

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**



**“EL USO QUE LE DAN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA  
LICENCIATUR EN PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD DE  
Y LOS ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIONES Y  
RELACIONES PUBLICAS DE LA UNIVERSIDAD TECNOLOGICA A LA  
RED SOCIAL FACEBOOK COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN  
SOCIAL”**

**PRESENTADO POR  
DE LA CRUZ PÉREZ, ALFONSO ERNESTO  
BOLAÑOS PINEDA, EDGARDO RIGOBERTO**

**PARA OPTAR AL TITULO DE  
LICENCIATURA EN PERIODISMO**

**DOCENTE DIRECTORA  
LICENCIADA GLADIS MAGDALENA REYNOSA**

**COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADO  
MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO  
SAN SALVADOR, CENTRO AMERICA, FEBRERO 2013**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**Ingeniero Mario Roberto Nieto Lovo  
RECTOR**

**Máster Ana María Glower de Alvarado  
VICE-RECTORA ACADÉMICA**

**Licenciado Salvador Castillo Arévalo  
VICE-RECTOR ADMINISTRATIVO INTERINO**

**Doctora Ana Leticia Zavaleta de Amaya  
SECRETARIA GENERAL**

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y  
HUMANIDADES**

**Licenciado José Raymundo Calderón Morán  
DECANO**

**Maestra Norma Cecilia Blandón de Castro  
VICE-DECANA**

**Maestro Alfonso Mejía Rosales  
SECRETARIO**

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

**Licenciado Roberto Antonio Maza Eméstica  
DIRECTOR**

**Maestro Yupiltsinca Rosales Castro  
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

**Licenciada Gladis Magdalena Reynosa  
DOCENTE DIRECTOR**

### Agradecimientos

A Jah Todopoderoso por bendecirme Y permitir terminar mi carrera además por darme fuerza para superar las pruebas que encontré en el transcurso de esta etapa de mi vida.

A mis amados padres, Esteban De la Cruz y María Catalina de De la Cruz, quienes me dieron la oportunidad de estudiar y porqué me apoyan en cada momento de mi vida, por sus consejos sus valores, por la motivación constante y todo su amor.

A mis hermanos Lorena, Rodrigo, Laura, Esteban y César que siempre están apoyándome y ayudándome siempre que los necesito.

A Mirian Delgado y Diana Ventura porque me apoyaron en distintas etapas de mi vida académica.

A los amigos con los cuales compartí a lo largo de la carrera y con los cuales pasamos buenos y malos momento, con lo cual este espacio resulta insuficiente para nombrarlos, Douglas Ponce, Emmanuel Massana, Patricia Rivera, Marvin Recinos, Josué Segovia, Raymundo Solano, Félix Mejía y todos los Palumbas, gracias por su amistad y su apoyo.

A mi Compañero de Tesis, Rigoberto Bolaños por compartir el último esfuerzo para culminar mi carrera y por compartir su amistad sincera.

A todos los catedráticos del Departamento de Periodismo, especialmente a la Licda. Gladis Reynosa por brindarnos su conocimiento para realizar esta investigación.

Alfonso Ernesto De la Cruz Pérez

## Agradecimientos

A Dios todo poderoso por darme la gran bendición, la sabiduría y salud para culminar mi carrera después de un largo pero largo camino, y permitirme cumplir uno de mis sueños en la vida que es graduarme de periodista.

A mi madre María Luz Pineda y mi padre Israel Bolaños, por brindarme siempre su apoyo incondicional a lo largo de la carrera y de mi vida, por darme ánimos a seguir y no decaer por decirme siempre “Hijo usted puede no se detenga, usted lograra siempre lo que se proponga” Los amo a los dos.

A mi hermano Ofni, por apoyarme siempre y brindarme el aliento necesario para seguir y culminar mi carrera, por decirme “Estudia prepárate, no quiero que trabajes, termina la carrera y si quieres pisto yo te doy solo tenés que pedirme”. Gracias hermano.

A mi hermana Bessy, a mi cuñada Ana por darme apoyo e incentivar me a terminar este logro, a mi sobrina Melany Gissel por darme palabras de apoyo por decirme “Tío no sea haragán termine el trabajo”.

A mi novia y futura esposa Alicia Navarro, por apoyarme, por darme palabras de aliento y por estar siempre a mi lado en las buenas y en las malas desde que la conocí, has sido uno de los pilares fundamentales de mi vida y un gran apoyo para lograr terminar la carrera gracias. Te amo Aly.

A mis amigos, a los que considero mis hermanos William Cevallos, Johnny Coto, Mario Aquino, Juan Magarin, Josué Grande, Oscar Ramos, Jaime Vidal, Fidel López, Antonio Castellón, Álvaro López, Tito, gracias por apoyarme a lo largo de la carrera y por todas las vivencias y aventuras que pasamos juntos y sobretodo por enseñarme muchas cosas de la universidad que no conocía gracias, los llevo en mi corazón.

A mis amigas Melady Burgos, Cecilia León, Laura Córdova, Doris Chicas, Claudia Berrios, Sandra Ayala, Krissia Celis, gracias por brindarme su amistad y por pasar momentos inolvidables con ustedes y por apoyarme a lo largo de la carrera, gracias.

A mi compañero de Tesis, Alfonso de la Cruz, por apoyarme y por compartir conmigo este proyecto y la culminación de este sueño y sobretodo por brindarme su amistad sincera bendiciones.

A la Licda. Gladys Reynosa, por apoyarme y siempre corregirme por decirme “Rigo termine el trabajo ya poco le falta” gracias por darme aliento para culminar este proyecto, y gracias a todo el personal docente del Departamento de Periodismo por brindarme sus conocimientos y aguantarme durante 7 años gracias.

Gracias a todos por su apoyo, que Dios los bendiga.

Edgardo Rigoberto Bolaños Pineda

**ÍNDICE**

| <b>CONTENIDOS</b>                                 | <b>N° PAGÍNA</b> |
|---|------------------|
| <b>INTRODUCCIÓN</b>                               |                  |
| vi  |                  |
| <b>1. DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO</b>        | <b>9</b>         |
| <b>1.1 Planteamiento del problema</b>             |                  |
| <b>1.2 Delimitación del Tema</b>                  |                  |
| <b>1.3 Preguntas guías de la investigación</b>    |                  |
| <b>1.4 Tipo de investigación</b>                  |                  |
| <b>1.5 Justificación</b>                          |                  |
| <b>1.6 Objetivos de la investigación</b>          |                  |
| <b>2. METODOLOGIA</b>                             | <b>22</b>        |
| <b>2.1 Aproximación teórica</b>                   |                  |
| <b>2.2 Carácter de la investigación</b>           |                  |
| <b>2.3 Definición de la muestra</b>               |                  |
| <b>2.4 Técnica de generación de información</b>   |                  |
| <b>2.5 Sistema de Conceptos</b>                   |                  |
| <b>3. EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS</b> | <b>39</b>        |
| <b>4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>          | <b>47</b>        |
| <b>4.1 Conclusiones</b>                           |                  |
| <b>4.2 Recomendaciones</b>                        |                  |
| <b>5. FUENTES CONSULTADAS</b>                     | <b>51</b>        |

## INTRODUCCIÓN

Los avances en tecnología cada vez son más amplios, a nivel mundial los ciudadanos se acoplan y hacen uso de lo nuevo, de lo moderno y eso conlleva a un consumo y a una apropiación de los productos que salen al mercado.

La Informática y específicamente el Internet, cada día sorprenden más a las audiencias, porque proporciona muchas opciones, desde buscar información y entretenerse hasta enterarse sobre los hechos más importantes de una manera rápida.

Hoy en día, con el auge de las nuevas tecnologías y especialmente el Internet, han surgido nuevos espacios de socialización entre las personas, a los cuales se les ha denominado redes sociales.

Existen diferentes tipos de redes sociales, entre ellas Twitter, Myspace, entre otras, pero la que más demanda de usuarios tiene hasta el momento es Facebook, la cual según la Agencia de Noticias NOTIMEX, tenía al cierre de 2012 1,000 millones de usuarios a nivel mundial y un aumento

En nuestro país, se encuentran contabilizados alrededor de 1 millón de usuarios de esta plataforma (El Diario de Hoy), de los cuales la mayoría de miembros son personas entre 18 y 24 años de edad.

Pero, no solo las personas utilizan dicha red social, en la actualidad, los medios de comunicación nacionales como internacionales, así como también instituciones públicas y privadas recurren a Facebook para informar a la población, ya sea sobre hechos noticiosos u ofrecer los servicios que prestan.

Resulta interesante conocer cómo las redes sociales y especialmente Facebook influye en los procesos comunicativos actuales, ya sea individual como mediáticamente, si forma parte de los mismos o si puede considerarse como un medio de comunicación social.

Este contexto del auge de las redes sociales hace pensar sobre la importancia y el lugar que pueden llegar a tomar en los sistemas comunicativos a futuro, como medio de comunicación o como parte de ellos.

Pero ese mismo futuro está ligado al uso que el usuario le dé a las redes sociales, por lo tanto es necesario comprender esa apropiación para poder hacer una predicción con fundamentos sobre la posición que puede llegar a alcanzar en ese ámbito.

Entre los usuarios que utilizan el Facebook están los estudiantes de la Licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador y los de la Licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad Tecnológica, pero vale la pena preguntar ¿Por qué utilizan dicha red social y no otra? ¿Qué usos le dan? A continuación se da respuesta a dichas preguntas con la exposición del contenido del documento.

El trabajo consta de cinco capítulos: Definición del objeto de estudio, Definición de la metodología, Exposición y análisis de los resultados, Conclusiones y recomendaciones y Fuentes consultadas, en los que se desarrolla la temática sobre las redes sociales, principalmente centrado en el uso que hacen de la red social Facebook los estudiantes de las universidades y carreras mencionadas.

En el primer capítulo se define qué es lo que se investigó, hasta donde abarcó la investigación, junto con el enfoque y los lineamientos que se adoptaron para realizar el trabajo, contiene también las razones del por qué se realizó y la finalidad del mismo.



El segundo capítulo contiene toda la teoría encontrada y relacionada con las redes sociales, los estudios culturales, y el enfoque que posee la investigación; asimismo incluye la técnica con la que se abordó el fenómeno, los instrumentos que se utilizaron para recolectar la información y cuál fue el campo donde se aplicó el mismo; también comprende los conceptos afines a la investigación.

El tercer capítulo muestra los resultados obtenidos con la aplicación del instrumento de recolección de datos y su respectivo análisis sistemático de acuerdo a los lineamientos establecidos en el capítulo anterior.

En el cuarto capítulo se presentan las conclusiones a las que llegó el grupo de trabajo, luego de haber realizado el respectivo análisis; de la misma forma se exponen las recomendaciones y a quienes van dirigidas.

El quinto capítulo reúne las fuentes bibliográficas que fueron utilizadas para realizar la investigación.

## I. DEFINICION DEL OBJETO DE ESTUDIO

### 1.1 Planteamiento del objeto de estudio

Los avances en tecnología a lo largo de la historia son cada vez más determinantes, desde la calculadora al computador, diversos han sido los adelantos creados en el siglo XX, pero es en los inicios del siglo XXI que la producción tecnológica ha alcanzado grandes niveles al grado de llamársele la sociedad de la información, por lo tanto la sociedad ha cambiado su estructura, convirtiéndola como dice Castells (2001:305): *“Una nueva estructura social, la sociedad red. Se está estableciendo en todo el planeta, en formas diversas y con consecuencias bastante diferentes para la vida de las personas, según su historia, cultura e instituciones y sentido de su vida”*.

La informática y específicamente el Internet ha revolucionado las comunicaciones (CASTELLS,200:15), dentro de ellas se han creado espacios donde las personas pueden intercambiar información e interactuar con otras, las redes sociales son nuevos espacios de socialización y muchas personas ya no consumen los medios de comunicación tradicionales, sino que se informan a través de las redes sociales y con lo que amigos suben a la red, es tanto el apogeo de estos espacios en Internet que hasta los medios de comunicación más importantes del mundo suben la información diaria a dichas redes para hacer más fácil a los usuarios el acceso a la información.

Internet se originó de un plan ideado en la década de 1960 por el Servicio de Proyectos de Investigación Avanzada del Departamento de Defensa estadounidense (Advanced Research Projects Agency, el mítico DARPA), para evitar la toma o destrucción soviética de las comunicaciones estadounidenses en caso de guerra nuclear.

En cierta medida, fue el equivalente electrónico de las tácticas maoístas de dispersión de las fuerzas de guerrilla en torno a un vasto territorio para oponerse al poder

de un enemigo con versatilidad y conocimiento del terreno. El resultado fue una arquitectura de red que como querían sus inventores, no podía ser controlada desde ningún centro, compuesta por miles de redes informáticas autónomas que tienen modos innumerables de conectarse, sorteando las barreras electrónicas. ARPANET la red establecida por el Departamento de Defensa estadounidense, acabó convirtiéndose en la base de una red de comunicación global y horizontal de miles de redes (desde luego, limitada a una elite informática instruida de cerca de 20 millones de usuarios a mediados de la década de 1990, pero cuyo crecimiento es exponencial), de la que se han apropiado individuos y grupos de todo el mundo para toda clase de propósitos, bastante alejados de las preocupaciones que se tenían en tiempos de la guerra fría, cuando fue creada(CASTELLS, 1994:5).

A partir de la creación de Internet en 1969 y luego con su apertura al ámbito comercial en 1994, la red se ha convertido en una vía de comercio y de comunicación a nivel mundial y debe su constante expansión a que es una red basada en fondos gubernamentales de cada país que forma parte de Internet y proporciona un servicio relativamente de bajo costo.

Como una forma de comunicación surgen el correo electrónico, los servicios de mensajería instantánea y luego aparecen las redes sociales, las cuales han tenido un auge especialmente entre la población joven, por lo que se adoptó como objeto de estudio para la investigación.

Las redes sociales son ahora espacios de interacción como lo eran en su tiempo las plazas, los barrios, los medios de comunicación tradicionales, llámense radio, periódico, televisión, revistas, los cuales han sido desplazados a un segundo plano y la conforman millones de usuarios de todo el mundo. Claro ejemplo de este fenómeno es la plataforma Facebook que actualmente cuenta con más de 900 millones de usuarios (Facebook) quienes a través de ella comparten millones de comentarios y fotografías al día.

Al consumir las redes sociales como medios de comunicación se da una interacción y socialización entre el medio y los usuarios (SUNKEL, 1991:21), además entre usuario y usuario intercambiando información

Cuando se dice que las redes sociales son espacios de interacción también son lugares de consumo cultural, porque hoy en día millones de personas tiene una página en Facebook (GARCIA: 2007,5) por lo tanto están haciendo una apropiación de dicho producto cultural, según la definición de Canclini (GARCIA, 2007:5) y por lo tanto un consumo cultural y un uso de dicha red social.

Además estos espacios son utilizados para socializar dentro del sector juvenil, “los nuevos procesos de socialización de lo juvenil se construyen desde espacios hoy por hoy centrales en la vida cultural, como son los massmediaticos (INDUNI, 2001: 20).

En cierta manera los contenidos de los massmedia convencionales no están creados para la juventud, se cuenta con pocos espacios dentro de sus agendas, además que sus contenidos no están adecuados para ser consumidos por ellos, en consecuencia son poco consumidos por este sector.

El objeto de estudio ha estado orientado a analizar el uso y el proceso de recepción que los estudiantes de Periodismo de la UES y los estudiantes de Relaciones Publicas y Comunicación de la Universidad Tecnológica hacen de las nuevas tecnologías, especialmente del internet, y específicamente el Facebook.

Al respecto de los trabajos de investigación que pueden ser considerados como antecesores de la investigación se ha concluido que no existen abordajes del objeto de estudio: “Los usos que le dan los estudiantes del Departamento de Periodismo de la UES

y la Licenciatura en Periodismo de la Universidad Tecnológica a la red social Facebook”.

En la web se pueden encontrar muchos artículos relacionados con este fenómeno, uno de ellos es: “Análisis sobre el uso de Facebook según medios Electrónicos en México”, elaborado por la Mtra. Lidia A. García Gonzales de la Universidad Iberoamericana Campus León, el trabajo en línea en el cual aborda el tema de una forma cuantitativa de las notas periodísticas, la cual hemos retomado como referencia estadística por que proporcionó datos estadísticos importantes, se encuentran otros pero no todos son investigaciones desde el marco científico.

En el ámbito nacional existen trabajos relacionados indirectamente con el objeto de estudio en la Biblioteca de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la UES se pudo encontrar trabajos como las investigación: “Uso del Internet como herramienta de formación periodística en estudiantes de la Carrera de Periodismo de la Universidad de El Salvador”, el cual fue elaborado por Liliana Marcel Andrade García, Iris Ivette Cabezas Gutiérrez y Juan José Portillo Gálvez, para optar al grado de Licenciatura en Periodismo de la UES , dicha investigación aborda el tema del Internet desde una perspectiva cualitativa y como es usada por los estudiantes de Periodismo, si es usada para entretenerse o para su formación académica, por lo tanto la hemos tomado como referencia con respecto al abordaje que hace sobre él, la recepción y en una investigación, a pesar que presenta vacios en la metodología.

En cuanto al objeto de estudio propiamente dicho no se encontró un precedente teórico sobre la red social Facebook, en materia de investigaciones sobre la recepción de este nuevo medio (aunque no esté reconocido como tal propiamente dicho).

La red social Facebook es una página web que alberga una comunidad virtual, nació en 2004 como un hobby de Mark Zuckerberg, en aquél momento estudiante de Harvard, y como un servicio para los estudiantes de su universidad. Luego se abrió para agregar a

otros estudiantes de otras universidades, rápidamente se expandió al grado que luego de un año de estar abierta a todas las personas ya tenía un millón de usuarios, en febrero de 2007 tenía 19 millones de miembros alrededor del mundo, debido a que originalmente solo fue publicado en inglés, en 2008 lanzó su versión en francés, alemán y español para impulsar su expansión fuera de Estados Unidos.

Actualmente Facebook cuenta con más de mil millones de usuarios activos a nivel mundial, en el país se encuentran contabilizados alrededor de 1.4 millones de usuarios de esta plataforma de los cuales la mayoría de miembros son personas entre 18 y 24 años de edad.

Entonces si a nivel mundial existen millones de usuarios, existen una gran cantidad de usos, por lo tanto es necesario establecer los usos que las personas hacen del Facebook como medio de comunicación social, específicamente los estudiantes del Departamento de Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la Licenciatura en Relaciones Publicas y Comunicaciones de la Universidad Tecnológica

Esta investigación pretendió ser una aproximación teórica cualitativa para poder entender el fenómeno del por qué los jóvenes del Departamento de Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la Licenciatura en Relaciones Publicas y Comunicación de la Universidad Tecnológica hacen un determinado uso de las redes sociales, específicamente la red social Facebook.

Por lo cual cabe la interrogante:

***¿Cuáles son los usos que los estudiantes del Departamento de Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la carrera Relaciones Públicas y comunicaciones de la Universidad Tecnológica hacen de la red social Facebook?***

## **1.2 Delimitación del tema**

### **Delimitación espacio temporal**

El fenómeno de las redes sociales ha tomado auge en los últimos años, desde redes sociales como Hi5, Sónico, Badoo, etc. hasta el surgimiento de Facebook que inicio como una red social universitaria hasta llegar a tener más de 900 millones de usuarios. En cada país, año con año la cantidad de personas que pasan a formar parte de esta red social aumenta y El Salvador no es la excepción.

Un estudio realizado por la empresa de Marketing Analitika ([www.analitika.com.sv](http://www.analitika.com.sv)) reveló que la totalidad de los entrevistados conocía la red social Facebook, por lo tanto la posicionaba como la primera, para los salvadoreños y sobre todo para las personas nacidas entre los años 1980 y 2000 y establece que la mayoría de usuarios tienen edades entre los 18 y 34 años.

Bajo esta circunstancia Facebook posee mayor cantidad de usuarios, lo que dio un mayor campo de acción a la investigación y facilitó el estudio de los usos que hacen los estudiantes, esto porque en el ámbito universitario las edades oscilan entre los 18 y 30 años, y esta diversidad permitió tener mayores perspectivas del fenómeno

La investigación se llevó a cabo con estudiantes de cada nivel del Departamento de Periodismo de la Universidad de El Salvador y La Escuela de Comunicaciones de la Universidad Tecnológica en el Municipio de San Salvador, Departamento de San Salvador y se desarrolló en un periodo de 6 meses, de una forma lineal y sincrónica.

### **1.3 Preguntas guías de la investigación**

- ¿Qué usos le dan los estudiantes a la red social Facebook a partir de su apreciación cultural?
- ¿Se utiliza la red social Facebook como un medio de comunicación social?
- ¿Cuáles son las características que los estudiantes toman en cuenta al momento de hacer uso de la red social Facebook?
- ¿El uso que le dan los estudiantes puede convertir a la red social en un medio de comunicación social?



#### **1.4 Tipo de investigación.**

La problemática se abordó desde un carácter cualitativo, porque se buscó conocer sobre los usos que los estudiantes de Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la carrera de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la Universidad Tecnológica hacen de la red social Facebook como medio de comunicación social a partir de su construcción cultural.

“El método cualitativo se basa en un acontecimiento real, en el descubrimiento de que el mundo social es un mundo construido con significados y símbolos, lo que implica la búsqueda de la construcción de dichos significados”. (RUIZ, 1989:30), partiendo de este planteamiento las redes sociales son un fenómeno que forma parte de ese mundo social de la realidad, por lo tanto como fenómeno, Facebook pudo ser estudiado desde la perspectiva cualitativa, en el cual se extrajeron los datos por medio de un muestreo cualitativo que permitió focalizar y hacer un análisis más adecuado para el tipo de investigación que se realizó, y luego con los resultados obtenidos se ejecutó un trabajo de tipo etnográfico para poder descubrir que lleva a darle un determinado uso a la red social.

Dicho método tiene como objetivo principal describir las cualidades de un acontecimiento, por lo que no es cuantificable y por lo tanto el fenómeno no pudo ser analizado desde una metodología cuantitativa, porque el objetivo principal estuvo orientado a descubrir los usos que los estudiantes de ambas carreras universitarias le dan a la red social Facebook desde la construcción cultural de cada uno, por lo tanto este aspecto no se logró ser cuantificado por ser un elemento subjetivo y fue variable en cada sujeto.

Lo anterior dio paso a que la investigación se realizara desde el campo etnográfico, por que se tomó en cuenta la cultura en la construcción de ese espacio intangible como lo

son las redes sociales, “La etnografía desagrega lo cultural en objetos más específicos, tales como la caracterización e interpretación de pautas de socialización, la construcción de valores, el desarrollo y las expresiones de la competencia cultural, el desarrollo y la comprensión de las reglas de interacción, entre otros”(SANDOVAL,1996:61)

Además la Etnografía posee características tales como: “Su holismo, su contextualización y su reflexividad. La etnografía siempre está orientada por el concepto de cultura y tiende de manera generalizada a desarrollar conceptos y a comprender las acciones humanas desde un punto de vista interno. Un etnógrafo, en esa perspectiva, trata de hallar respuestas a preguntas como la siguiente: ¿En qué formas los miembros de una comunidad construyen activamente su mundo?” (SANDOVAL, 1996:61).

La Etnografía permitió analizar las acciones humanas – en este caso el uso de la red social Facebook - orientadas por el concepto de cultura y desde una perspectiva interna del fenómeno, es decir que se estudió la forma en que los estudiantes realizan la construcción de la realidad desde la misma actividad social, por eso cuando el autor dice “punto de vista interno” se refiere a que se hace necesario conocer la perspectiva de los actores, en este caso los estudiantes de las carreras mencionadas, lo que permitió conocer y entender las razones del por que se realizan los determinados usos a la red social.

La Etnografía como forma de investigación social contiene los siguientes rasgos (ATKINSON Y HAMMERSLEY, 1994:248)

- ❖ Un fuerte énfasis en la exploración de la naturaleza particular de los fenómenos sociales, más que en llevar a cabo pruebas de hipótesis acerca de ellos.
- ❖ Una tendencia a trabajar primariamente con datos “inestructurados”, esto es, datos que no se han codificado de manera previa a su recolección en un conjunto de categorías analíticas cerradas.

- ❖ Una investigación de un número pequeño de casos, a veces solo un caso, en detalle.
- ❖ Un análisis de datos que involucra la interpretación explícita de los significados y funciones de las acciones humanas, producto que toma la forma de descripciones y explicaciones verbales principalmente, con un rol de la cuantificación y el análisis subordinado al máximo.

La investigación posee las características anteriores, porque en primer lugar busca explicar el porqué se le da ciertos usos a la red social Facebook más que comprobarlos, así mismo los datos no pertenecen a ninguna categoría establecida por otras investigaciones por la misma naturaleza pues no se han encontrado investigaciones al respecto del tema, por otro lado la muestra a estudiar es representativa y no es amplia, y por último se basa en las razones del por qué se usa de una determinada manera la citada red social, por lo tanto la se enmarca en el campo de la investigación etnográfica.

## **1.5 Justificación de la investigación**

La investigación intentó mostrar la importancia que han tomado las redes sociales como un medio de comunicación para la sociedad, el sector juvenil y en especial para los estudiantes de Periodismo de La Universidad de El Salvador (UES), La Universidad Tecnológica y estudiantes de otras Universidades para que la identifiquen como herramienta para su formación académica y profesional.

Además, trata de ser un antecedente teórico para futuras investigaciones dentro del Departamento de Periodismo porque aborda el tema de las redes sociales, ya que es un fenómeno relativamente nuevo, el estudio se convierte en una fuente de consulta que puede incorporarse a bibliotecas o centros de documentación de la UES porque ofrecerá información sobre el uso de Facebook, por lo que sus resultados podrán servir para futuros trabajos, así como para ser tomados como fuentes de consulta en artículos, notas periodísticas y reportajes relacionados con el tema.

Por el auge que en este momento tienen las redes sociales, es importante, porque trata de revelar la presencia juvenil en dicho espacio, para tomarlo en cuenta al momento de utilizarlo como medio de comunicación o publicitario, que ofrezca un panorama del estado actual de los usuarios de dicha red social.

De este modo, Facebook se ha convertido en un elemento muy importante en el diario vivir de los jóvenes, porque por medio de este se comunican, ya no se utiliza mucho los mensajes de texto telefónicos, hoy en día se utilizan más los mensajes electrónicos vía Facebook.

En la actualidad Facebook tiene tanto auge que en El Salvador ya son más de 1,400,000 usuarios de esta red social, de los cuales la mayoría de miembros son personas entre 18 y 24 años de edad, aunque personas de mayor edad también lo utilizan.

Es importante por ello establecer una noción si Facebook puede ser utilizado como instrumento de comunicación social entre los usuarios, ya sea para enviarse información de trabajo, de tareas o simplemente para interactuar con los amigos.

Por otra parte, con la investigación se pretendió mostrar a la comunidad docente del Departamento de Periodismo de la UES y de la Universidad Tecnológica así como al sector docente en general, la cantidad de alumnos que utilizan la red social Facebook, para que pueda ser tomada en cuenta y mostrar su viabilidad como herramienta pedagógica de comunicación e información para los alumnos de todas las cátedras que se imparten en ambas universidades.

## **1.6 Objetivos de la Investigación**

### **GENERALES**

- Analizar los usos que los estudiantes del Departamento de Periodismo y la Universidad Tecnológica le dan a red social Facebook.

### **ESPECÍFICOS**

- Detallar los usos que los estudiantes del Departamento de Periodismo y la Universidad Tecnológica le dan a la red social Facebook.
- Comparar los usos que los estudiantes de la Universidad de El Salvador y la Universidad Tecnológica hacen de la red social Facebook
- Caracterizar las razones de por qué le dan un determinado uso frente a otras redes sociales.
- Determinar si los estudiantes del Departamento de Periodismo y la Universidad Tecnológica utilizan la red social Facebook como un medio de comunicación social.

## II. METODOLOGÍA

### 2.1 Aproximación teórica

El proceso comunicativo está compuesto por tres elementos básicos: Emisor (El productor), Mensaje (Oferta) y Recepción (Consumidor), de acuerdo al planteamiento el objeto de estudio está ubicado en el tercer elemento, es decir en la recepción, (Específicamente en la recepción de nuevas tecnologías), la cual por tradición se ha investigado como un proceso lineal y mecánico de producción-transmisión-recepción.

Existen teorías latinoamericanas que han determinado que el proceso no es así de simple, debido a que no hay una relación directa entre los componentes de la comunicación, sino que se ve mediada y, según Barbero la principal mediadora es la Cultura a través de diversas expresiones (OROZCO, 2002:26). En el caso de las nuevas tecnologías y en especial el Internet y las redes sociales, éstas no tienen un uso pre-determinado más bien es el usuario el encargado de decidir el contenido del mensaje, en qué momento, por qué lo publicará, a quien o quienes irá dirigido y en todo este proceso está presente la Cultura. Cuando se realiza un consumo de Bienes Culturales debe dársele un uso a esos bienes, así es como al haber un consumo de las nuevas tecnologías como bienes culturales existe el uso de dichos bienes.

Como la Cultura no es algo que se pueda medir a través de métodos y herramientas estadísticas y debido a la naturaleza de la investigación, el modelo que se utilizó para la investigación es el Paradigma Interaccionista Simbólico, el cual atribuye una importancia primordial a los significados sociales que las personas asignan al mundo que las rodea. Blumer (1969:201) afirma que el interaccionismo simbólico reposa sobre tres premisas básicas. La primera es que las personas actúan respecto de las cosas, e incluso respecto a las otras personas sobre la base de los significados que estas cosas tienen para ellas. De modo que las personas no responden simplemente a estímulos o

exteriorizan guiones culturales. Es el significado lo que determina la acción, es decir la imagen que se construye el individuo.

La segunda premisa de Blumer dice que los significados son productos sociales que surgen durante la interacción “El significado que tiene una cosa para una persona se desarrolla a partir de los modos en que otras personas actúan con respecto a ella en lo que concierne a la cosa de que se trata” (TAYLOR, 1987: 24) Una persona aprende de las otras personas a ver el mundo.

La tercera premisa fundamental del interaccionismo simbólico, según Blumer es que los actores sociales asignan significados a situaciones, a otras personas, a las cosas y así mismos, a través de un proceso de interpretación (TAYLOR, 1987:24,25)

El proceso de interpretación actúa como intermediario entre los significados o predisposiciones a actuar de cierto modo y la acción misma. Las personas están constantemente interpretando y definiendo a medida que pasan a través de situaciones diferentes.

Por lo tanto, provee herramientas que permiten analizar los valores y las significaciones vividas para poder comprender el proceso que se da en el fenómeno de los usos que se hace de las redes sociales y la interacción misma de los actores sociales con su realidad y la que se da entre los significados que llevan a los usuarios a utilizar la red social Facebook.

En el marco de este paradigma estuvo inmersa la aproximación teórica de la investigación, por lo se intentó ver la comunicación desde lo cultural y para ello el objeto de estudio fue investigado a partir de la Teoría del Consumo Cultural, que da instrumentos para realizar diversas lecturas.

Desde esta teoría se puede ver la recepción de las nuevas tecnologías, como lo explica Barbero, desde distintas lógicas de uso, ya no desde los *Habitus de clase*



(BARBERO,1993:240) (*que* tiene como base la diferencia social de clase,), brinda la oportunidad de estudiar la recepción de las Nuevas Tecnologías a partir de nuevas tipologías, no solo el uso que hacen de los medios a partir de la clase a la que pertenecen, sino, que también puede hacerse una lectura topográfica es decir desde el lugar que utilizan las Nuevas Tecnologías, su casa , Ciber Cafés, o con su laptop dentro de un Centro Comercial, así mismo se puede trazar una tipología social de los tiempos: cuánto tiempo pasan frente a la pantalla del computador, “puede observarse una gama de usos que no tienen que ver únicamente con la cantidad de tiempo dedicado, sino con el tipo de tiempo, con el significado social de ese tiempo y con el tipo de demanda que hacen de ese medio”(BARBERO,1993:240).

Haber aplicado estas lógicas ayudará a delimitar y determinar las variedades de usos y apropiación que los estudiantes hacen de la plataforma Facebook, tomándola como un producto cultural que ha pasado a formar parte de la cotidianidad de la vida.

Cuando se hace un uso tiene que haber una apropiación, pero cuando esto sucede no quiere decir que el receptor y en este caso el usuario no consume de una forma mecánica el medio o el mensaje, sino que existe una mediación. BARBERO (1993:232) “propone tres lugares de mediación que constituyen a su vez los operadores de apropiación y lectura: la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural, y es en esta ultima donde se encuentra centrada la investigación, que quiere decir la lectura que se hace de un producto cultural a partir de su puesta en historia o el bagaje cultural de cada individuo, aunque en su libro Barbero se refiera a la televisión, sirve como referencia para la investigación porque se trata de la misma dinámica.

### **Recepción de Nuevas Tecnologías**

En lo que trata de recepción de medios y en especial de nuevas tecnologías, estas han producido una nueva dinámica en el proceso de la comunicación, porque desde la

aparición del Internet y sus plataformas- ya sea chat, blogs o redes sociales- que se han denominado *Web 2.0* el cual hace alusión a una nueva forma de concebir la red en la que la participación de los usuarios es imprescindible, según Mónica Guzmán en su ponencia “Participando en la Comunicación Digital” este concepto suele compararse con el de Web 1.0, con el que se le denomina a las páginas de internet estáticas en las que el concepto de participación no existe es decir que permite una retroalimentación y en la que todos los receptores pueden ser también partícipes de la información

Específicamente en la recepción de nuevas tecnologías como lo es el internet y la redes sociales usada por estudiantes universitarios, los cuales se encuentran dentro del sector juvenil.

Ante esta situación se hace imprescindible establecer la dinámica de usos creada bajo este fenómeno, que por su naturaleza es distinta a los medios de comunicación de masas existentes, porque existe diferencia desde el momento y el lugar donde se realiza el consumo hasta el momento en que se da la apropiación de un producto cultural.

Frente a lo que Manuel Castells llama “Cultura Comunitaria Virtual” que posee una dimensión social, al hacer internet un medio de interacción social selectiva y de pertenecía simbólica,

## **2.2 Carácter de la investigación**

La investigación que se realizó es de carácter cualitativo, el mundo social es un mundo construido en base a significados y símbolos, por lo tanto se da la búsqueda de la construcción de esos significados.

La técnica cualitativa cubre una serie de técnicas interpretativas que pretende describir, decodificar, traducir y sintetizar el significado, no la frecuencia, de hechos que suceden más o menos naturalmente en el mundo social (RUIZ, 1989:30).

Se buscó dar respuesta al fenómeno social del uso que hacen los Estudiantes de la Universidad de El Salvador del Facebook, ya que en la actualidad el uso de esta red social ha cobrado una gran relevancia, tanto por sus usos como por las facilidades para obtener una cuenta para poder utilizarlo.

La técnica cualitativa es un estilo o modo de investigar los fenómenos sociales en el que se persiguen determinados objetivos para dar respuesta adecuada a problemas concretos a los que se enfrenta la investigación, y más concretamente a la investigación en el campo social y cultural .

Más que descubrir generalidades del objeto de estudio, lo que se buscó con la investigación es entender los usos y la recepción que los estudiantes de periodismo de la Universidad de El Salvador hacen del Facebook, es decir, si lo utilizan para realizar tareas, enviar información, conocer amigos o simplemente lo ven como una herramienta de distracción para pasar el tiempo.

### 2.3 Definición de la Muestra

La investigación tuvo un carácter cualitativo, porque se pretendió analizar los usos que hacen de la red social Facebook los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la carrera de comunicaciones de la Universidad Tecnológica.

El universo de esta investigación se conformó por los estudiantes inscritos en la Licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la Licenciatura en Relaciones Públicas y Comunicaciones de la Universidad Tecnológica.

Para seleccionar la muestra en el trabajo se tomó en cuenta la teoría de Ruiz Olabuenaga *“Los análisis cualitativos, por lo general, estudian un individuo o una situación, unos pocos individuos o unas reducidas situaciones. Mientras que el estudio cuantitativo pretende generalizar algún aspecto, aunque sea éste marginal, el cualitativo pretende más bien profundizar en ese mismo aspecto, aunque lo que ocurre en este caso concreto no sea fácilmente generalizable a otros casos similares”*

Además la investigación estuvo en el marco del **“Muestreo de Casos Homogéneos”** que busca describir algún subgrupo en profundidad. Es la estrategia empleada para la conformación de grupos focales. El punto de referencia más común para elegir los participantes de un grupo focal es que estos posean algún tipo de experiencia común en relación con el núcleo temático al que apunta la investigación. (QUINTANA y MONTGOMERY, 2006:57) por lo tanto el referente común fue la red social Facebook

## 2.4 Técnica de generación de información

Para la recolección de datos se utilizó la técnica de los grupos focales, la cual es parte del análisis cualitativo que opera en dos dimensiones y de forma circular, ya que no sólo se observan y graban los datos, sino que se entabla un diálogo permanente entre el observador y lo observado, entre inducción (datos) y deducción (hipótesis), al que acompaña una reflexión analítica permanente entre lo que se capta del exterior y lo que se busca cuando se vuelve, después de cierta reflexión, de nuevo al campo de trabajo (RUIZ, 1989:16).

Como el uso del Facebook es un fenómeno cultural, por lo tanto se estudió desde un análisis fenomenológico y se intentó explicar desde la Etnometodología, (RUIZ, 1989:51) *“la investigación (logia) de los métodos (método) que la gente (etno) utiliza para dar sentido y, al mismo tiempo, lograr la comunicación, la toma de decisiones, la racionalidad y la acción en la vida cotidiana”*.

El grupo focal estuvo compuesto por 5 estudiantes de la Licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador y 5 de la Licenciatura en Comunicaciones de la Universidad Tecnológica.

Los perfiles de cada estudiante de las universidades para el grupo focal en esta investigación fueron:

- ✓ Nivel socioeconómico medio
- ✓ Record académico bueno
- ✓ 5 estudiantes de la carrera Licenciatura en Periodismos de la UES y 5 estudiantes de la carrera Licenciatura en Relaciones Publicas y Comunicaciones de la UTEC, para tener un equilibrio entre los dos centros de educación superior.
- ✓ 5 personas del sexo femenino y 5 personas del sexo masculino lo que proporcionara igualdad de género.

- ✓ Debieron tener las siguientes características:
  - Ser estudiante activo ya sea de las carreras de Licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador o de la Licenciatura en Relaciones Públicas y Comunicaciones de la Universidad Tecnológica.
  - El rango de la edad será desde los 18 años hasta los 30 años
  - Tener una cuenta activa en la red social Facebook y revisarla por lo menos una vez al día.
- ✓ Las edades de todos los estudiantes seleccionados abarcó de los 18 a 30 años.
- ✓ 3 mujeres y 2 hombres de la carrera Licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador.
- ✓ 2 mujeres y 3 hombres de la carrera Licenciatura en Relaciones Públicas y Comunicaciones de la Universidad Tecnológica.
- ✓ 1 estudiante por cada año de la carrera en ambas universidades, es decir 1 estudiante de primer año, 1 de segundo año, 1 de tercer año, 1 de cuarto año y uno de 5 año.

El cuestionario para el grupo focal de forma general buscó encontrar la razón que les lleva a los estudiantes a utilizar de una manera específica el Facebook.

## 2.5 Sistema de Conceptos

Desde un punto de vista amplio la **Comunicación**, según el informe MacBride, es: “La actividad individual y colectiva de intercambio de hechos e ideas dentro de cualquier sistema social dado (MACBRIDE, 1980:35). Es decir la Comunicación es un flujo de ideas entre el emisor y receptor, este es un concepto genérico y simple para la comunicación.

Por otro lado la comunicación humana es un proceso histórico, simbólico e interactivo por el cual la realidad social es Producida, compartida, conservada controlada, y transformada. (GIFREU, 1991: 66-68),

En cambio las teorías informáticas ven a la comunicación: como un flujo dinámico de informaciones que atraviesa un canal para poner en contacto un emisor y un destinatario(MARTINEZ, 2006: 62)

Las definiciones según el informe MacBride y de Gifreu son útiles para la investigación porque están enfocadas en la producción de significados a partir del flujo de ideas que cada individuo de la sociedad posee. En el primero se ve desde el punto de vista ideológico, ve a la comunicación como una actividad, por otro lado la segunda definición presenta un elemento importante - que no lo tiene la de MacBride- el cual es el canal.

A partir de ambas definiciones se entiende a la Comunicación como: El intercambio de hechos e ideas entre un emisor y un receptor a través de un canal en el cual se da un flujo de información, que en el caso de la investigación los emisores y receptores son los usuarios y el canal o canales son la computadora, el internet y la red social

Un elemento importante de la comunicación es la **información**, que puede definirse como un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos a su manera, de modo que le sirvan para decidir qué acción

tomar.(URQUIZA, 2002:37), es decir que estos datos que la persona recibe del ambiente no los asimila automáticamente sino que los procesa de acuerdo a sus necesidades.

Técnicamente se dice que la información no consiste en el mero hecho de recibir los datos sino en servirnos de ellos para adoptar conductas concretas. En este sentido, dos sujetos tienen la misma información no cuando reciben los mismos datos sino cuando presentan el mismo modo de orientar su acción. Y cuando evocan en común el significado de su acción, se comunican la misma información. (URQUIZA, 2002:37), por lo tanto es necesario procesar los datos que se reciben para crear la información.

Con el desarrollo social y tecnológico surgen los medios de comunicación, entre estos: los periódicos, el cine y la televisión, pero con el surgimiento de las **nuevas tecnologías** (www.uclm.es) este término hace referencia a los últimos desarrollos tecnológicos y sus aplicaciones, (programas, procesos y aplicaciones) han surgido nuevos, entre ellos el internet.

Estas nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) han traído nuevos escenarios en los medios, dando origen a la sociedad de la información y globalización (MARTÍNEZ, 2006:62)

Parte importante de esa sociedad es el **Internet** el cual constituye la base tecnológica de la forma organizativa que caracteriza a la era de la información: la red. *“Las redes tienen extraordinarias ventajas como herramientas organizativas debido a su flexibilidad y adaptabilidad. Características fundamentales para sobrevivir y prosperar en un entorno que cambia a toda velocidad. Por eso se desarrollan las redes en todos los sectores económicos y sociales, funcionando mejor que las grandes empresas organizadas verticalmente y que las burocracias centralizadas. Y compitiendo favorablemente con ellas.* (CASTELLS, 2001: 15)



Y así sucede hoy por hoy alrededor del planeta y desde la antigüedad se crearon redes en distintos ámbitos que ayudaron a mejorar e incluso superaron la eficiencia de la actividad humana

Cuando las personas realizan cualquiera de las actividades anteriores realizan un uso, pero antes de hablar de usos se hace necesario diferenciarlo del término **Consumo**, partiendo “de la definición conductista (y naturalista) de consumo, en la cual se refiere al consumo como una simple relación entre necesidades y los bienes creados para satisfacerlas” (SUNKEL, 2006:24) bajo esta definición, se entiende que cuando se consume se hace para satisfacer una necesidad ya sea natural o creada, la cual es una perspectiva simplista.

Las personas tienen la necesidad de comunicarse y para satisfacer esa necesidad, existe el internet y las redes sociales y dada esta investigación se retoma la definición ampliada de consumo por Néstor García Canclini, definido como (GARCIA, 2006:80): “el conjunto de procesos socioculturales en que realizan la apropiación y los usos de los productos”, y este conjunto de procesos continúa Canclini se desarrolla en seis dimensiones interdependientes, como son:

1. *La función del consumo como lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y del capital*
2. *la función del consumo como lugar donde las clases y los sectores compiten por la apropiación del producto social.*
3. *La función del consumo en los procesos de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos*
4. *La función del consumo con sistema que integra y comunica a las clases y los sectores, esto es, los comportamientos de consumo que favorecen la sociabilidad.*
5. *La función del consumo como espacio donde se objetivan los deseos.*
6. *La función del consumo como proceso ritual donde se contiene el deseo que por naturaleza es errático, y diseminado.*

Si Canclini afirma que el consumo es un proceso sociocultural, es importante determinar la noción de **Cultura**, que según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) es: “todo el complejo de rasgos distintivos espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a una sociedad o grupo social.

Por consiguiente **Cultura** es todo el conjunto de expresiones particulares de un período o de un grupo humano que de alguna forma u otra se encargan de otorgarle un sentido a la existencia de cada persona que hace parte de un grupo”, es decir, todas las características desarrolladas por una colectividad que marcan las relaciones entre los miembros y sus actividades.

Así mismo Edward Burnett Taylor dice que “La Cultura, en sentido etnográfico amplio, es todo lo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridas por el hombre como miembro de la sociedad”, es por ello que Canclini se extiende hacia una nueva definición donde el concepto cultura no es estático y lo ve como un proceso: de producción, circulación y consumo de significados de la vida social, por lo tanto sostiene que la cultura como la explica Barbero es parte de las mediaciones en cuanto a la recepción de un medio y de la información, debido a que el significado que el receptor y en este caso el usuario le dé, estará relacionado con el cumulo de conocimiento adquirido a lo largo de toda su vida, como dice Barbero “*su puesta en historia*”.

También Clifford Geertz (1990:20) afirma que, se entiende al humano como un animal inserto en tramas de significación que el mismo ha tejido y por tanto, la cultura es esa tela que ha de ser interpretada: "La Cultura denota un esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas por medios con los cuales

los hombres comunican, perpetúan y desarrollan su conocimiento y sus actitudes frente a la vida ".

Es por tal razón que se entiende a la Cultura como toda actividad humana desde la forma en que nos sentamos a la mesa, hasta la forma del orden en que tomamos los alimentos y el significado producido por un individuo será el resultado de la mediación, en otras palabras la cultura es una relación compleja y completa del mundo con la experiencia individual y colectiva de un sujeto con el entorno.

Es así como, la cultura nos provee de unas formas específicas de ver el mundo y unas estructuras cognitivas particulares a través de las cuales establecemos los mecanismos de interpretación del mundo que nos permiten comprender los fenómenos que en él nos afectan (entre ellos el más importante, el conocimiento y ajuste al entorno social) y el aprendizaje de las estrategias para explicarlos y racionalizarlos.

De ahí que se debe de tomarse en cuenta a la Cultura ya que las necesidades y los bienes para el receptor pasan a tener nuevas definiciones alejadas de las concepciones naturalistas, (GARCIA, 2006,79) y **las Necesidades** surgen en sus diversa presentaciones culturales como resultado de la interiorización de determinaciones de la sociedad y la elaboración psicosocial de los deseos, esas necesidades hacen que vean lo adquirido a lo largo de su vida

**Los Bienes Culturales,:** *"En materia de Cultura la manera de adquirir se perpetúa en lo que es adquirido bajo la forma de una cierta manera de usarlo, el modo de adquisición expresa en sí mismo las relaciones objetivas entre las características sociales de aquel que adquiere y la cualidad social de lo adquirido"* (BARBERO, 1993:9)

En otras palabras, los bienes cambian el valor natural por un valor simbólico a partir de la cultura, por ejemplo, la necesidad de usar zapatos cambia desde el momento que se

adquieren pensando en otra necesidad artificial y se aleja del simple hecho de proteger los pies.

Al mismo tiempo, los receptores convierten los bienes culturales en **Productos Culturales**, que según Manuel Castell son los productos que el receptor los toma como propios y de los cuales hace uso, y al mismo tiempo estos tienen al igual que cualquier producto del mercado (GARCIA, 2006:88) *“un valor de uso y de cambio que ayudan a la reproducción de la sociedad y a veces del capital; pero en ellos el valor simbólico prevalece sobre los utilitarios y mercantiles”*

Las distintas dimensiones junto con los elementos anteriores conforman el **Consumo Cultural** definido como el *“conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio subordinados a la dimensión simbólica”* es decir que el consumo cultural se da cuando se adquiere un producto cultural basándose más en lo que significa para el receptor que en lo que en realidad pagara por ese producto. Dentro de estos productos podemos mencionar la televisión, la radio, los periódicos, el cine, y recientemente **Las nuevas tecnologías**, ([www.uclm.es](http://www.uclm.es))este término hace referencia a los últimos desarrollos tecnológicos y sus aplicaciones (programas, procesos y aplicaciones). Las nuevas tecnologías se centran en los procesos de comunicación y las agrupamos en tres áreas: la informática, el vídeo y la telecomunicación, con interrelaciones y desarrollos a más de un área.

Parte importante de esas nuevas tecnologías son las redes, **una red** *“es un conjunto de nodos interconectados. Son formas muy antiguas de la actividad humana, pero actualmente dichas redes han cobrado nueva vida, al convertirse en redes de información.* Las redes dice Castells han formado parte de la vida del ser humano desde la antigüedad tal como lo eran las redes eléctricas.

Con el desarrollo de las tecnologías informáticas se crearon las redes locales, esta idea dio paso a la red Global, pero las redes promueve el individualismo porque cada nodo se

conecta individualmente a ella, *“La red sirve para hacer olvidar una sociedad profundamente segregada y para proponer una visión armónica de ésta (CASTELLS, 2001:520).*

Existen ciertas clases de redes ya sea desde la organización por ejemplo: las económicas y sociales, así como espaciales por ejemplo una ciudad o región, también las que surgen con la aparición de los aparatos de la tecnología de la información, las cuales no están en ningún lado sino que las posiciones de sus nodos se definen por los flujos de la información.

Así el Internet surge ante la necesidad de Estados Unidos de evitar la toma o destrucción soviética de las comunicaciones estadounidenses en caso de guerra nuclear, y a partir de su creación y posterior desarrollo, cada día se trabajaba en la construcción de un sistema interconectado entre todas las redes a nivel mundial y con la creación del internet se ha derivado a la creación de la **Cultura de internet o Ciber cultura** , (CASTELLS, 2001:515) *“La cultura de Internet es la cultura de los creadores de Internet. Por cultura entiendo un conjunto de valores y creencias que conforman el comportamiento. Los esquemas de comportamiento repetitivos generan costumbres que se imponen mediante las instituciones así como por las organizaciones sociales informales. Si bien se manifiesta de forma explícita, la cultura es una construcción colectiva que trasciende a las preferencias individuales e influye en las actividades de las personas pertenecientes a dicha cultura, en este caso, los usuarios/productores de Internet.”*

(El prefijo ciber se utiliza recurrentemente junto a aquéllos términos que pertenecen al mundo objetivo de la cultura y que se desea metaforizar (cibernauta, ciberespacio, ciberautopista, ciber mundo, cibersociedad)

Por lo tanto abarca tanto usuarios como a los creadores/productores, desde que fue creada la internet se creó la cultura internet, es decir que con el nacimiento de la internet esta ha pasado a formar y ha influido en la vida de los usuarios y productores, dentro de

la cultura de la internet aparecen las Comunidades Virtuales, estas son comunidades en las que sus miembros tienen una interacción entre sí, es decir que conviven dentro de la red, (CASTELLS, 2001:68) *“estas se convirtieron en fuente de valores que determinaban el comportamiento y la organización social”*. Las personas implicadas en estas comunidades desarrollan y difunden diversas formas y usos de la red: mensajes, listas de correo, chat rooms, juegos multiusuario, y actualmente las denominadas redes sociales.

Las relaciones humanas están determinadas por la dependencia y se realiza: “Durante nuestra vida formamos relaciones con personas que a su vez se relacionan con otros a quienes no conocemos” (NAVARRO, 2008:30)

*“Podemos ver ejemplos de redes sociales en espacios tan cercanos como la familia, el trabajo, así como redes formales e informales generadas en torno a intereses comunes como deportes, colecciones, o religiones. Otra fuente de redes sociales son los lugares de estudio y los espacios de colaboración entre investigadores y artistas, así como el barrio de residencia”*

Sí una red es una serie de nodos interconectados, entonces al hablar de **Redes Sociales** las personas pasan a ser los nodos e interactúan y ejercen una acción social pero con el internet este fenómeno se ha arraigado, (CASTELLS, 2001:151) *“las redes sociales complejas siempre han existido, pero los recientes avances tecnológicos en las comunicaciones han permitido que emergieran como una forma dominante de organización social”*.

En la actualidad las redes sociales se han convertido en una parte importante en la vida de los receptores, esto porque a través de ellas interactúan entre sí con sus amigos, se envían tareas, platican y se informan sobre lo que pasa en el país y a nivel mundial, ya que hasta los medios de comunicación más grandes a nivel mundial utilizan dichas redes para informar a sus espectadores, y lo hacen de esta manera porque hoy en día hasta en los celulares se pueden revisar las redes sociales o navegar por internet, de esta manera

si el receptor no está frente a un televisor o radio puede informarse a través de las redes sociales.

Una de las redes sociales que se ha convertido en una de las más importantes a nivel mundial es **Facebook**, la cual en la actualidad tiene más de 900 millones de usuarios, los cuales pueden ver fotografías, videos, noticias, comentar sobre cualquier tema entre los amigos, en fin, se le puede dar muchos usos, esto dependiendo de cada usuario.

Aunque existen otras redes sociales como el Twitter, myspace, Hi5, entre otras, el Facebook es una de las principales utilizada por la **comunidad virtual**, que es la enorme cantidad de usuarios de Internet que hay en todo el mundo, los cuales utilizan el internet y las redes para muchos fines, ya sea para entretenerse o informarse.

El **entretimiento** es la actitud que tiende a la evasión y que un individuo puede tomar frente a otras situaciones. El entretenimiento actualmente se manifiesta de muchas maneras, con un cumulo de motivaciones de índole sociológico y psicosocial, que permite observarlo como un comportamiento de doble faz individual y colectiva, es decir distracciones o pasatiempos individuales y otros que se realizan en relación con otros individuos. (GRANDE, 2003:103).

Una forma de entretenerse es utilizar el **Chat**, es decir tener una charla interactiva a través del facebook, se logra una conversación en tiempo real entre dos o más personas, los usuarios escriben su parte de la conversación utilizando el teclado.(ARMENIA, 2006: 227).

Además de entretenerse se puede obtener información, la **información** es un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada.

La información es sencillamente el contenido del mensaje, mientras que la comunicación es el proceso global. (GRANDE, 2003: 153).



### **III. EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS**

#### **3.1 Análisis de Resultado**

Las redes sociales tienen un papel protagónico en la actualidad, no sólo se utilizan para la comunicación instantánea, compartir e intercambiar información en diferentes medios, sino que también están siendo utilizadas por grandes instituciones, organizaciones, empresas públicas y privadas y medios de comunicación para difundir información y así tener un contacto más cercano con los clientes, afiliados y las audiencias.

Existen diferentes tipos y clases de redes sociales que abarcan diversas temáticas, desde Hi5, Badoo, Twitter, hasta Facebook, que desde su aparición y posterior posicionamiento, se ha convertido en un producto de consumo para todos, aunque en la práctica no es así, ya que para que esté al alcance de la gran mayoría dependerá del que pueda pagar el servicio de Internet ya sea residencial o en los teléfonos móviles y así poder acceder a las informaciones que se generan en dichas redes.

No todas las personas tendrán esta posibilidad; así mismo, las redes sociales se han convertido en productos culturales de consumo generando nuevos espacios culturales.

Como toda red social, Facebook une a muchos usuarios entre sí, en ella se realiza intercambio de toda clase de información llámese estados, notas, enlaces (pueden ser videos, notas externas, fotografías internas y externas) y son esas acciones las que generan la atracción de las personas y representan el consumo.

Las redes sociales están organizadas sobre comunidades del mundo real, a través de diversos canales creados por los propios usuarios de acuerdo a intereses comunes, además pueden encontrarse páginas de medios de comunicación, por lo tanto se da esa facilidad de recibir datos e información de un hecho relevante, solo con el hecho de

hacerse fan o seguidor del perfil del medio. Hoy en día es muy común escuchar a los medios de Comunicación, a las empresas privadas o públicas, a las ONGs, a los artistas y a cualquier persona decir “Sígueme en Twitter o búscame en facebook”.

En ese contexto, en la investigación “El uso que le dan los estudiantes de la carrera Licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la Licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Publicas de la Universidad Tecnológica a la red social Facebook como medio de comunicación social”, vale la pena mencionar ciertas diferencias entre los estudiantes de ambas universidades, esto para poder comparar y analizar los usos que hacen de dicha red, y que es lo que puede incidir al momento de realizar la apropiación de ese bien cultural.

En primer lugar se encuentra la naturaleza de ambas universidades: la Universidad de El Salvador (UES) es una institución pública, es decir que recibe fondos del Estado y los alumnos tienen que pagar sólo una matrícula al año y una mensualidad simbólica cada curso, de manera que la educación es más accesible; por otro lado, la Universidad Tecnológica (UTEC) es privada y obtiene los fondos de las cuotas que cancelan los estudiantes.

Las universidades privadas tienen más recursos generalmente que la UES, sobretodo en cuestión de equipamiento tecnológico y material didáctico, es por ello que los postgrados y las carreras que ofrecen son mucho más completos.

Por otra parte, el proceso de ingreso es diferente para cada una, en la UES el aspirante debe aprobar un examen de admisión, esto porque se le es imposible absorber a todos los alumnos provenientes del bachillerato, en cambio en la UTEC se toma un curso propedéutico y se cancela la matrícula, es decir no se realiza examen de admisión.

Esas son las principales diferencias en cuanto al entorno que puede incidir en el estudiante universitario al momento de usar la red social Facebook.

En consecuencia, la opinión que los estudiantes tienen de Facebook es similar para ambos casos y para los distintos niveles académicos, los usos que le dan, están dados según las respuestas a las entrevistas, por afinidad, es decir, por los intereses que presentan y las relaciones personales de cada uno de los estudiantes.

Cuando se les preguntó a los entrevistados ¿Qué piensan sobre la red social Facebook?, seis de ellos coincidieron en la palabra “Comunicación”, también a ésta se le unió el término “Amigos”, por lo tanto esta es una característica importante para empezar a comprender el uso que los estudiantes realizan de la red social, el vínculo de amistad da paso al acto comunicativo entre compañeros de universidad, por ejemplo, Karla Mancía de la UES responde que: *“Es una vía de comunicación entre amigos”*

Con la creación de internet se ha generado el surgimiento de nuevos patrones de interacción social, si se le compara con los medios de comunicación tradicionales (Radio, Televisión, Prensa Escrita), así mismo aparecen nuevas formas de acceder a una ilimitada fuente de información.

El uso de Internet como toda actividad social está relacionada con distintos factores, como por ejemplo: la familia, el trabajo y la vida cotidiana de los usuarios (CASTELLS, 2001:138) de la misma manera la creación de las redes sociales supone nuevos modos de interacción y usos de las mismas, situación que orientó esta investigación a exponer y comprender los usos que le dan a la Red Social Facebook los estudiantes de la UES y la UTEC.

Con el auge de las redes sociales, entre ellas Facebook como una de las más utilizadas a nivel mundial, y El Salvador no es la excepción, según la página web <http://www.enfoquesdigitales.com/blog/cuantas-personas-usan-facebook-en-centroamerica.html>, en nuestro país hasta el mes de julio de 2009 había un total de

141,740 personas con una cuenta activa, de los cuales 70,160 eran hombres y 69,340 mujeres, pero los que más resaltan son los y las que oscilan entre los 18 y 24 años, que representa el 39% de los usuarios.

La investigación buscó conocer qué usos hacen los estudiantes de Periodismo de la Universidad de El Salvador y los de Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad Tecnológica de la red social Facebook a partir de sus valoraciones culturales, es decir, que los motiva a instrumentalizar la red social de la modo en que lo hacen, no solo de una manera cuantitativa; además presenta los resultados de las entrevista a profundidad que se les hizo con grupos focales en dicha investigación.

En lo que respecta al espacio temporal tanto los estudiantes de la Universidad Tecnológica (UTEC) como los de la Universidad de El Salvador (UES) hacen uso de la red social Facebook todos los días, dedicándole un promedio de dos horas, con esto se demuestra que no hay diferencia en cuanto a la universidad en la que estudian, que año de la carrera estén cursando ni la edad para utilizarlo.

Además se demuestra que la red social está pasando a formar parte de la rutina diaria de los estudiantes de ambas universidades, de la misma forma que se acostumbra a ver un noticiero televisivo, escuchar un programa radial o la lectura diaria de un periódico a una determinada hora del día.

Debido a que siete de los entrevistados manifestaron exponerse todos los días durante dos o más horas a la red social Facebook, además dos más afirmaron que lo usan todos los días durante una hora, por lo que ya no se considera un uso esporádico sino más bien periódico.

En cuanto a la imagen que tienen los universitarios sobre la plataforma es la de una vía de comunicación pero en sentido personal, porque la emplean del mismo modo que

usan un teléfono, una carta o el servicio de mensajería instantánea mejor conocido como chat, porque les permite comunicarse con familiares, compañeros y amigos.

Desde esta perspectiva puede decirse que es un medio de comunicación personal y no social esto se debe a que es utilizado para la interacción de persona a persona, además de comentar estados y fotografías; y no con la finalidad de que un mensaje alcance a una gran cantidad de personas, característica propia de un medio de comunicación social o de masas

Porque para que un mensaje pueda llegar a un gran número de receptores se hace necesario que sean parte de los contactos de la fuente (la cual podría ser una página de un medio de comunicación por ejemplo) que emite la información, a menos que sea compartido sucesivamente por muchos usuarios, creando en cierta manera una limitante para transmitir una información, con esto se excluyen a todos los usuarios que no están entre los contactos.

De acuerdo a lo anterior, lo que lleva a los estudiantes a usarla de esa manera es la necesidad de comunicarse con un familiar que se encuentra en otro país o con los compañeros y amigos, no la buscan para cubrir la necesidad de recibir información como lo harían con el periódico, la televisión o la radio. “Yo la utilizo para comunicarme con mis amigos y familiares” afirma Mario Corvera; estudiante de primer año de la UES.

En la práctica Facebook es usada por la mayoría, tanto los de la UTEC como los de la UES, para entretenerse (para el caso es una de las funciones de los medios de comunicación), esto se da por que la mayoría de sus amigos posee una cuenta y puede interactuar con ellos a través del chat que proporciona la cuenta.

Aparte de comunicar y entretener, los académicos piensan que un aporte que hace la red social es la de acercar a los consumidores a sus marcas preferidas, (La Asociación de Marketing Americana señala que en el 2011 las empresas aumentaron cerca del 10% sus presupuestos de mercadotecnia en redes sociales, muy lejos del 5.6% del año 2010.

Los pronósticos de la misma institución advierten que la publicidad en línea subirá al 18% para el año 2016) Esto se enmarca en la publicidad por parte de las empresa, que cada día se dan cuenta que las redes son un mercado amplio en la cual pueden ofrecer y vender sus productos; pero esto no aporta para que pueda considerarse un medio de comunicación social, porque es un canal más para hacer llegar la publicidad, en último lugar se ubica la función de informar, en ella es posible conocer aparte de publicidad, sobre sucesos recientes o pasados.

Un elemento importante que menciona David Ayala, estudiante de la Licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas de la UTEC, es que permite informarse de manera inmediata, esto debido a la experiencia que le ha permitido conocer e informarse en algún momento a través de la red social sobre un hecho importante, supone entonces una característica que le da cierta ventaja sobre los medios tradicionales de comunicación y es la inmediatez, al tomar en cuenta esta característica puede transmitirse una información rápidamente, y es comparable con la radio solo que puede tener mayor alcance por el hecho que por el internet se puede ver por todo el mundo y en poco tiempo.

Al mismo tiempo junto con esta ventaja se encuentra también la contraparte que es el acceso a una computadora con conexión a internet que es comparable a un aparato receptor de radio y de televisión que a la adquisición de un periódico, ya que estos aparatos no se encuentra a la mano de todos, (aunque como una observación importante es que desde la mayoría de teléfonos móviles actuales puede ingresar a internet y por lo tanto a Facebook ya que la red social también posee una plataforma creada para poder

ingresar a ella desde un celular). No todos tienen la capacidad económica para adquirir una computadora ni para pagar el servicio de internet, ya sea residencial o en los teléfonos móviles.

Para poder llamarlo un medio de comunicación social es necesario que mediante él, se reciba y se transmita información ya sea nacional e internacional, pero tanto los estudiantes de la UTEC como los de la UES coinciden en que no se informan por esta vía sino que utilizan otros medios como la televisión.

La razón por la que utilizan otros medios es porque les parece que mucha de la información que se publica y circula no es de confianza, como lo es para ellos (los estudiantes) los medios de comunicación tradicionales, por lo tanto le resta credibilidad al momento de servir como una plataforma informativa, pues se hace necesaria la comprobación de la información de parte del usuario, desde una segunda fuente, lo cual no se realiza por falta de tiempo o por falta de voluntad del usuario.

Para el caso, Elena Villacorta, de la UTEC, expresa que no se informa sobre noticias nacionales o internacionales a través de la red social *“Porque muchas veces la información que ahí se publica no es de confiar”*

Esta es una de las limitantes que presenta la red social Facebook, ya que muchas de las informaciones necesitan ser verificadas, dependiendo de donde provenga, las únicas que representan fuentes confiables son las páginas de periódicos, noticieros televisivos y de radio así como también las revistas.

Aunque es considerado por los estudiantes como un medio de comunicación debido a que además de haber recibido información importante, pueden comunicarse con otras personas, transmitir y recibir datos y retroalimentar esos datos, es por ello que se ve a la red social como una extensión de los medios masivos de comunicación.

Hoy en día, con los avances tecnológicos, Facebook ya no solo se ve desde una computadora, sino que también se puede hacer desde el celular, así lo manifiestan los estudiantes de las dos universidades, ellos al momento de abrir su cuenta lo hacen ya sea desde el teléfono móvil o de la computadora, dependiendo el lugar en que se encuentren, esto nos demuestra que puede ser revisada desde cualquier lugar, por lo que tiene esa ventaja, la cual los entrevistados no toman en cuenta por que solo la utilizan para interactuar, el motivo de lo anterior es que para poder ingresar desde el teléfono móvil es necesario haber adquirido un plan de datos.

La red social Facebook posee ciertas ventajas al momento de querer transmitir y recibir información de manera inmediata, también permite la retroalimentación de la información pues los usuarios pueden opinar y aportar datos sobre un suceso, afín a esto tiene un gran alcance en cuanto a recepción por que puede ser visto por personas alrededor del mundo.

Por dicha razón los estudiantes manifestaron tener agregados a su cuenta páginas de periódicos, de noticieros de televisión, de radio y de revistas, esto para darle credibilidad a la información que se publica en el muro de los usuarios.

Para que pueda considerarse un medio de comunicación social, se debe orientar a los estudiantes sobre un buen uso, esto para que la información que se publique sea de confianza para los estudiantes y no solo se utilice para entretenimiento y comunicación personal.



## **CAPITULO IV**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **4.1 Conclusiones**

Se puede concluir que los estudiantes tanto de la Universidad de El Salvador como los de la Universidad Tecnológica no usan la red social Facebook como un medio de comunicación social, simplemente lo utilizan para entretenerse y comunicarse con familiares y amigos.

- Los entrevistados durante la investigación manifestaron que utilizan Facebook para comunicarse con familiares y amigos, ya sea que se encuentren en el país o en el extranjero.
- Los estudiantes aseguraron que utilizan Facebook todos los días en un promedio de dos horas, y pasa a ser parte de la rutina diaria de cada uno.
- Se comprobó que la mayoría ven a Facebook simplemente como un medio de comunicación entre amigos.
- Además se logró determinar que el nivel académico, la edad y el lugar de estudios no influyen para que los entrevistados se decidan por dicha plataforma y por el uso que le dan.
- Por otro lado se corroboró que los estudiantes sí han recibido noticias de interés social a través de la red social pero no por eso empezaron a darle ese uso.
- Asimismo se comprobó que lo primero que se les viene a la mente a los estudiantes cuando escuchan la palabra Facebook es “comunicación”
- También se logró justificar porque utilizan dicha red social y no otras como Twitter o myspace.
- Se determinó que no necesariamente se conectan a internet por medio de una computadora desde su casa, sino que hoy en día lo hacen por medio del teléfono móvil, los cuales ya traen aplicaciones especiales para hacer más simple el proceso de conexión

- Se encontró que la característica más frecuente que los estudiantes toman en cuenta al momento de hacer uso de la red social Facebook fue la influencia personal de sus amigos y familiares

## 4.2 Recomendaciones

La investigación realizada sobre los usos que le dan los estudiantes de la Licenciatura en Periodismo de la universidad de El Salvador y los de la Licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Publicas de la universidad Tecnológica ayudó a tener una mejor perspectiva sobre el porqué prefieren utilizar el Facebook y no otra red social.

Con base a esto se puede hacer diferentes propuestas o recomendaciones, las cuales podrían aportar para que no se le dé mal uso a la red social Facebook como medio de comunicación social.

Principalmente, **a los estudiantes de ambas universidades**, por ser quienes utilizan dicha plataforma, se les recomienda hacer buen uso, no informar sobre algo sin antes haberlo corroborado en un medio de comunicación, ya sea radio, televisión o de alguna fuente fiable a través de la misma red o por otro medio, esto para evitar distorsionar lo que está pasando en la realidad de nuestro país y el mundo.

Así mismo conocer las ventajas que proporcionan las redes sociales y como estas pueden ser aplicadas en el periodismo y en los medios de comunicación

En segundo plano **a los medios de comunicación**, por ser quienes informan a la población, se les aconseja abrirse espacios y explotar las facilidades y ventajas que brindan las plataformas, y para el caso actualizar a diario y si fuera posible cada 5 minutos su página de Facebook, con la finalidad que si alguien se informa por medio de ellos, la información este actualizada y así sea de la confianza de quien la vio para que sea transmitida a los demás contactos.

**A los docentes de ambas universidades**, para que instruyan a los estudiantes en un uso apropiado de Facebook de acuerdo a la carrera, y dado el creciente uso de la plataforma por los medios de comunicación puedan optar por un trabajo en dicha área.

**A los que utilizan las redes sociales en general** , que tengan en sus contactos a todos los medios de comunicación, tanto nacionales como extranjeros, para estar bien informados y tener una mejor perspectiva de la que está pasando en la sociedad.

**Al Gremio Periodístico**, que tome en cuenta las ventajas que proporcionan las redes sociales, y que se especialicen en dicha rama para hacer un buen uso de las mismas, también es recomendable la creación de un manual de estilo y redacción dentro de las plataformas virtuales y de acuerdo a las características de cada una de ellas, así como para evitar problemas legales.

## V.FUENTES DE CONSULTA

### BIBLIOGRÁFICAS

- ATKINSON, P. and Hammersley M. (1994) *“Ethnography and Participant Observation”*. Oaks – California, 1ª Edición, In: N. K. Denzin and Y.S. Lincoln. Handbook of Qualitative Research. Thousand, pp. 248-261.
- BARBERO, Jesús M. (1987), *“De los Medios a las Mediaciones, comunicación Cultura y hegemonía”*, Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona
- CASTELLS, Manuel (2001) *La galaxia internet*, Madrid.
- CASTELLS, Manuel, (2001) *“La Galaxia Internet”* Plaza y Yáñez Editores, Primera Edición, Barcelona,
- CASTELLS, Manuel, (2005) *“La era de la información, Economía, Sociedad y Cultura” Tomo 1*, México, Alianza Editorial 656 págs.
- CONVENIO ANDRÉS BELLO, Santa Fe, Bogotá. (1999, 21) *El Consumo Cultural en América Latina*, Coordinador: Sunkel, Guillermo
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1993, 24) *Consumo Cultural en México*, En Repertorio Americano N. 12, 200, 84, Juventudes y consumo cultural.
- GIFREU, J. (1991): *Estructura general de la comunicación pública*. Barcelona. 2DA EDICION
- GRANDE RIVERA, Julio César (2003) *“Diccionario Moderno de la Cultura, Comunicación e Información”* San Salvador, El salvador, Editorial Universitaria, Universidad de El Salvador, 316 páginas.
- MATTELARD, Armand y Michele, (1995) *“Historia de las teorías de la comunicación”*, Paidós, Barcelona, 143 págs
- NAVARRO, Gonzalo, (2008), *Como funciona la Web*, Centro de investigaciones de la Web, Santiago de Chile, Pòrtic. 141 págs.

- QUINTANA, A. y Montgomery, W. (Eds.) (2006). *Psicología: Tópicos de actualidad*. Lima: UNMSM. 84 PAG
- RUIZ OLABUENAGA, (1989) “*La decodificación de la vida cotidiana*”. Universidad de Deusto, Bilbao. Universidad de Deusto.

### HEMEROGRÁFICAS

- INDUNI ALFARO, Gina (2001), “**Juventudes y consumo cultural: consideraciones en torno a la lógica de la inclusión y la exclusión sociales Capitalistas**” Revista Repertorio Americano
- El Diario de Hoy; Elsalvador.com, versión electrónica, “Facebook, el tercer país más poblado del planeta”  
[http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota\\_completa.asp?idCat=47976&idArt=7051148](http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota_completa.asp?idCat=47976&idArt=7051148)
- Revista Signo y Pensamiento, volumen XXI, núm., 24, julio-diciembre

### EN LÍNEA

- BURNETT TYLOR, Edward, “**Primitive Cultura**” en “*La concepción Simbólica de la Cultura*” de Gilberto Giménez, versión electrónica  
<http://www.paginasprodigy.com/peimber/cultura.pdf>
- *Estudio sobre el impacto de las redes sociales en El Salvador*,  
[http://www.analitika.com.sv/descargas/Estudio\\_Red\\_Sociales.pdf](http://www.analitika.com.sv/descargas/Estudio_Red_Sociales.pdf)
- GARCÍA GONZALES, Lidia A. “*Análisis sobre el uso de Facebook según medios electrónicos en*

**México**”[http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Internet/ponencias/GT18\\_22Garcia.pdf](http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Internet/ponencias/GT18_22Garcia.pdf)

- GIMÉNEZ, Gilberto, **“La concepción Simbólica de la Cultura”**, versión electrónica <http://www.paginasprodigy.com/peimber/cultura.pdf>
- <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151226s.pdf>
- [http://www.uclm.es/profesorado/ricardo/MonografiasNNTT/Sandraweb/Mis%20Webs/nuevan\\_tecnolog%C3%ADas\\_\\_magisterio4.htm](http://www.uclm.es/profesorado/ricardo/MonografiasNNTT/Sandraweb/Mis%20Webs/nuevan_tecnolog%C3%ADas__magisterio4.htm)
- MARTÍNEZ TERRERO, José , (2006) **“Teorías de Comunicación”**, Venezuela disponible en [www.riial.org/espacios/teoriacom/teoriacom\\_docbase.pdf](http://www.riial.org/espacios/teoriacom/teoriacom_docbase.pdf)
- MUNDO EJECUTIVO  
<http://www.efe.com/efe/noticias/america/patrocinada/mark-zuckerberg-anuncia-facebook-tiene-millones-usuarios-activos/2/1040/1882299>
- Pagina de prensa Facebook,  
<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>
- URQUIZA, Waldemar, **“Los medios de Comunicación Social en El Salvador”**, [28 párrafos][en línea  
<http://www.udb.edu.sv/editorial/Teoria%20y%20Praxis/Teoria%20y%20Praxis%201/articulo3.pdf>] Consultado el 02 de Diciembre de 2011.

## **PONENCIAS**

- GUZMÁN, Mónica, Ponencia **“Participando en la comunicación digital”**, Universidad de El Salvador, San Salvador Octubre, 2010

## **FUENTES ORALES**

- ARIAS, Ángela María, (2011) ***“El uso que le dan los estudiantes de la carrera licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad Tecnológica la red social Facebook como medio de comunicación social”*** entrevista, instrumento para recolección de datos para la investigación sobre el uso de la red social facebook como medio de comunicación social.

ESTUDIANTE: Universidad de El Salvador, 5º año Licenciatura en Periodismo, El Salvador C.A. Universidad de El Salvador, realizado por Alfonso Ernesto De la Cruz Pérez y Edgardo Rigoberto Bolaños Pineda, para investigación de proceso de grado, Universidad de El Salvador, 2 de septiembre 2011 (2:00 pm a 4:00 pm)

- BARAHONA Ayala, David Eliseo, (2011) ***“El uso que le dan los estudiantes de la carrera licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad Tecnológica la red social Facebook como medio de comunicación social”*** entrevista, instrumento para recolección de datos para la investigación sobre el uso de la red social facebook como medio de comunicación social.

ESTUDIANTE: Universidad Tecnológica de El Salvador, 5º año Licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas, El Salvador C.A. Universidad Tecnológica de El Salvador, realizado por Alfonso Ernesto De la Cruz Pérez y Edgardo Rigoberto Bolaños Pineda, para investigación de proceso de grado, Universidad de El Salvador, 8 de septiembre 2011 (2:00 pm a 4:00 pm)

- CORVERA, Mario Josué, (2011) ***“El uso que le dan los estudiantes de la carrera licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad Tecnológica la red social Facebook como medio de comunicación social”*** entrevista, instrumento para recolección de datos para la investigación sobre el uso de la red social facebook como medio de comunicación social.



ESTUDIANTE: Universidad de El Salvador, 1º año Licenciatura en Periodismo, El Salvador C.A. Universidad de El Salvador, realizado por Alfonso Ernesto De la Cruz Pérez y Edgardo Rigoberto Bolaños Pineda, para investigación de proceso de grado, Universidad de El Salvador, 2 de septiembre 2011 (2:00 pm a 4:00 pm)

- HENRÍQUEZ Salazar, Roberto Alexander, (2011) ***“El uso que le dan los estudiantes de la carrera licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad Tecnológica la red social Facebook como medio de comunicación social”*** entrevista, instrumento para recolección de datos para la investigación sobre el uso de la red social facebook como medio de comunicación social.

ESTUDIANTE: Universidad Tecnológica de El Salvador, 2º año Licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas, El Salvador C.A. Universidad Tecnológica de El Salvador, realizado por Alfonso Ernesto De la Cruz Pérez y Edgardo Rigoberto Bolaños Pineda, para investigación de proceso de grado, Universidad de El Salvador, 8 de septiembre 2011 (2:00 pm a 4:00 pm)

- HERNÁNDEZ PÉREZ, Carlos, (2011) ***“El uso que le dan los estudiantes de la carrera licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad Tecnológica la red social Facebook como medio de comunicación social”*** entrevista, instrumento para recolección de datos para la investigación sobre el uso de la red social facebook como medio de comunicación social.

ESTUDIANTE: Universidad Tecnológica de El Salvador, 3º año Licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas, El Salvador C.A. Universidad Tecnológica de El Salvador, realizado por Alfonso Ernesto De la Cruz Pérez y Edgardo Rigoberto Bolaños Pineda, para investigación de proceso de grado, Universidad de El Salvador, 8 de septiembre 2011 (2:00 pm a 4:00 pm)

- MANCIA, Karla, (2011) ***“El uso que le dan los estudiantes de la carrera licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad Tecnológica la red social Facebook como medio de comunicación social”***

*entrevista*, instrumento para recolección de datos para la investigación sobre el uso de la red social facebook como medio de comunicación social.

ESTUDIANTE: Universidad de El Salvador, 3º año Licenciatura en Periodismo, El

Salvador C.A. Universidad de El Salvador, realizado por Alfonso Ernesto De la Cruz Pérez y Edgardo Rigoberto Bolaños Pineda, para investigación de proceso de grado, Universidad de El Salvador, 2 de septiembre 2011 (2:00 pm a 4:00 pm)

- MARTÍNEZ Amaya, Jacqueline Denisse, (2011) ***“El uso que le dan los estudiantes de la carrera licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad Tecnológica la red social Facebook como medio de comunicación social”*** entrevista, instrumento para recolección de datos para la investigación sobre el uso de la red social facebook como medio de comunicación social.

ESTUDIANTE: Universidad Tecnológica de El Salvador, 1º año Licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas, El Salvador C.A. Universidad Tecnológica de El Salvador, realizado por Alfonso Ernesto De la Cruz Pérez y Edgardo Rigoberto Bolaños Pineda, para investigación de proceso de grado, Universidad de El Salvador, 8 de septiembre 2011 (2:00 pm a 4:00 pm)

- MARTÍNEZ, Carlos, (2011) ***“El uso que le dan los estudiantes de la carrera licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad Tecnológica la red social Facebook como medio de comunicación social”*** entrevista, instrumento para recolección de datos para la investigación sobre el uso de la red social facebook como medio de comunicación social.

ESTUDIANTE: Universidad de El Salvador, 2º año Licenciatura en Periodismo, El

Salvador C.A. Universidad de El Salvador, realizado por Alfonso Ernesto De la Cruz Pérez y Edgardo Rigoberto Bolaños Pineda, para investigación de proceso de grado, Universidad de El Salvador, 2 de septiembre 2011 (2:00 pm a 4:00 pm)

- MENJÍVAR, Alexandra, (2011) ***“El uso que le dan los estudiantes de la carrera licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad Tecnológica la red social Facebook como medio de comunicación social”*** entrevista, instrumento para recolección de datos para la investigación sobre el uso de la red social facebook como medio de comunicación social.

ESTUDIANTE: Universidad de El Salvador, 4º año Licenciatura en Periodismo, El Salvador C.A. Universidad de El Salvador, realizado por Alfonso Ernesto De la Cruz Pérez y Edgardo Rigoberto Bolaños Pineda, para investigación de proceso de grado, Universidad de El Salvador, 2 de septiembre 2011 (2:00 pm a 4:00 pm)

- VILLACORTA, Elena Guadalupe, (2011) ***“El uso que le dan los estudiantes de la carrera licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad Tecnológica la red social Facebook como medio de comunicación social”*** entrevista, instrumento para recolección de datos para la investigación sobre el uso de la red social facebook como medio de comunicación social.

ESTUDIANTE: Universidad Tecnológica de El Salvador, 4º año Licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas, El Salvador C.A. Universidad Tecnológica de El Salvador, realizado por Alfonso Ernesto De la Cruz Pérez y Edgardo Rigoberto Bolaños Pineda, para investigación de proceso de grado, Universidad de El Salvador, 8 de septiembre 2011 (2:00 pm a 4:00 pm)

# ANEXOS