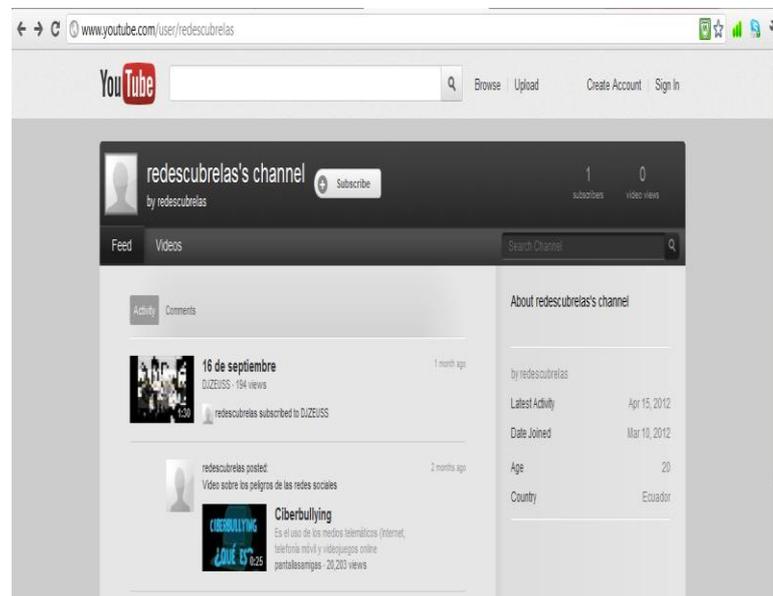
b) **Twitter:** <http://twitter.com/#!/redescubrelas>



c) **Blogger:** <http://redescubrelas.blogspot.com/>



d) **YouTube:** <http://www.YouTube.com/user/redescubrelas>



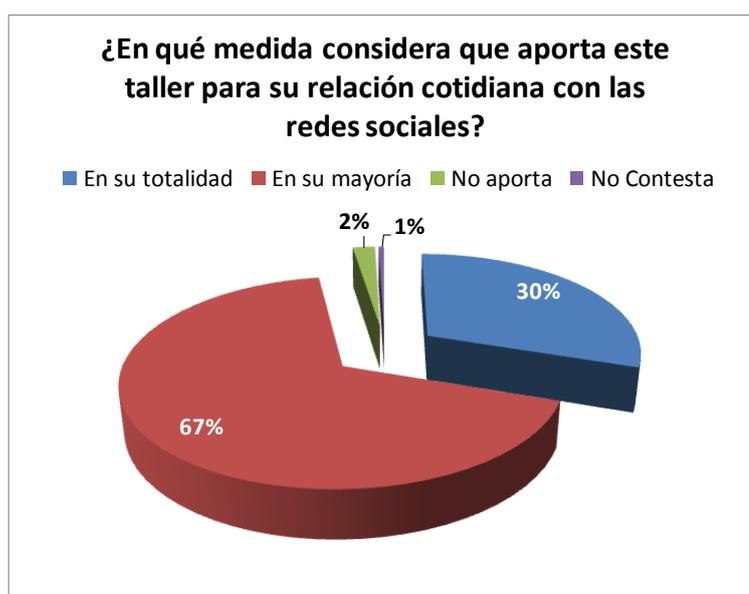
3.2.5. Validación de resultados de la EDACEV

Los resultados de la estrategia se validaron por grupos beneficiarios de la misma: estudiantes, mediadores y padres/madres de familia.

3.2.5.1. Resultados Estudiantes

Una vez realizados los talleres con los estudiantes, se aplicaron y tabularon las evaluaciones para conocer el impacto y percepción de los participantes y los indicadores se detallan a continuación:

Pregunta 1



Pregunta 2



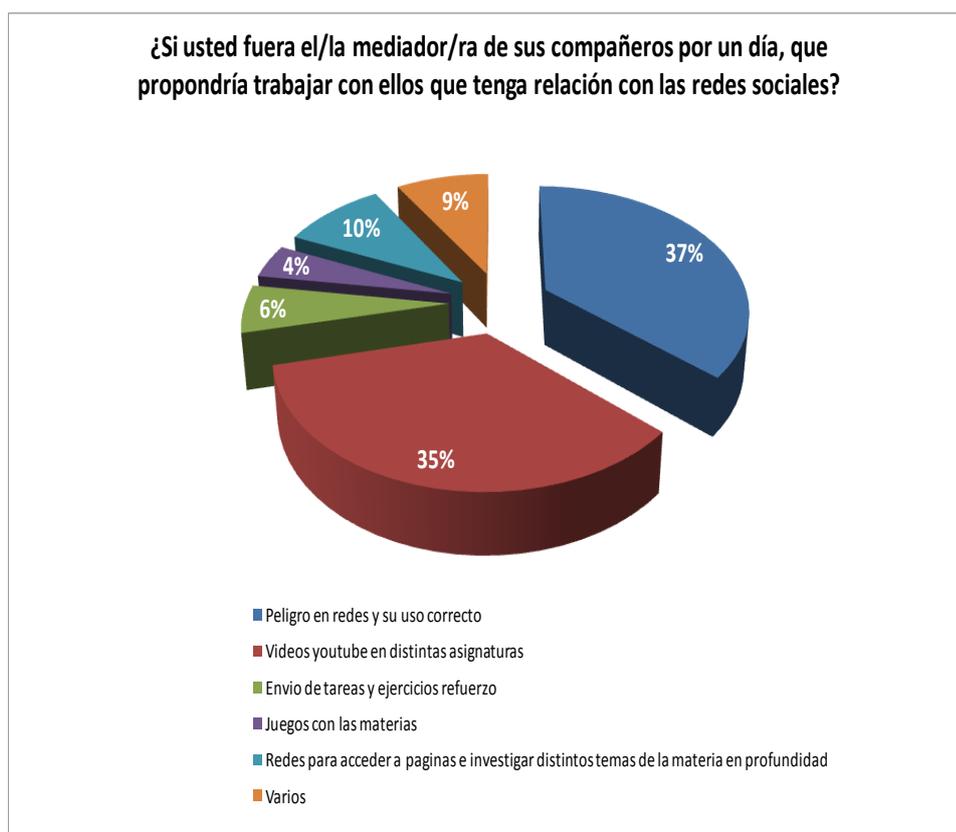
El 67% y el 50% de los encuestados consideran que el taller fue en su mayoría un aporte para la relación que mantienen en la cotidianidad con las RSV y que las actividades planteadas fueron adecuadas; los porcentajes de insatisfacción son muy bajos con el 1% y 0%, esto permite dilucidar la necesidad de establecer mecanismos en el entorno educativo que trabajen sobre estas temáticas.

Pregunta 3



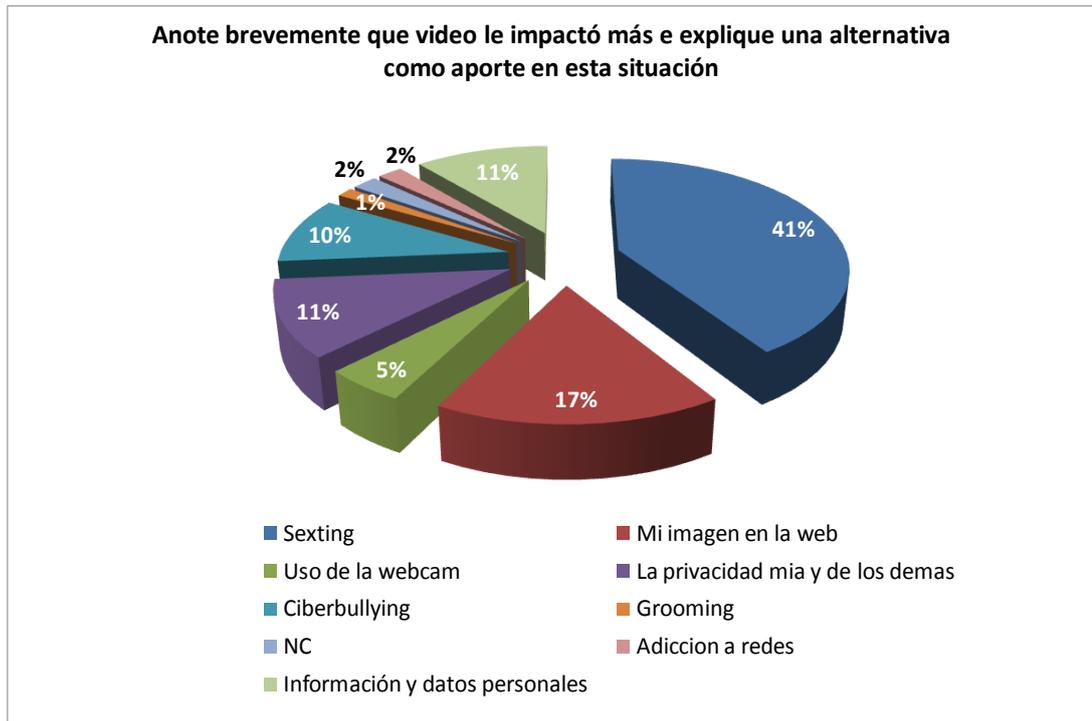
El 91% de estudiantes cree que los contenidos y materiales utilizados en los talleres fueron de interés y actualidad, este porcentaje no se aleja de los anteriores y establece una voz de alerta para mediadores y padres de familia, es necesario considerar a las RSV como elementos que forman parte de la vida dentro y fuera de la escuela de los educandos y que ellos y ellas lo reconocen como tal, es posible además, considerarlas como elementos de “moda” en la actualidad que en futuro serán remplazados por aplicaciones más novedosas.

Pregunta 4



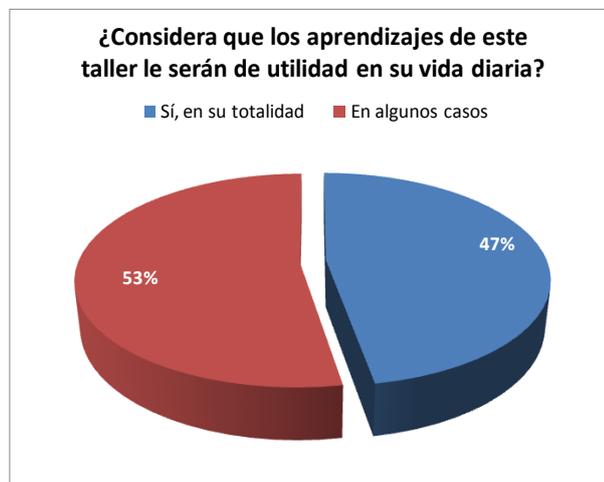
Es de interés, en especial para mediadores la respuesta de los chicos y chicas en esta pregunta, ya que, si estuvieran en el lugar de sus profesores, el 35% de ellos y ellas utilizaría YouTube y videos como material de apoyo en el aula, el 37% trabajaría desde el peligro en las redes sociales y la mejor forma de utilizarlas mientras tan solo un 10% fomentaría su uso para fines investigativos y de estudio de diversos temas en profundidad; estos porcentajes definen también una línea a seguir por parte de quienes están a cargo de mediar el conocimiento en el aula, es un reto para la búsqueda de nuevas estrategias de vincular a las tecnologías con el conocimiento dentro del entorno educativo.

Pregunta 5

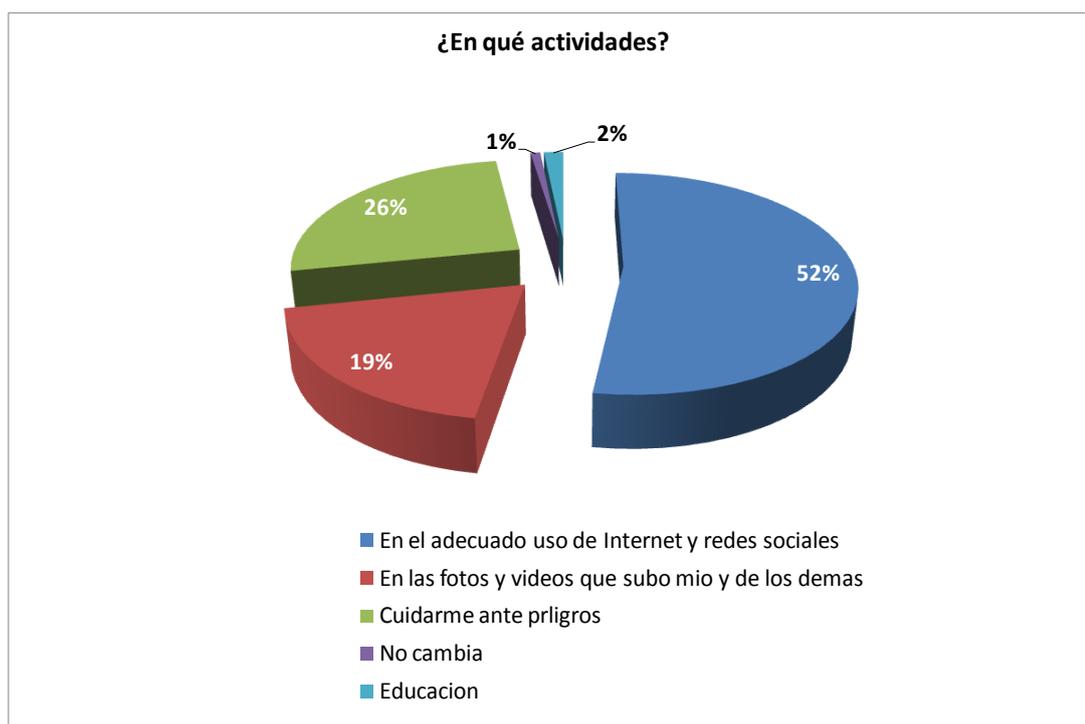


El 41% de los y las estudiantes cree que los videos que abordan la temática del sexting son de mayor impacto, así el 17% considera que lo son aquellos que enfocan el tema del buen y mal uso de la imagen en la red y con un porcentaje menor, 11%, establecen los que tratan de temas como la privacidad y el uso de webcam, no se puede dejar de lado al 10% que considera impactante aquellos que exponen el ciberbullying. En este apartado, los encuestados evidencian aquellas temáticas y situaciones que se generan en las RSV.

Pregunta 6



Pregunta 7



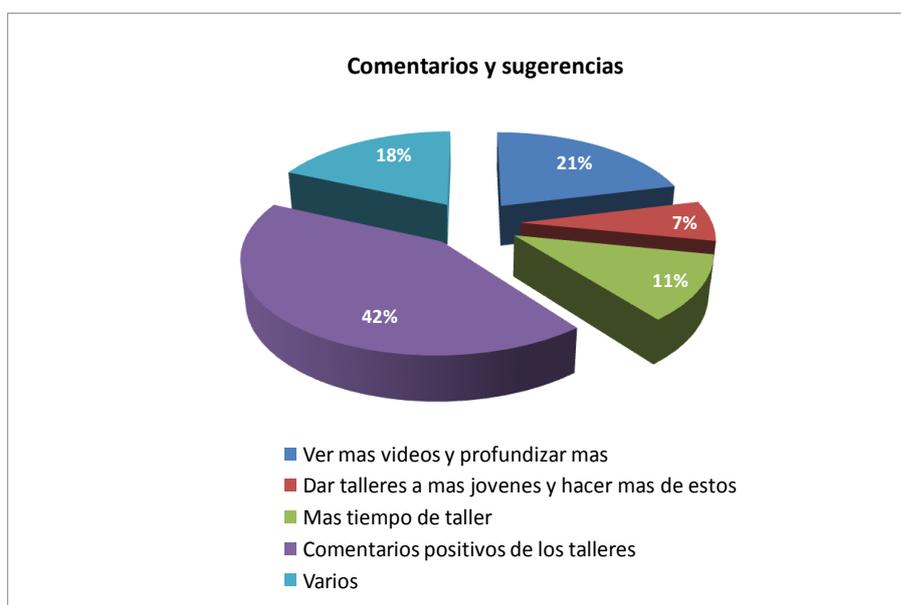
Los resultados de esta pregunta permiten a padres, madres y mediadores el fomentar espacios de aprendizaje de las RSV desde la escuela y el hogar, que además de enfocarse al uso educativo e investigativo, puedan alinearse también a enfoques en valores y experiencias personales que permitan una mayor aprehensión del conocimiento por parte de los y las estudiantes. Así, el 53% considera que el taller fue en su mayoría de utilidad en la vida diaria, mientras el 47% cree que lo fue en su totalidad y con una visión negativa del 0%. Todo ello ligado a que el 52% cree que se fortalece en el adecuado uso del Internet y las redes sociales, mientras el 26% aprendió la importancia de cuidarse ante los peligros en el espacio virtual y el 19% en los contenido que publica, como lo son fotografías propias y ajenas, así como información de carácter personal.

Pregunta 8



El 36% de asistentes a los talleres considera que ha cambiado totalmente su forma de ver a las redes sociales después de recibirlos, mientras que el 54% cree que ahora en casos específicos las ven distinto, no así el 10% que indica no concebirlas de forma diferente alguna; resultados que admiten el exceso de confianza con el cual los adolescentes hacen uso de las RSV y del descuido de quienes están a cargo de su educación en los diversos ámbitos.

Pregunta 9



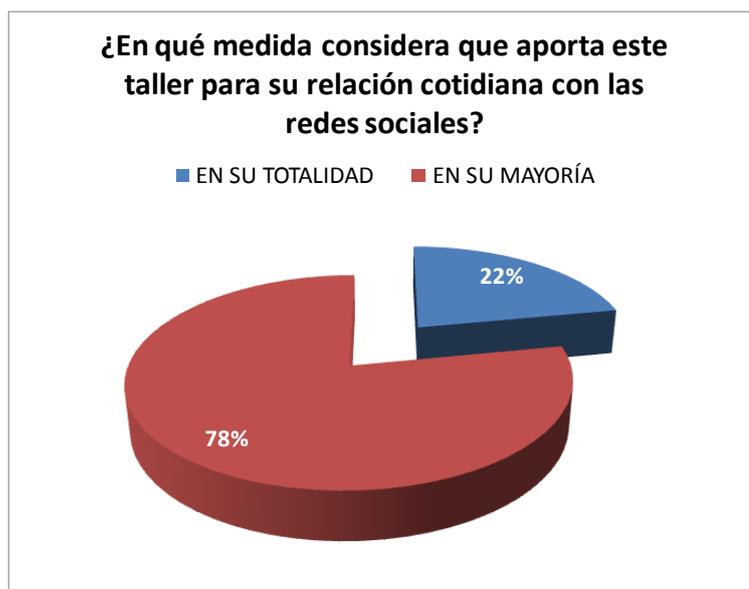
Como aporte final de las encuestas se solicitó incluir comentarios y sugerencias para el trabajo futuro con adolescentes, de los cuales, el 42% escribió comentarios positivos sobre lo realizado o en forma de felicitación; por otro lado, el 21%

indicaron la necesidad de presentar un mayor número de videos y profundizar más en el tema, lo cual, no se puede desligar del 11% que solicita realizar talleres de mayor duración y del 7% que consideran necesario incluir en este tipo de espacios a estudiantes más jóvenes e incrementar el número de talleres en el año.

3.2.5.2. Resultados Mediadores

Una vez ejecutado el taller con 41 mediadores de toda la planta docente de la institución, los mediadores evaluaron el taller, de lo cual, se obtuvo los siguientes resultados:

Pregunta 1



Pregunta 2

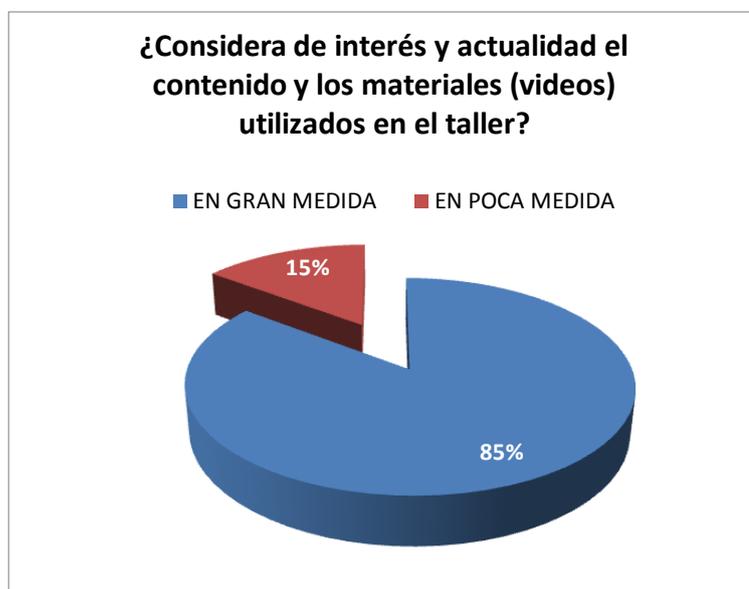


Para el 78% de mediadores el taller fue en su mayoría de utilidad, mientras tanto, un 22% considera que lo fue en su totalidad. El 44% de docentes cree que las

actividades desarrolladas en el taller fueron adecuadas, el 51% considera que la mayoría de ellas lo fueron, mientras que el 5% no las consideran adecuadas.

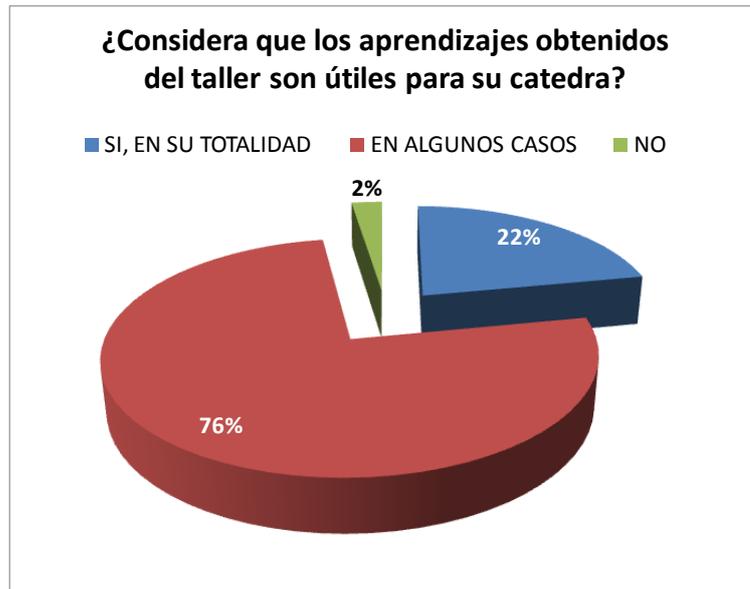
En estas dos preguntas podemos evidenciar que para la mayoría de mediadores el taller y sus herramientas fue de utilidad, que sin embargo, existe otro porcentaje para quienes no significó una ayuda en su tarea profesional; esto puede deberse a un posible desinterés de vincular a las tecnologías en el aula o, a su vez, el sentirse invadidos dentro del entorno, así también, a un porcentaje de mediadores que manejan muy bien los entornos virtuales.

Pregunta 3



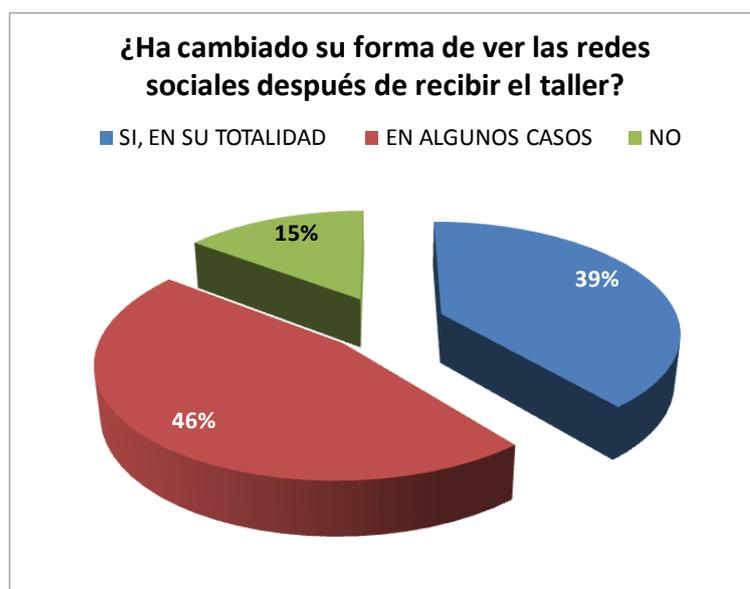
El 85% de encuestados considera que el contenido y materiales son de actualidad y de interés, mientras el 15% cree que lo son en poca medida, este resultado permite visibilizar que la mayoría de docentes están claros en la importancia del tema y por ende el no poder aislarse.

Pregunta 4



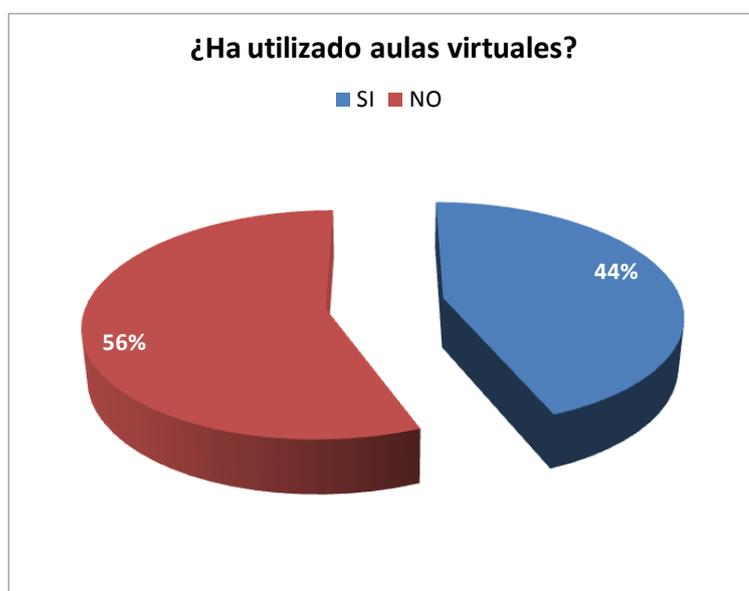
El 22% de profesores considera que en totalidad los aprendizajes del taller son útiles para su cátedra, también un 76% cree que lo fue en algunos casos y el 2% no considera el taller de utilidad; estos resultados permiten considerar que en las distintas cátedras se puede incluir algunos aspectos de las RSV como parte elemento pedagógico dentro del aula.

Pregunta 5



Para el 39% el taller le cambio totalmente la forma en que veía a las redes sociales, el 46% las ve de otra manera después del trabajo realizado y el 15% no observa diferencias; en este aspecto, un gran porcentaje de participantes cambio su percepción de las RSV, lo cual es un indicativo clave de que no todos y todas conocen a fondo y con claridad las aplicaciones, peligros, ventajas que presenta este universo virtual y que no se encuentran actualizados en la medida y en el tiempo en que cambian los entornos a través de Internet.

Pregunta 6



En esta pregunta las respuestas se han dividido, pues el 56% no ha utilizado aulas virtuales, mientras que el 44% si lo ha hecho. Este punto es clave al considerar que la gran mayoría de docentes está al margen de conocer y manejar herramientas que son básicas en el aprendizaje actual a nivel del mundo y que por ende, los procesos de capacitación serán imprescindibles.

Pregunta 7: comentarios y sugerencias

No ha sido posible compilar las respuestas para obtener resultados claros, por lo tanto, se han transcritos algunos de los comentarios y sugerencias de quienes contestaron este apartado:

- *“Seguir con este tipo de capacitaciones en periodos prácticos”*
- *“Este tipo de talleres me ayuda personalmente a actualizar mis conocimientos de la tecnología”*
- *“Gracias por ayudar a mostrarnos la diferencia y la importancia de las redes sociales”*
- *“El éxito del proceso de aprendizaje radica en la práctica de lo que se aprende, por lo tanto me parece que con el desarrollo de ejemplos aprenderíamos más, es decir me parece que debe cambiarse el enfoque de informativo a práctico”*
- *“Excelente trabajo de investigación, hacer una campaña con nuestros estudiantes, sugiero que se efective un link en twitter para acceder a los videos que nos mostraron en el taller”*
- *“Deberían incluir al final de su presentación sitios o páginas que los mediadores podamos usar”*
- *“Sería magnífico un poco más de talleres e información, más tiempo”*
- *“Me parece muy buen trabajo y taller, espero puedan compartir con nosotros más de su conocimiento”*
- *“El tema es muy interesante, es importante que el taller tenga un objetivo claro y que las actividades que se realicen como la dinámica inicial tenga un análisis que concuerde con el taller, y después de cada video comentarlo, socializarlo”*

3.2.5.3 Resultados Padres/Madres de Familia:

Los resultados del taller para padres no se ha tabulado porque la participación y presencia de padres y madres fue escasa, se contó con la presencia de dos parejas (padre y madre de familia de un mismo estudiante) y de una madre que tenían

interés en el tema, el debate en torno a las RSV fue positivo, pues la preocupación de parte de los participantes fue evidente; sin embargo, el resulta final de este aspecto es negativo, porque el desinterés de la mayoría se evidenció.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones:

- ✓ El devenir tecnológico ha transformado el rol de los usuarios en Internet, convirtiéndolos en “prosumidores” de la información y el conocimiento, que interactúan en un sistema abierto ilimitado y en evolución constante, en este universo los adolescentes son actores esenciales.
- ✓ Las Redes Sociales Virtuales (RSV) se constituyen en espacios de gran popularidad en el mundo entero, en cifras, los de mayor acceso son Facebook, Twitter y Youtube; el uso cotidiano de los mismos es potenciado por los “Nativos Digitales” que se enfrentan constantemente a la bipolaridad entre sus ventajas (difusión inmediata y masiva, herramientas educativas, acceso a la información, etc.) y desventajas (ciberdelitos). El rol de los educadores para formar estudiantes críticos, desde la hiperlectura a partir de procesos constructivos, es un reto actual.
- ✓ La educación se enfrenta al gran desafío de eliminar la brecha digital entre “Nativos” y “Migrantes” Digitales para fomentar y potencializar el binomio TIC – Educación que traspase el utilitarismo digital.
- ✓ Se establece la educomunicación como el eje pedagógico esencial que permita, a partir de la alfabetización digital, desarrollar competencias críticas en los sujetos, para acompañar el desarrollo de una cultura online de seres humanos conscientes de su papel en la misma.
- ✓ El desafío educativo es trabajar con y para los estudiantes “anfíbio digitales” y lograr que establezcan e identifiquen la diferencia entre la realidad y la virtualidad, proceso acompañado de la apropiación y significación de valores humanos que, según se identificó en la investigación, se han desvirtuado en la interrelación entre adolescentes a través de las RSV.

- ✓ Luego de haber realizado el proceso de búsqueda de información relevante se evidenció la ausencia de estudios y publicaciones que puedan situar la problemática a nivel local, en contraposición con países como España y Argentina, cuya relación estrecha con este tipo de tecnologías es cada vez más extensa, especialmente en la línea de educación. Es por esta razón que este trabajo académico pretende proporcionar una visión acorde a la realidad de los nativos digitales y redes sociales virtuales en el Ecuador y aportar con herramientas educomunicativas que faciliten una visión crítica de la interacción entre el mundo virtual y el adolescente.

- ✓ El diagnóstico realizado en el Colegio Particular Experimental Lev Vygotsky con los actores involucrados en el proceso formativo y los adolescentes, se ejecutó mediante la aplicación de encuestas, entrevistas, focus groups y cuyos resultados fueron decisivos al momento de establecer la estrategia y su metodología. Así, entre los resultados más relevantes: el 60% de estudiantes utilizan RSV de lunes a viernes, de ellos, el 70% le dedican 3 horas o más en el día; además el 77% las consideran un espacio de entretenimiento, lo cual va vinculado al 73% que no relaciona en las redes a sus padres, en términos generales los padres de familia reconocen el uso que sus hijos hacen de los entornos virtuales y consideran que no acceden a páginas con contenido nocivo aunque no frecuentan los espacios que visitan sus hijos, además consideran que tienen las herramientas necesarias. Estos resultados y la investigación de campo fueron el punto de partida para considerar necesario encaminarse en un proceso hacia una lectura crítica tendiente a la construcción de seres humanos conscientes del papel que juegan en su devenir como seres humanos mediados por las tecnologías y su desenvolvimiento en las mismas, por esta razón se determinó la línea a seguir desde una gestión integral conformada por cada miembro del proceso formativo, como un acompañamiento al adolescente en su construcción personal.

- ✓ La elaboración de la estrategia, es producto de la reflexión realizada a partir de los indicadores arrojados por el diagnóstico, que proporcionaron una idea clara acerca del uso de las redes sociales por parte de los adolescentes, el cual

es netamente de entretenimiento con total desconocimiento de los peligros reales que implica la navegación en el ciberespacio, así como también de las utilidades que el mundo digital aporta para su educación, por tal razón, se estructura una estrategia global, es decir, que incide en estudiantes, profesores y padrea/madres de familia, mediante la ejecución de talleres que motivaron la prevención, uso adecuado y lectura crítica de las RSV, el diseño y difusión de una imagen amigable hacia las mismas; así los actores lograron tener una visión más amplia y que potencie herramientas educativas; además, la elaboración de un perfil en facebook direccionado hacia los adolescentes en fusión con otras redes, fue concebido para sentar las bases preventivas, críticas y digitales que necesitan ser concientizadas por los adolescentes, para crear un proceso adecuado de desarrollo personal y contó con el apoyo de un alto porcentaje, así como la aceptación de los estudiantes, lo que también permitió conocer de forma más profunda los contenidos e información que los chico/as del colegio comparten en su diaria accionar en el entorno virtual.

- ✓ La estrategia se implementó con éxito en cuanto a estudiantes y mediadores, en cuanto a los padres de familia, no se mostró disposición para presenciar los talleres, por lo cual la asistencia fue mínima, por tal razón el taller se impartió de manera personalizada, tomando en cuenta las inquietudes y reservas demostradas por los adolescentes en relación al uso de RSV en sus hogares, el que es un indicativo de desinterés en el tema por parte de los representantes de los estudiantes.

- ✓ Las inquietudes recogidas en el proceso de validación con los actores, giraron en torno a mantener la estrategia durante el año lectivo, acompañando el desarrollo curricular del Colegio y la formación de los adolescentes, se mostró apertura al tema, ya que la cultura digital en la institución no es un tema desarrollado ampliamente, por esta razón se vislumbró la necesidad de que los talleres y otros productos se mantengan en el tiempo.

Recomendaciones:

- ✓ Que el proceso sea sostenido, incluyendo una campaña de sensibilización para padres y madres de familia en torno a la realidad virtual y su papel en la formación integral de los adolescentes.
- ✓ Extender las aristas de la estrategia hacia la planificación de espacios de capacitación para estudiantes y mediadores en entornos virtuales que incluyan redes sociales, aulas virtuales, juegos en línea, aplicaciones en las diversas cátedras.
- ✓ Formular campañas de prevención con los niveles de educación básica generando una cultura digital en todos los espacios educativos.
- ✓ Incluir dentro de las materias de la malla curricular la formación en TIC's a través de estrategias como estas que permitan la utilización de las herramientas digitales y su permanencia, tanto en espacios educativos, como cotidianos.
- ✓ Difundir el presente trabajo en otras instituciones educativas, para facilitar procesos de naturalización de lo digital en el universo educativo, de manera integral y constructiva.
- ✓ Los adolescentes son agentes transformadores, es menester que aprendan a comunicarse y dar espacio a los otros para hacerlo también; siendo así la comunicación un eje esencial en el proceso de construcción de individuos consecuentes que aporten en el desarrollo de la sociedad en general.

Bibliografía

BRINGUE, Xavier y **SABADA**, Charo, *La Generación Interactiva en Ecuador, Niños y Adolescentes Ante las Pantallas-* 1ra. Edición, COLECCIÓN FUNDACION TELEFONICA, Editorial Ediecuatorial, Quito-Ecuador, 2011. Entidades Colaboradoras: Foro Generaciones Interactivas, Educared, Universidad de Navarra; Con el aval del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información del Ecuador.

BRINGUE, Xavier y **SABADA**, Charo y otros, *La Generación Interactiva en Iberoamérica, Niños y Adolescentes Ante las Pantallas-* 1ra. Edición, COLECCIÓN FUNDACION TELEFONICA, Editorial Ariel, Madrid, 2008. Entidades Colaboradoras Educared, Telefónica Internacional, S.A.U. y Universidad de Navarra.

CASTELLS, Manuel ; *La era de la información: economía, sociedad y cultura*, 2008, vol. I: *La sociedad red* (3ra edición). Alianza.

CASTELLS Manuel (2000); *Internet y la sociedad red*. Conferencia de Presentación del Programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Universidad Oberta de Catalunya el 7 de octubre del 2000.

COBO, Cristobal y **MOVAREC**, John, *Aprendizaje Invisible: hacia una nueva ecología d la educación-* 1ra. Edición, Editorial Universidad De Barcelona, España, 2011. Editado en Colaboración con Universidad Internacional de Andalucía.

Cuadernos de Comunicación e Innovación Número 11, COLECCIÓN TELOS , *Creatividad e Innovación en la Cultura Digital*, varios artículos, Edición 11, Octubre-Diciembre 2008, Edita Fundación Telefónica, Autores Invitados: Javier Echeverría, Nestor García Canclini, María Pilar Cousido, Recopilación de Artículos de Varios Autores, Madrid.

FAINHOLC, Beatriz (2004); “ Lectura crítica en Internet: análisis y utilización de los recursos tecnológicos en educación “– 1edición. – Rosario : Homo Sapiens, 2004. P-13

MORAN, José Manuel y otros, *Nuevas Tecnologías, Nuevos Empleos y Nuevas Organizaciones-* 1ra. Edición, COLECCIÓN FUNDACION TELEFONICA, Editorial Ariel, Madrid 2007.

NARANJO, María Paulina, *La Educomunicación: Un Desafío Para el Cambio -* Recopilación de artículos, libros y textos de investigación sobre Educomunicación, Directora de la Maestría en Docencia con mención en Educomunicación, Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito, Febrero 2000.

NEGROPONTE, Nicholas, *Being Digital - El Mundo Digital*, 1.a edición, Ediciones B, S.A., 1995.

OGAZ, Leonardo, *La Comunicación: Una aproximación a la aprehensión conceptual del fenómeno*, Docente de la Universidad Politécnica Salesiana, tomados varios artículos citados en el texto, Quito 2002.

PISCITELLI, Alejandro y otros, *El Proyecto Facebook y la Posuniversidad, Sistemas Operativos Sociales y Entornos Abiertos de Aprendizaje-* 1ra. Edición, COLECCIÓN FUNDACION TELEFONICA, Editorial Ariel, en Colaboración con Editorial Planeta, Madrid 2010.

RODRIGO, María José; **PALACIOS**, Jesús (coords.), *Familia y Desarrollo Humano, Psicología y Educación*, Alianza editorial S.A, Madrid, 2010.

SAID, Elías (2007) Mapas y retos comunicativos en la era digital. Investigación y desarrollo. Barranquilla, 15 320-343.

ALONSO, Jaime, *Comunicación Virtual. Elementos y Dinámicas-* Editorial VISIONNET, Madrid, en

<http://books.google.com.ec/books?id=QIpmEt9Akq8C&lpq=PA203&dq=la%20comunicacion%20Beditorial%20catedra&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>.

BUSQUET, Jordi; **URIBE** Ana (2010); “El uso de las TICs y la Brecha Digital entre adultos y adolescentes”. En:<http://www.educacionmediatica.es/comunicaciones/Eje%204/Jordi%20BUSQUETy%20Ana%20Cinthya%20URIBE.pdf> Recuperado

CALDEVILLA, David (2010) “Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual”, en: *Documentación de las ciencias de la información*, v. 33. pp. 45-68.

En: <http://revistas.ucm.es/inf/02104210/articulos/DCIN1010110045A.PDF>. Recuperado el 12 de julio de 2011.

CANTÚ, Gustavo (2010); “Adolescencia, subjetividad y nuevas tecnologías: problemas y perspectivas”. Ponencia en: Anais Congreso Brasileiro de Psicología y Adolescencia, v. 1, n. 1 (2010).

En: <http://www.psi21.com.br/ojs/index.php/CBPA/article/view/71/71>. Revisado el 18 de febrero de 2012.

CASADO, Rafael (2008); “Claves de la alfabetización digital”. Fundación Telefónica.

En:

http://www.identic.es/eventos2008/jornadatelecentros/recursos/claves_alfabetiz_digital.pdf

FACIONE, Peter (2007); “Pensamiento Crítico: ¿Qué es y por qué es importante?”

En: <http://www.eduteka.org/pdfdir/PensamientoCriticoFacione.pdf> Recuperado el 10 de febrero de 2012.

FREIRE, Juan (2008); “Redes sociales: ¿modelos organizativos o servicios digitales?”, en: *El profesional de la información*, 2008, v. 17, n. 6, noviembre – diciembre, pp. 585.

En:

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2008/noviembre/01.html>.

Recuperado el 20 de enero de 2011

DEL ALCÁZAR, Juan Pablo. “Facebook y su evolución en el Ecuador”.

En: <http://blog.formaciongerencial.com/2009/11/07/facebook-y-su-evolucion-en-ecuador/> Recuperado el 15 de enero de 2012.

GRANOVETTER, Mark . (1973). “The strength of weak ties”, en: *American Journal of Sociology*; vol. 78, n.-6. (pp.1360 – 1380).

En: <http://sociology.stanford.edu/people/mgranovetter/documents/granstrengthweakties.pdf>.

Recuperado el 21 de mayo de 2011.

GOGA, Arturo, *Divertida publicidad Interactiva de YouTube. Shoot the Bear!*, 2 de septiembre de 2010, en <http://www.arturogoga.com/2010/09/02/divertida-publicidad-interactiva-de-YouTube/>.

GOSENDE Xavier (2011); “Qué es la Web 2.0”.

En: http://www.microsoft.com/business/smb/es-es/internet/web_2.mspx.

Recuperado el 10 de enero de 2011.

HARRIS (2006); “Diccionario de Lectura y Términos Relacionados”.

En: <http://www.eduteka.org/modulos.php?catx=1&idSubX=163&ida=183&art=1>

Recuperdo el 5 de febrero de 2012

HEADWAYS, Equipo, Fuente: <http://www.focus.com/fyi/real-cost-social-media/>, <http://www.headways.com.mx/blog/el-verdadero-cost-del-marketing-en-redes-sociales>

HERRERA, Rodolfo (1990); “Tecnología y sociedad”. *Revista Filosofía. Univ.*

Costa Rica. 27 (67/68), 77-84. En:

<http://inif.ucr.ac.cr/recursos/docs/Revista%20de%20Filosof%C3%ADa%20UCR/Vo>

l.%20XXVIII/No.%2067-68/Portada%20E%20Indice.pdf Recuperado el 17 de enero de 2012

IGLESIAS, F. (2010); “Informatizar la escuela o escolarizar la informática”. Proyecto Grimm.

En: http://www.proyectogrimm.net/informatizar_la_escuela_o_escolarizar_la_informatica
Recuperado el 28 de febrero de 2012.

LÓPEZ, José (2009); “Una mirada crítica a las redes sociales”. En: <http://www.rizomatica.net/una-mirada-critica-a-las-redes-sociales-online/>
Recuperado el 15 de febrero de 2012.

MOSCHINI, Silvina, *YouTube: El secreto mejor guardado en social media marketing*, 20 de septiembre de 2011, en <http://www.lavanguardia.com/economia/marketing-publicidad/20110920/54218881422/YouTube-el-secreto-mejor-guardado-en-social-media-marketing.html>

NEGROPONTE, Nicolás (2012); "Las redes sociales se está convirtiendo en el ADN de la sociedad", entrevista con diario El País. En: <http://garatxa.visibli.com/share/D8lp5w> . Recuperado el 15 de febrero de 2012.

PERIÓDICO Digital Perú 21 (2010); Noticia edición digital sección tecnología “En 2010 de enviaron 107 billones de mails”. En: <http://peru21.pe/noticia/699262/2010-se-enviaron-107-billones-mails> Recuperado el 18 de enero de 2010.

PINEDA, Migdalia (2003); “El Papel de Internet como nuevo medio de comunicación social en la era digital.” En: http://hipertextos.mty.itesm.mx/mainframe_3.htm Recuperado el 18 de enero de 2012.

PRENSKY, Mark. (2001) “Digital natives, digital immigrants”. On the horizon, NCB University Press, VOL.9 Octubre 2001.

En: <http://marcprensky.com/writing/prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> Cita traducida por Julia Fabara. Recuperado el 20 de febrero de 2012.

PISCITELLI, Alejandro. (2005); “Inmigrantes digitales vs nativos digitales”.

En: <http://portal.edu.ar/debates/educacionytic/nuevos-alfabetismos/inmigrantes-digitales-vs-nativos-digitales.php> Recuperado el 23 de enero de 2012.

REIG, Dolores (2012); Taller: Entornos Personales de Aprendizaje.

En: <http://www.dreig.eu/caparazon/2012/01/19/taller-pln/> Recuperado el 15 de febrero de 2012.

SÁNCHEZ, María y otros (2011); “Modelos de interacción de los adolescentes en contextos presenciales y virtuales” En:

http://edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec35/pdf/Edutec-e_n35_Sanchez_Prendes_Serrano.pdf Recuperado el 21 de enero de 2012.

STANLEY, Morgan. Estadísticas Institucionales de Internet.

En:

http://www.morganstanley.com/institutional/techresearch/pdfs/Internet_Trends_041210.pdf

SUMMER, Harlow, *Twitter es el primero en difundir la noticia sobre la muerte de Osama Bin Laden*, 2 de mayo de 2011, en <http://knightcenter.utexas.edu/es/blog/twitter-es-el-primero-en-difundir-la-noticia-sobre-la-muerte-de-osama-bin-laden>.

TENZER, Simón y otros. “Redes Sociales Virtuales: personas, sociedad y empresa”.

En: salonvirtual.upel.edu.ve/pluginfile.php/19830/mod_resource/content/0/Redes_Sociales/Redes.pdf. Recuperado el 15 de julio 2011.

ZAMORA, Marcelo. “Redes sociales en internet”. En: *Maestros del web*, 2006. En: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>. Recuperado el 12 de julio de 2011.

Diccionario de la lengua española, *Real Academia Española*- Vigésima Segunda Edición, definiciones de varios conceptos, 2011 – 2012, www.rae.es/rae.html.

Varios artículos en información tomada del Blog especializado en el uso seguro y responsable de las nuevas tecnologías en los niños, niñas y adolescentes, 2012, en <http://www.tecnoadiccion.es/tipos.html>, <http://www.pantallasamigas.net/recursos-educativos-materiales-didacticos/guia-ciberbullying/index.htm>, <http://www.internet-grooming.net/>, <http://www.sexting.es/que-es-el-sexting.html>.

Varios artículos e información publicada en la página oficial de Facebook, 2011 – 2012, <http://www.facebook.com>.

Varios artículos e información publicada en la página oficial de Twitter, 2011 – 2012, <http://blog.twitter.com/>.

Varios artículos e información publicada en la página oficial de TWYNC, 2012, <http://twync.es/>.

Varios artículos e información publicada en la página oficial de Youtube, 2011 – 2012, <http://www.YouTube.com/>.

Véase en: <http://www.facebook.com/press/info.php?timeline> Recuperado el 13 de enero de 2012.

Véase en: <http://www.alexa.com/topsites/global> Recuperado el 15 de enero de 2012.

Véase en: <http://www.alexa.com/topsites/countries/EC>. Recuperado el 15 de enero de 2012

http://www.facebook.com/ads/create/?fbid=234123039995617&campaign_id=365730201698&placement=fbpg1&extra_1=0&extra_2=2250 Recuperado el 15 de enero 2012

Véase en: <http://www.cad.com.mx/historiadetwitter.htm> . Recuperado el 15 de enero de 2012

Véase en: <http://www.esferadigital21.org/2011/05/16/estadisticas-2011-de-twitter-%C2%A1impresionantes/> Recuperado el 16 de enero de 2012

Véase en: <http://www.alexa.com/topsites/countries/EC> Consultado el 15-01-2012

Véase en: <http://www.videoscop.com/historia-de-YouTube.html> Recuperado el 16 de enero de 2012

Véase en: <http://www.informador.com.mx/tecnologia/2010/202096/6/YouTube-supera-cifras-de-videos-vistos.htm> Recuperado el 16 de enero de 2012

Véase en: <http://www.alexa.com/topsites/countries/EC> Recuperado el 16 de enero de 2012

Véase en: www.rmm.cl/./200701210148060.TECNICA%20DE%LECTUR... Red de maestros Santiago de Chile, Recuperado el 2 de febrero 2012