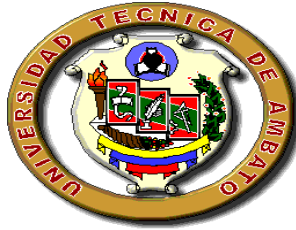


UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL

Tema: “REDES SOCIALES EN EL PUEBLO *KICHWA* SALASAKA: ESTUDIO
COMPARATIVO ENTRE NATIVO Y *MILLENNIAL* DIGITAL”

Trabajo de Investigación, previo a la obtención del Grado Académico de Magíster
en Periodismo Digital

Autor: Licenciado José Bernardo Masaquiza Masaquiza.


Director: Ingeniero Carlos Alberto Martínez Bonilla, Magíster.

Ambato – Ecuador


2018

A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Jurisprudencia Ciencias Sociales


El Tribunal de receptor del Trabajo de Investigación presidido por el Doctor Franklin Nectario Medina Guerra Magíster, Presidente del Tribunal e integrado por los señores: Licenciada Nelly Gabriela Guamán Guadalima Magíster, Doctor Byron Orlando Naranjo Gamboa Magíster, Doctor Luis Alberto Gamboa Orozco Magíster, designados por la Unidad Académica de Titulación de Posgrado de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Investigación con el tema: **“REDES SOCIALES EN EL PUEBLO KICHWA SALASAKA: ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE NATIVO Y MILLENNIAL DIGITAL”**, elaborado y presentado por el señor Licenciado José Bernardo Masaquiza Masaquiza, para optar por el Grado Académico de Magíster en Periodismo Digital; una vez escuchada la defensa oral el Tribunal aprueba y remite el trabajo de titulación para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.



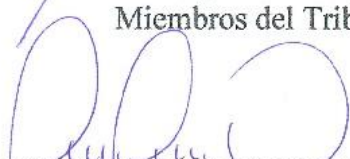
.....
Dr. Franklin Nectario Medina Guerra, Mg.
Presidente del Tribunal.



.....
Lcda. Nelly Gabriela Guamán Guadalima., Mg.
Miembros del Tribunal.



.....
Dr. Byron Orlando Naranjo Gamboa, Mg.
Miembros del Tribunal.



.....
Dr. Luis Alberto Gamboa Orozco, Mg.
Miembros del Tribunal.

AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el Trabajo de Investigación presentado con el tema: “**REDES SOCIALES EN EL PUEBLO KICHWA SALASAKA: ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE NATIVO Y MILLENNIAL DIGITAL**”, le corresponde exclusivamente a: Licenciado José Bernardo Masaquiza Masaquiza, Autor bajo la Dirección del Ingeniero Carlos Alberto Martínez Bonilla Magíster, Director de Investigación; y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.



.....
Licenciado José Bernardo Masaquiza Masaquiza

C.C.....

AUTOR



.....
Ingeniero Carlos Alberto Martínez Bonilla, Magíster.

C.C. 1803372471.....

DIRECTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Investigación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la institución

Cedo los Derechos de mi trabajo, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.



.....
Licenciado José Bernardo Masaquiza Masaquiza

C.C. 180344699-4

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDO

Contenido	Pág.
Portada	i
A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Jurisprudencia Ciencias Sociales	ii
Autoría del Trabajo de Investigación	iii
Derechos de Autor.....	iv
Índice de Contenidos	v
Agradecimiento	xviii
Dedicatoria	xix
Índice de Tablas	xv
Índice de Cuadros.....	xvi
Índice de Gráficos	xvii
Resumen Ejecutivo.....	xxi
Introducción	1

CAPITULO I **EL PROBLEMA**

Tema	2
Planteamiento del Problema	2
Contextualización	2
Árbol de Problema	12
Análisis Crítico	13
Prognosis	14
Formulación del Problema	15
Interrogantes de la Investigación	15
Delimitación del Problema	16

Delimitación de Contenido	16
Delimitación Espacial	16
Delimitación Temporal	16
Unidad de Observación	16
Justificación	17
Objetivo	18
Objetivos General	18
Objetivo Específico	18

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedente de la Investigativos	19
Fundamentación Filosófica	25
Epistemológica	26
Axiológica	26
Ontológica	27
Legal	27
Categorías Fundamentales	34
Constelación de la Variable Independiente	35
Constelación de la Variable Dependiente	36
Sociedad	37
Definición de la sociedad	37
Sociedad humana	38
Organización de la sociedad humana	39
Evolución de la sociedad	39
La cultura	40

¿Qué es la cultura?	42
La sociología	42
Teorías relacionadas a la sociología.....	44
Teorías del conflicto.....	44
Teorías del intercambios	45
Teorías del sistemas	45
La sociología de la cultura	46
Los elementos de la sociología de la cultura.....	46
Símbolos	46
Idioma	46
Valores	46
Creencias	46
Normas	46
Costumbres	46
Modos de comportamientos	46
Artefactos	47
Instituciones sociales	47
La Antropología social.....	47
Antropología	47
Antropología cultural	49
El funcionalismo británico	50
La antropología en Latinoamérica	50
La antropología en tiempos modernos	51
Código de ética y política en Antropología	52
Marco Conceptual Variable Dependiente	53
Internet	53
Aplicaciones	54
Correos electrónicos.....	55

Grupos de Noticias	55
Foro	56
Chat (charlas)	56
Audio y video conferencia	57
Redes sociales	57
Tipos de Redes Sociales.....	59
Facebook	59
Twitter.....	59
Google +.....	59
Redes sociales de nicho verticales	60
Profesionales	60
Verticales de ocio.....	60
Verticales mixtas.....	60
Verticales geográficas	60
En función del sujeto.....	60
En función de la localización geográfica	61
Redes sociales sedentarios	61
Redes sociales nómadas	61
Por su plataforma	61
Red social Mmonpg y Meta versos.....	61
Red social Web	61
Funciones de las redes sociales	61
Comunicar.....	61
Educación	61
Entretener	61
Informar.....	62
Compañía social.....	62
Apoya emocional	62

Guía cognitiva y consejos	62
Regulación (control) social	62
Ayuda material y servicios.....	63
Acceso a nuevos contactos	63
Negocios.....	63
Publicidad.....	63
Denuncias	63
Riesgos en el uso de las Redes Sociales	63
Perdida de la privacidad	64
Acceso a contenidos inadecuados	64
Acaso	64
Adición	64
Definición de nativos digitales.....	64
Que significar ser nativo digital	65
¿Quiénes son los nativos digitales?.....	65
Ventajas de los nativos digitales	66
Desventajas de los nativos digitales.....	66
Características de los nativos digitales	67
Definición de <i>millennials</i> digitales	67
Que es <i>millennials</i>	69
Quiénes son los <i>millennials</i>	69
Que son los <i>millennials</i>	69
Características <i>millennials</i>	70
Cambios en las prácticas culturales y en los valores sociales <i>millennials</i>	70
Comunicación	72
Comunicación verbal	73
Comunicación no verbal	73
Comunicación gráfica	73

Comunicación interpersonal.....	73
Comunicación intrapersonal.....	73
Teorías de la información.....	73
Teoría de la comunicación	75
Mecanismo	75
Psicología	75
Construcción social	75
Sistemática	75
Ontología.....	75
Epistemológica.....	75
Código.....	76
Canal	76
Emisor	76
El receptor	76
El mensaje	76
El contexto	76
Funciones de la comunicación	76
Afectiva.....	76
Reguladora	76
Informativa.....	76
Estilo de comunicación	77
Comunicación Asertiva.....	77
Comunicación Agresiva	77
Comunicación Pasiva.....	77
Comunicación digital	78
Lo analógico se ha convertido en digital	79
Interacción y colaboración, las claves de la comunicación digital	79
La comunicación digital, un entorno cambiante	80

La carrera humana.....	80
La nueva norma.....	81
Pobreza digital	81
El llamado del mundo en desarrollo.....	81
Hipótesis	83
Señalamiento de variables.....	83

CAPÍTULO III

ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Modalidad de la Investigación	84
Nivel o tipo de Investigación	85
Tipo de Investigación	85
Población y Muestra	87
Población	87
Condiciones sociodemográficas de Salasaka	87
Operacionalización de Variable	89
Variable Independiente: Redes sociales	89
Variable Dependiente: Nativos y <i>Millennials</i> Digitales	90
Plan de Recolección de Información	91
Plan de Procesamiento de Información	91

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIONES DE RESULTADOS

Análisis e interpretación de resultados del pueblo <i>kichwa</i> salasaka	93
Análisis de la ficha de observación realizada de los perfiles de los nativos y <i>millennials</i> digitales en Facebook	105
La observación desarrollada en el perfil de la Srta. Nativo digital	105

La observación desarrollada en el perfil del joven nativo digital	105
La observación desarrollada en el perfil de la Srta. Nativo digital	106
La observación desarrollada en el perfil del joven nativo digital	107
La observación desarrollada en el perfil de la Srta. Nativo digital	108
La observación desarrollada en el perfil de la niña <i>millennials</i> digital.....	109
La observación desarrollada en el perfil de la niña <i>millennials</i> digital.....	109
La observación desarrollada en el perfil de la niña <i>millennials</i> digital.....	110
La observación desarrollada en el perfil del niño <i>millennials</i> digital	111
La observación desarrollada en el perfil del niño <i>millennials</i> digital	113

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones	114
Recomendaciones	115

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Título	116
Datos Informativos	116
Antecedentes de la Propuesta	117
Justificación.....	118
Objetivos	118
Objetivo Especifico	119
Análisis de Factibilidad	119
Fundamentación Filosófica	119
Axiológica	120

Socio - cultural	120
Política	121
Ambiental	121
Equidad de género	121
Legal	122
Económico – Financiero	127
Guía del uso adecuada de las redes sociales para los nativos y <i>millennials</i> digitales del Pueblos <i>Kichwa</i> Salasaka	127
Evolución De la Web 1.0 a la 2.0	128
Las redes sociales de los nativos y <i>millennials</i> digitales.....	129
Características de la guía de los nativos y <i>millennials</i> digitales	129
Funciones básica de la guía del uso de las redes sociales para los nativos y <i>millennials</i> digitales	130
Clases de guía de los nativos y <i>millennials</i>	130
Para qué sirve la guía de los nativos y <i>millennials</i> digitales y actividades como lo aplico	130
Descripción de la propuesta	132
Propuesta.....	132
Contenidos	134
Presentación	135
Introducción	136
Objetivos	136
Objetivos generales	136
Objetivos específicos	137
Redes sociales digitales de internet en los nativos y <i>millennials</i> digitales	137
Conceptos.....	137
Metodologías activas en el uso de las redes sociales para nativos y <i>millennials</i> digitales	137
Tipos de redes sociales en internet para los nativos y <i>millennials</i> digitales	138
Redes masivas	138

Redes Cerradas.....	139
Dimensiones del aprendizajes cooperativo que brindan las redes sociales para los nativos y <i>millennials</i> digitales.....	139
Funciones básicas de las redes sociales en los nativos y <i>millennials</i> digitales en la cultura	141
El Facebook y sus aplicaciones en el campo cultural para los nativos y <i>millennials</i> digitales	141
Twitter y sus aplicaciones en el campo cultural para los nativos y <i>millennials</i> digitales	142
YouTube y sus fascinantes videos culturales para los nativos y <i>millennials</i> digitales	143
Google para los nativos y <i>millennials</i> digitales	144
Diipo y su interrelación en el campo cultural de los nativos y <i>millennials</i> digitales	145
Recomendaciones para el uso adecuado de las redes sociales para los nativos y <i>millennials</i> digitales en el Pueblo <i>Kichwa</i> Salasaka	146
Mensajes clave de las redes sociales para los jóvenes y niños nativos y <i>millennials</i> digitales en el Pueblo <i>Kichwa</i> Salasaka	147
Admiración de la propuesta	151
Plan de monitoreo y evaluación	151
Formato de Evaluación de la Propuesta.....	152
Referencias Bibliográficas	153
Anexo	163

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Relación entre los nativos y <i>millennials</i> digitales p1 * p2 * Sexo * ..	93
Tabla N° 2 Relación entre los nativos y <i>millennials</i> digitales p1 * p3 * p2 * idioma * sexo	94
Tabla N° 3 Relación entre los nativos y <i>millennials</i> digitales p1 * p4 *uso de redes*	95
Tabla N° 4 Relación entre los nativos y <i>millennials</i> digitales p1 * p5 *utilización de red social digital*	95
Tabla N° 5 Relación entre los nativos y <i>millennials</i> digitales p1*\$red social*....	96
Tabla N° 6 Relación entre los nativos y <i>millennials</i> digitales p1*\$ actividad en red.....	97
Tabla N° 7 Relación entre los nativos y <i>millennials</i> digitales p1 * p9 * p2* actividades * sexo....	98
Tabla N° 8 Relación entre los nativos y <i>millennials</i> digitales *idioma * sexo.....	99
Tabla N° 9 Relación entre los nativos y <i>millennials</i> digitales * importante redes * sexo.....	100
Tabla N° 10 Relación entre los nativos y <i>millennials</i> digitales *apoyo de tecnología * sexo	101
Tabla N° 11 Relación entre los nativos y <i>millennials</i> digitales * publicación redes * sexo	102
Tabla N° 12 Relación entre los nativos y <i>millennials</i> digitales *contactos * sexo.....	103
Tabla N° 13 Relación entre los nativos y <i>millennials</i> digitales *dispositivo *sexo	104

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Relación entre los nativos y <i>millennials</i> digitales	82
Cuadro N° 2 Operacionalización de la Variable Independiente	89
Cuadro N° 3 Operacionalización de la Variable Dependiente	90
Cuadro N° 4 Plan para la Recolección de Información	92
Cuadro N° 5 Relacion de las encuestas realizadas de los nativos y <i>millennials</i> digitales	113
Cuadro N° 6 Económico Financiero	127
Cuadro N° 7 Modelo Operativo	150
Cuadro N° 8 Plan de monitoreo y Evaluación	151
Cuadro N° 9 Formato evaluación de la propuesta.....	152

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 1 Árbol de Problemas	12
Gráfico N° 2 Categorías Fundamentales	33
Gráfico N° 3 Constelación de la Variable Dependiente	34
Gráfico N° 4 Constelación de la Variable Independiente	35
Gráfico N° 5 Foto de perfil de los nativos digitales	105
Gráfico N° 6 Foto de perfil de los nativos digitales	106
Gráfico N° 7 Foto de perfil de los nativos digitales	107
Gráfico N° 8 Foto de perfil de los nativos digitales	108
Gráfico N° 9 Foto de perfil de los nativos digitales	108
Gráfico N° 10 Foto de perfil de los <i>millennials</i> digitales.....	109
Gráfico N° 11 Foto de perfil de los <i>millennials</i> digitales.....	110
Gráfico N° 12 Foto de perfil de los <i>millennials</i> digitales.....	111
Gráfico N° 13 Foto de perfil de los <i>millennials</i> digitales.....	112
Gráfico N° 14 Foto de perfil de los <i>millennials</i> digitales.....	112
Gráfico N° 15 Propuesta	132
Gráfico N° 16 Presentación.....	135
Gráfico N° 17 El uso de las redes sociales de los nativos y <i>millennials</i> digitales	138
Gráfico N° 18 Tipos de redes sociales de Internet de los nativos y <i>millennials</i> digitales	138
Gráfico N° 19 Dimensiones de aprendizaje cooperativo que brinda las redes sociales para los nativos y <i>millennials</i> digitales	140
Gráfico N° 20 Las redes sociales son un material importante para la cultura de los nativos y <i>millennials</i> digitales	140
Gráfico N° 21 El Facebook y sus aplicaciones en el campo cultural para los nativos y <i>millennials</i> digitales	142
Gráfico N° 22 Twitter y sus aplicaciones en el campo cultural para los nativos y <i>millennials</i> digitales	143

Gráfico N° 23 YouTube y sus fascinantes videos culturales para los nativos y <i>millennials</i> digitales	144
Gráfico N° 24 Google para los nativos y <i>millennials</i> digitales	145
Gráfico N° 25 Diipo y su interrelación en el campo cultural para los nativos y <i>millennials</i> digitales	146

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la vida y permitir llegar a este momento tan importante de mi vida profesional.

Agradezco a la Universidad Técnica de Ambato, a todos los profesores de que una u otra manera siempre estuvieron presentes ayudándome en todo mi proceso académico ya que me he desarrollado, tanto intelectual como personalmente. No puedo nombrar a todos, pero si quiero reconocer específicamente el valor a algunos de ellos:

Mi familia, por su apoyo y empuje incondicional.

Ing. Carlos Martínez, Mg. Mi director de la tesis, cuya importancia es vital en el desarrollo del mismo y me ha aportado un punto de vista del mundo muy interesante a partir de su experiencia.

Mis amigos de fuera de la Universidad, de un valor incalculable, quienes como decía “Amigos es no solo quien perdona un error, sino también quien ayuda a que no vuelva a cometerlo”.

Y a todos aquellos que olvido nombrar.

DEDICATORIA

De manera muy especial quiero dedicar el trabajo a Dios y a mis padres las cuales me ayudaron con su apoyo incondicional ampliar conocimientos y estar más cerca de mis metas e investigaciones. Esto fue posible primero que nadie con la ayuda de Dios, gracias por otorgarme la sabiduría salud para lograrlo a llegar a los objetivos trazados en la vida.... Dios los bendiga!!

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL

TEMA:

REDES SOCIALES EN EL PUEBLO *KICHWA* SALASAKA: ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE NATIVO Y *MILLENNIAL* DIGITAL

Autor: Licenciado José Bernardo Masaquiza Masaquiza

Tutora: Ingeniero Carlos Alberto Martínez Bonilla, Magíster.

Fecha: 16 de Mayo del 2018

RESUMEN EJECUTIVO

La globalización de la información derivada, entre otras cosas, el acelerado avance de las telecomunicaciones que ha llevado a que con gran facilidad se pueda acceder al conocimiento de otras culturas y tradiciones; debido a ello es común ver como la sociedad ha venido apropiándose de modas y patrones culturales extranjeros dejando de lado las raíces culturales y folklóricas autóctonas, perdiendo con ello valores e identidad cultural.

El uso de las redes sociales digitales está cambiando la dinámica de la vida; por ejemplo, Facebook constituye un espacio de comunicación en donde confluyen culturas e ideologías diversas, entre patrones de comportamiento, relaciones sociales, tradiciones; en sí los elementos que ancestralmente han formado parte de la cultura de los individuos, mismos que están modificándose por el impacto de este medio.

La estructura de Facebook induce al usuario a sumarse a un idioma hegemónico en la red; sin embargo, no es únicamente la red la que lleva a los jóvenes a olvidar el idioma por ejemplo el kichwa, sino que es el mismo contexto del joven indígena que imposibilita el aprendizaje de una lector-escritura kichwa; por lo que el traslado

del idioma a la red social no ha tenido su desarrollo de acuerdo a las generaciones que han experimentado el avance de las comunicaciones digitales.

Para un modelo educativo de alfabetización en la cultura y tecnología digital destinado, principalmente, a la formación de adolescentes y jóvenes como ciudadanos del ecosistema digital. Para ello, hemos estructurado este ensayo en tres apartados. En el primero describimos las principales características que definen a la denominada generación de jóvenes nacidos al final del siglo XX y comienzo del XXI (que algunos autores han denominado como Millennials) en cuanto generación coetánea y marcada profundamente por la aparición, generalización y omnipresencia de las tecnologías digitales. En el segundo abordamos el concepto de identidad digital como un elemento clave y sustantivo para poder desenvolverse exitosamente en el ciberespacio en cuanto sujeto con señas de identificación definidas.

Descriptor: Cultura, sociedad, redes sociales, Facebook, digital, nativos, tecnológicas, millennials, generación Salasaka.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL

THEME:

**SOCIAL NETWORKS IN THE KICHWA SALASAKA PEOPLE:
COMPARATIVE STUDY BETWEEN NATIVE AND MILLENNIAL DIGITAL**

AUTHOR: Mr. José Bernardo Masaquiza Masaquiza

TUTOR: Engineer Carlos Alberto Martínez Bonilla, Master.

Date: May 16, 2018

EXECUTIVE SUMMARY

The globalization of information derived, among other things, the accelerated advance of telecommunications that has led to the easy access to knowledge of other cultures and traditions; Due to this, it is common to see how society has been appropriating foreign fashions and cultural patterns, leaving behind the native cultural and folkloric roots, losing cultural values and identity.

The use of digital social networks is changing the dynamics of life; for example, Facebook constitutes a space of communication where different cultures and ideologies converge, between patterns of behavior, social relations, traditions; in itself the elements that ancestrally have been part of the culture of individuals, which are being modified by the impact of this medium.

The structure of Facebook induces the user to join a hegemonic language in the network; However, it is not only the network that leads young people to forget the language, for example the Kichwa, but it is the same context of the indigenous youth that makes the learning of a Kichwa reader-writing impossible; so the transfer of the language to the social network has not had its development according to the generations that have experienced the advance of digital communications.

For an educational model of literacy in digital culture and technology aimed, mainly, at the training of adolescents and young people as citizens of the digital ecosystem. For this, we have structured this essay in three sections. In the first we

describe the main characteristics that define the so-called generation of young people born at the end of the 20th century and the beginning of the 21st (which some authors have called Millennials) as a contemporary generation and deeply marked by the emergence, generalization and omnipresence of digital technologies. In the second, we approach the concept of digital identity as a key and substantive element to be able to function successfully in cyberspace as a subject with definite identification signs.

Descriptors: Culture, society, social networks, Facebook, digital, natives, technology, millennials, Salasaka generation.

INTRODUCCIÓN

El uso de las redes sociales causa en los jóvenes la curiosidad de conocer y relacionarse con otras personas del mundo y estar siempre conectados a través de Internet; es por ello que el trabajo de investigación que tiene como tema “Redes sociales en el Pueblo *Kichwa* Salasaka: estudio comparativo entre nativo y *millennials* digital”; permite un estudio de la convivencia diaria de los jóvenes con las redes sociales digitales según su época de inmersión a la tecnología, que juega un papel muy importante en el desarrollo de la sociedad; de hecho los padres (*Allus*) y docentes deben adaptarse a las características de los individuos del mundo digital.

Por otro lado, se ve en los últimos años una auténtica revolución tecnológica que cambia los hábitos de vida y afecta al entorno, en ocasiones saturado o desbordado por la tecnología; en este escenario se cruzan la adaptación de culturas a las actividades tecnológicas; es un momento en el que la influencia de la tecnología empieza a percibirse en las generaciones más jóvenes, aquellas que han crecido y se han desarrollado en un medio plagado de tecnología; generaciones que toman el nombre de nativos y *millennials* digitales.

La investigación permite revisar el conocimiento construido en torno a los nativos y *millennials* digitales, según los discursos en la literatura existente, además se busca aportar a la discusión y cuestionamiento de las narrativas y los mitos construidos en torno a los jóvenes que tienden a magnificar sus habilidades en el uso de tecnologías y dejan en segundo lugar competencias esenciales para el acceso y uso de la información relacionado a la cultura.

Además permitirá entender el comportamiento de los nativos y *millennials* digitales e identificar si existe alguna diferencia entre los jóvenes indígenas que usan las redes sociales digitales; asimismo aprender cómo y cuándo interactúan estos grupos; quienes utilizan diversos dispositivos digitales para informarse, buscar información y obtener opinión a través de las redes sociales, a su vez el cómo revisan las páginas en Internet, y en la experiencia *on-line* integradas en los canales de comunicación en temas relacionados con la cultura.

La inmersión de dispositivos móviles en el mundo es superior al número de habitantes del planeta, pues para 2016 existían 7.900 millones de dispositivos móviles, mientras la cifra de habitantes alcanzaba los 7.400 millones de personas, de acuerdo con un informe de la firma *Statcounter* (Dominguez, 2016); por otro lado hábitos, habilidades, carencias de los nativos y *millennials* digitales, se relacionan con el inmersión de las redes sociales digitales en la cultura en el entorno del Pueblo *kichwa* Salasaka; de hecho lo han adaptado a su vida cotidiana.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

TEMA

Redes sociales en el Pueblo *Kichwa* Salasaka: estudio comparativo entre nativo y *millennial* digital.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Contextualización

En la actualidad, los usuarios de Internet son cada vez más aficionados a las redes sociales, siendo esto la actividad digital número uno; mientras que los internautas se conectan cada vez más desde Smartphone a sus plataformas sociales favoritas; por otra parte, el mundo de las redes sociales está en proceso de fragmentación como por ejemplo *Geo Cities*, *The Globe*, *AOL Instant Messenger*, *Friendster*, *MySpace*, *Facebook*, *Twitter*, o *Google*, entre otros; pero han surgido nuevos competidores de hecho las redes sociales digitales utilizadas varían según el país donde se las use (Borja, 2010).

En el mundo a finales de septiembre 2014 existían alrededor de 3 millones de usuarios de Internet que es aproximadamente el 35%, de la población mundial según el sitio *web Wearesocial.net*; a su vez existía 1,8 millones de personas activas en las redes sociales de todo el mundo; donde en algunas zonas llevan retraso en cuanto al número de usuarios en las redes sociales, como por ejemplo África, Asia Central y del Sureste; pero el aumento actual del número de usuarios se debe en gran medida al fuerte crecimiento de estas regiones y de los avances tecnológicos (Berasategui, 2016).

Las principales redes sociales suelen estar disponibles en varios idiomas y permiten la interacción a nivel internacional; a su vez las redes sociales más populares suelen tener un gran número de usuarios; por ejemplo, el líder global *Facebook* fue la primera red social que supera los mil millones de usuarios activos mensuales; además *Pinterest*, fue el sitio web que alcanzó más rápidamente el límite de los 10 millones de visitantes únicos por mes; de hecho la mayoría de las redes sociales con más de 100 millones de miembros proviene de los Estados Unidos; también hay que tener en cuenta otras redes sociales procedentes de otras partes del mundo: el ruso *VK* o los chinos *Qzone* y *Renren* son actores importantes en estos países (Larraz, 2017).

Por otro lado un grupo de 80 millones de personas en Estados Unidos y algo más de 51 millones en Europa; se supone que en el 2025 se tendrá el 75% de la fuerza laboral del mundo en las redes sociales; el 80% con perfil en Facebook y el 80% de la población se estima que duerme con el celular o móvil pendiente de las redes sociales (Berasategui, 2016).

Renau, Oberst y Carbonell (2012) manifiesta que las “Redes Sociales son utilizadas para expresar y crear un *self* ideal, que representaría la persona que nos gustaría ser o que deberíamos” (p.156); a su vez este fenómeno ha llevado a los jóvenes del Ecuador y Tungurahua en especial, a ir redefiniendo continuamente su identidad cultural y digital, de acuerdo a los aspectos que más impactan de la diversidad que muestran las Redes Sociales; a esto Erikson (1971) llama “Confusión de roles o crisis de identidad”.

Se determina que la primera generación completamente digital vive enganchada al *WhatsApp*; a su vez casi la mitad de ellos le dedica una hora diaria y el 14% cerca de tres horas diarias, según el estudio de *Cambridge University Press* realizado en España (Espeso, 2014); por otro lado a través de los medios de comunicación, constantemente están conectados a por las redes sociales; a su vez en línea se busca oportunidades de identificarse con otras personas, uniendo comunidades asociaciones en todo el mundo siendo altamente colaborativos; compartiendo lo que han aprendido con otras personas, lo que contribuye a crear sus propias identidades personales digitales.

En países desarrollados, la mayoría de la población hace uso intensivo de la tecnología digital, especialmente Internet (Ben, 2010, p. 384), a su vez la mayoría de jóvenes, quienes nacieron aproximadamente entre 1980 y 1994 (Oblinger, 2005), representan las primeras generaciones que crecieron con esta nueva tecnología y se han caracterizado por su familiaridad y confianza con respecto a las TIC; de hecho los jóvenes de esta nueva generación "han crecido en un mundo digital y esperan utilizar estas herramientas para sus entornos avanzados de aprendizaje" (Bajt, 2011, p. 54).

Estos jóvenes han pasado toda la vida rodeados y usando computadoras, videojuegos, reproductores de música digital, cámaras de video, teléfonos celulares, *I-Pads*, Internet, mensajería instantánea, mensajes de texto, multimedia y otras herramientas de la era digital que son parte integral de los jóvenes; la nueva generación nacida entre, aproximadamente en los años 1995 y 2015 y que también es conocida como Generación Z, quien acuñó el término de "nativos digitales" fue el experto educador Marc Prensky en el 2001; por otro lado los *Millennials* (1980-2000) y los Nativos Digitales (2000), comparten características de comportamiento pero esto no significa que todos los individuos sean iguales ya que, existen diversos aspectos que son influenciados como el contexto, cultura, educación entre otras (Prensky, 2001).

Actualmente se piensa y procesa la información de manera diferente ya que los patrones de pensamiento han cambiado; además se plantea la forma de llamar a los jóvenes actualmente; de hecho reciben varios nombres que enfatizan su afinidad y tendencia al momento de utilizar tecnología digital; por otro lado de acuerdo con la literatura, tres de los términos más comunes sobre las generaciones digitales se mencionan la Generación *Net* (*Net Generation*), *Millennials* y Nativos digitales (Jones, 2010, p. 317, 723); donde cada una de las generaciones describen características distintas.

Estudios definen a los *Millennials* como las personas que tienen entre 13 y 34 años, que también a su vez también, provee datos internos de comportamiento de los Nativos digitales (Pozo, 2014).

Prensky (2001) utiliza los términos nativo digital e inmigrante digital para distinguir entre aquellos quienes han crecido familiarizados con múltiples tecnologías y aquellos quienes nacieron antes de que el nuevo mundo digital; a su vez según el autor, los jóvenes de hoy son todos "nativos" del lenguaje digital de los ordenadores, videojuegos e Internet (Prensky, 2001a: 1); de hecho el principal argumento de Prensky en la educación es que el nuevo grupo de estudiantes quienes han accedido a las universidades son esencialmente diferentes que sus docentes, debido al uso constante y frecuente de las tecnologías; donde ellos usan estas herramientas como extensiones de sus cuerpos y mentes, con fluidez las incorporan en sus rutinas diarias (Prensky, 2005), y han aprendido el lenguaje de la tecnología, comunicándose instantáneamente con los *Mashikunas* (amigos).

Los "nativos", se adaptan rápidamente a los cambios al entorno y buscan nuevas formas de incorporar la última tecnología; a su vez según Palfrey, Gasser, Simun, & Barnes (2009: 79) llama a los nativos digitales como "los jóvenes que crecen en el mundo digital con el acceso a las tecnologías y las habilidades para utilizarlas en formas sofisticadas".

El fenómeno de la adicción a la red virtual ha producido un rápido cambio en la vida de las personas, modifica hábitos, costumbres, formas de encontrar informaciones y de relacionarse, lo que implica un decremento en la comunicación con los miembros de la familia en el hogar y disminución en el tamaño del círculo social (Kraut, 1998).

Por otro lado, las Tecnologías de la Información y comunicación (TIC) paulatinamente han reconfigurado la esfera social del hombre, por cuanto es más sencillo escribir tras una pantalla, donde se da inicio a relaciones sociales digitales; de hecho, este comportamiento puede generar el abandono o descuido de actividades laborales y o académicas, así como familiares.

A su vez los nativos digitales que han crecido en la era de Internet, teléfonos inteligentes y redes sociales digitales buscan a través de estos medios una relación sencilla y fácil, de hecho, *Gemalto* en la *Generation Banking* destaca que el 94%

de los *millennials* tiene móvil, un 42% *tablet* y un 38% tiene los dos dispositivos digitales (Lluna, 2017).

Mark Prensky (2001a) en su trabajo titulado *Digital Natives, Digital Immigrants* se encontró la primera referencia a la expresión nativos digitales para nombrar a los niños y jóvenes que ingresan al sistema educativo y que han cambiado radicalmente respecto a generaciones anteriores; se menciona que “Los estudiantes de hoy son hablantes nativos del lenguaje digital de los computadores, los videojuegos y la Internet” (González, 2014).

Ecuador uno de los países en Latinoamérica con un mayor uso de redes sociales, siendo Facebook la más usada; registra como dato estadístico que hasta el 11 de enero del 2010 Ecuador contaba con 548,120 usuarios distribuidos en un 50% hombres y mujeres, cifra que aumenta de manera considerable cada año, es así que en el 2013 cuenta con 5'336.120 usuarios lo que hace que se encuentre posicionado en el lugar 35 en el *ranking* de todas las estadísticas de Facebook por país; de hecho estas estadísticas de redes sociales muestran que la inserción de Facebook en Ecuador es 36,08% en comparación con la población del país y 127,21% en relación con el número de usuarios de Internet, además el número total de usuarios de Facebook en el Ecuador está llegando a 5'336.120 y creció más de 531.480 en los últimos seis meses (Socialbakers, 2013).

Por otro lado en el Ecuador existen 14 nacionalidades y 20 pueblos indígenas, de los cuáles se estima que cerca de 50% tienen Internet; además gran parte de los sectores más vulnerables de la sociedad por su condición económica, social, cultural, étnica o localización geográfica tienen acceso a esa plataforma virtual, (MINTEL 2013); a su vez el 45% de la población admite que no podría estar un solo día sin su dispositivo digital; además las demandas de los *millennials* está impulsando el extraordinario crecimiento de las aplicaciones móviles donde en el *Appstore* se registran en el mundo 5 millones de descargas de aplicaciones diarias (Pasquier, 2005).

Las redes sociales digitales más usadas por la sociedad ecuatoriana son *Facebook*, *Twitter*, *You Tube*, *Google+*, entre otras; cada una de ellas con sus características

propias; por otro lado el uso presenta ciertas ventajas como relacionarse con otras comunidades, mantenerse actualizado con temas de interés, compartir información; de hecho es usado por los jóvenes sin la guía de un adulto y puede presentar desventajas en su uso como el robo de identidad, difamación, *ciberacoso*, *ciberbullying*, exponerse inadecuadamente con fotos, videos y comentarios mal intencionados, bajo rendimiento escolar; es por ello que se recomienda el uso de las redes sociales digitales siempre con la guía y supervisión de un adulto (González, 1999).

En Ecuador el uso de Internet es muy alto, en relación a los múltiples usos que permite Internet, los ecuatorianos prefieren las redes sociales digitales; por otro lado Del Alcázar (2015) afirma que “De los 8,5 millones de usuarios de Internet en Ecuador, Facebook continúa siendo el líder absoluto habiendo captado a 8,1 millones de usuarios en el país al 22 de enero de 2015”, asimismo la ciudad con más usuarios es Guayaquil con 1.780.000 usuarios, le siguen Quito con 1.720.000, Cuenca con 360.000 y Ambato con 200.000 usuarios (Espinoza, 2014) .

Según Cortez (2014) Facebook es parte de la cotidianidad ecuatoriana, los usuarios se conectan con el entorno cercano y el mundo a diario en un “accionar tan natural casi como respirar” (p.2); asimismo los adolescentes de las comunidades indígenas de América Latina, que tienen acceso a esta red social, mantienen contacto con un acervo de culturas en el mundo, y al no estar afianzada su identidad individual y colectiva, se produce un choque multicultural violento, en el que impera la denominada “mega cultura”, así llama García Canclini, al consumo que domina a las personas y a la tecnología que confunde a la sociedad sobre la verdadera cultura, sobre lo tradicional, lo moderno y popular (Canclini, 1990).

“Si consideramos que la identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social, con el cual se comparten aspectos como costumbres, valores y creencias” (Molano, 2007, p.73), la red social digital Facebook infiere en ese mismo sentido de pertenencia, porque a medida que la sociedad adolescente acumula experiencias en la red, va construyendo su identidad, muchas veces acrónica a su realidad; como consecuencia varias de las características ancestrales de los y las

adolescentes, las han dejado de lado, para abrirse paso a la creación nuevas culturas pero aún combinadas con prácticas y costumbres de sus pueblos.

Muros (2011) menciona que “En la red, adoptamos la identidad que aparece en nuestra pantalla e incluso nos apropiamos de ella, consciente o inconscientemente, identificándonos con ella” (p.52); en tal efecto, esta es considerada una época crítica para los pueblos indígenas, porque confronta sus prácticas ancestrales con los recursos que poseen las nuevas formas de comunicación como el Facebook, medio digital que tiene un lenguaje propio y puede crear en los adolescentes una cierta desconexión con el mundo real.

Cada adolescente en su generación va abandonando varias características autóctonas de su pueblo a futuro ese mismo pueblo correrá el riesgo de perderse en el mestizaje, hasta llegar al etnocidio de su cultura; a tal punto de convertir a varias de las etnias indígenas en solo mitos o en historia; por otro lado el impacto que produce el Facebook, en la condición de cada adolescente indígena es desmesurado, por ello es necesario analizar cómo esta red social influye en su identidad para llevar a cabo acciones que les permitan a ellos y ellas conformar su yo individual con la libertad que ya la tienen por derecho, pero al mismo tiempo, siendo conscientes del valor de su herencia cultural.

A diferencia de generaciones precedentes, los jóvenes de hoy en la provincia de Tungurahua, al igual que el resto de los ciudadanos están expuestos a un continuo flujo de información que provoca saturación de datos; además estas plataformas han impuesto una nueva forma de relacionarse, donde utilizan para difundir información de áreas como la política, los negocios, los deportes o la academia entre otros; además que el uso excesivo de las redes sociales digitales de los ciudadanos depende de las herramientas digitales, mismas que pueden generar conductas adictivas hacia estas y promover aspectos negativos como el *bullying*, el *cibersexo*, el robo de información y de identidades, entre otros.

Las descripciones generales hechas sobre los nativos digitales no permiten profundizar en factores que podrían explicar la variabilidad entre generaciones, como aquellos de orden contextual, histórico, cultural económico y político;

además dichos factores configuran las trayectorias de vida de cada generación y, como nichos de desarrollo individual y social, no pueden ser omitidos en una mirada comprensiva que abarque varias generaciones; por otro lado en los últimos años ha habido incremento en el manejo de Internet dentro del Pueblo *Kichwa* Salasaka; el cual ha cobrado una gran importancia pues rodea todas las actividades cotidianas; de hecho redes sociales como *Facebook*, *Twitter* y *LinkedIn*, son medios de comunicación que han condicionado la forma de interactuar entre los seres humanos.

Cabe resaltar que los nativos digitales hacen varias cosas al mismo tiempo es decir son multitarea, asimismo afrontan distintos canales de comunicación simultáneos, prefiriendo los formatos gráficos, acceso *hipertextual*; además funcionan mejor trabajando en red y prefieren otras actividades en línea.; por otro lado destaca la inmediatez en las acciones y en la toma de decisiones, asimismo el nativo digital en su niñez ha construido sus conceptos de espacio, tiempo, número, causalidad, identidad, memoria y mente a partir, precisamente, de los objetos.

Al pueblo *Kichwa* Salasaka la mayoría de los jóvenes en la actualidad han dejado de lado la agricultura, el *puchutkana Wango* (el wuango para hilar); gracias a que están conectado en las diferentes redes sociales; descuidando las actividades de los ancestros que se dedicaban a actividades como telares, flautas, pingullos, bombo, bocina (*Payacacho*) con herramientas de la agricultura.

En la generación *Millennials* la inclusión de las TIC ha modificado los hábitos de las personas; donde los jóvenes Salasakas han adaptado las herramientas tecnológicas, aprovechando la amplia gama de funciones que ofrecen, dedicándose a distintas actividades como: a chatear, a observar videos e imágenes, a jugar juegos electrónicos, a escuchar música que no están acorde con su desarrollo y formación; a su vez las plataformas siempre están presentes en sus vidas; ya que se trasladan de forma fluida y rápida entre los diferentes dispositivos, dependiendo del contexto y el contenido.

La etnia indígena Salasaka historiadores como Gerardo Nicola, la identifica como una de las culturas más “vibrantes” del Ecuador, debido a sus desarrollos

económicos, artesanales, turísticos y políticos: sin embargo aún no se ha establecido con exactitud en qué época llegaron a sus tierras, lo que sí existe son dos teorías sobre su descendencia.

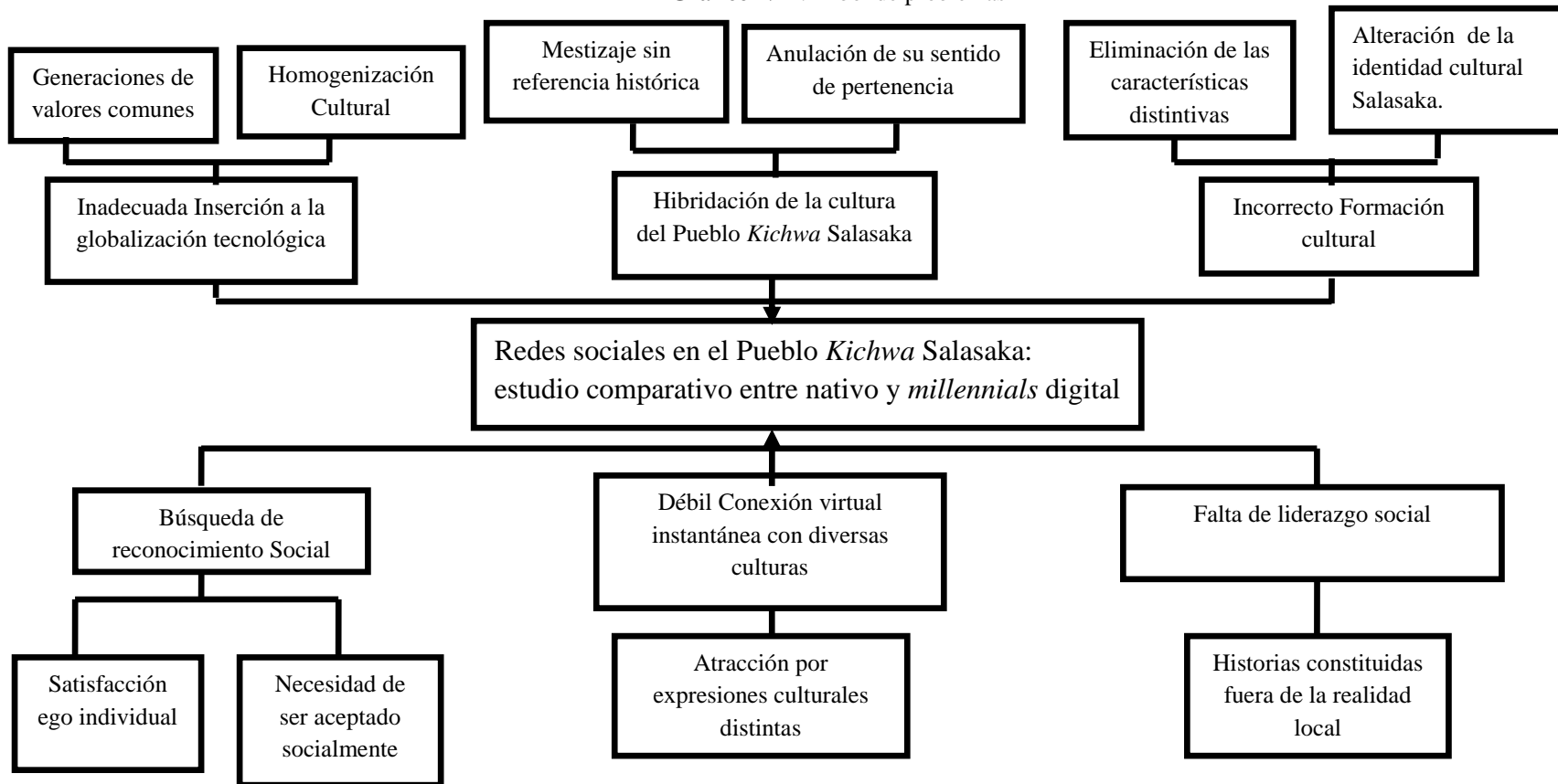
Los Salasakas poseen variedad de elementos simbólicos ancestrales, los cuales les permiten distinguir de otros pueblos indígenas como: rasgos fisiológicos, estructuras políticas, idioma, alimentación, vestimenta, artesanías, tradiciones, festividades, música, economía; a pesar de ese acervo de elementos simbólicos que los definen desde la antigüedad como Pueblo *Kichwa* Salasaka, hoy las Redes Sociales que imperan en el Ecuador, ha repercutido el uso de las redes sociales digitales en el entorno del Pueblo Salasaka, de Tungurahua, quienes están abandonando su identidad cultural, para adoptar símbolos de nuevas culturas.

Para los habitantes del Pueblo *Kichwa* Salasaka, como Mario Ramírez (2017): “la cultura reguetonero, rock y sobre todo la emo se apodera de los jóvenes, y están dejando de lado su vestimenta, el pelo largo y el *kichwa* y la música”; por otro lado en el Pueblo *Kichwa* Salasaka, se observa personas que han dejado de utilizar su vestimenta ancestral, algunos hombres han reemplazado su pantalón blanco y pancho negro y blanco, por camisa negra y jean, su pelo largo, por un corte al estilo punk, rock o reggaeton; a su vez las mujeres combinan su vestimenta ancestral: el anaco y blusa bordada, con un abrigo de diferentes colores para proteger del frío, ya no se usa diferentes colores como morado, rojo, verde, entre otros.; vestimentas que van sobre sus hombros; además han abandonado su vestimenta tradicional y no tienen problema con lucir un estilo de la etnia mestiza, que consiste en: blusas, pantalón jean o licras.

El criterio de Galeano como se citó en (Infante, 2001), “cuando un pueblo carece de memoria, de referentes históricos, no puede ocupar el lugar que él pertenece, ni garantizar su sobrevivencia en el tiempo, pues cancelar la historia, bloquear la memoria es una forma terrible de abandonar nuestros valores, de abandonarnos”.

ÁRBOL DE PROBLEMA

Gráfico N° 1: Árbol de problemas



Fuente: investigador

Elaborado por: José Masaquiza

Análisis Crítico

El estudio de aspectos relacionados con las redes sociales digitales es necesario para tomar correctivos en el accionar de la sociedad, estando inmersos padres de familia, autoridades y la comunidad en general; que apoyen en la creación de condiciones y capacidades óptimas que forman un ser responsable, crítico y consciente de su identidad.

Hoy en día se hace indispensable la Internet, comparada con la televisión y la radio las bondades de la Web y sus tecnologías hacen que los menos interesados terminen “contagiados“ por la red, porque son muchas las utilidades que se brindan como el correo electrónico, Messenger, las redes sociales, el acceso de todo tipo de información para incorporar en las agendas digitales, , en fin, todas las aplicaciones que se quieran dar, la tendencia en la actualidad es tener la tecnología a la mano y si no la tenemos se nos complica la existencia.

Los jóvenes muy poco utilizan medios tradicionales, como la televisión, radio, revistas, o periódicos; ya que las redes sociales digitales se han convertido en el medio que consume el tiempo de recreación y esparcimiento; donde los jóvenes buscan ser aceptados dentro de una red social digital; a través de sus publicaciones tratan de identificarse con un grupo, razón por la cual dedican más tiempo a los contenidos y respuestas que emiten dentro de las redes sociales digitales que a su entorno.

El fácil acceso a las redes sociales digitales es uno de los factores importantes que vale la pena mencionar pues el avance es muy fácil hoy en día para acceder a la web no importa el lugar de acceso, esto por el poco control que existe ante la oleada informativa y tecnológica; de hecho, esta tendencia ocasiona que se dé un consumismo informático, donde el ser humano se vuelve pasivo a la hora de discernir la información.

Hoy que nos enfrentamos al gigante de las redes sociales, el Facebook, que ingresó al Ecuador en el 2003, pero su uso desde el año 2007 tomó mayor fuerza, la

identidad cultural de los niños y adolescentes del Pueblo *Kichwa* Salasaka se va desvaneciendo poco a poco. En Facebook confluyen culturas de todo el mundo y con la interacción que tienen los niños y adolescentes en ese medio digital, consciente o inconscientemente se apropian de aspectos que más les interesa o impacta de otras culturas.

Las Redes Sociales digitales tienen una gran acogida en el entorno del Pueblo *Kichwa* Salasaka; de hecho se profundiza en el problema por la migración que existe dentro del Pueblo *kichwa* Salasaka; además por la débil enseñanza de la historia y realidad de comunidades indígenas; por ello no se puede apropiarse su identidad cultural.

Esta investigación plantea una aproximación crítica hacia la actual forma de las redes sociales digitales en el Pueblo *Kichwa* Salasaka, para comparar a los nativos y *millennials* digital para establecer o determinar cómo las redes sociales digitales afectan en la promoción cultural y así fortalecer sus prácticas ancestrales.

Prognosis

La etnia del Pueblo *Kichwa* Salasaka actualmente vive condiciones de vulnerabilidad y pérdida de identidad cultural por parte de las redes sociales digitales en los jóvenes nativos y *millennials*, ya que al navegar en este medio mantienen contactos con diversas culturas; esta sociabilidad digital ofrece la posibilidad de constantemente ir redefiniendo su identidad y abandonando su legado ancestral; por otro lado con la comunicación interpersonal directamente desde el hogar, ahí es donde debe fomentarse las bases de la cultura, a su vez en las escuelas se debe tomar parte en los problemas relacionados con las redes sociales digitales para que prevalezca el orgullo de las raíces y que puedan compartir su cultura.

De no solucionarse el problema o buscar una alternativa a las redes sociales digitales, los jóvenes se olvidarán de las identidades culturales que han mantenido los ancestros por siglos, es decir dejarán de utilizar el idioma *kichwa*, vestimentas,

entre otras características culturales; de hecho los jóvenes cada vez se aislaran, no habrá interacción social, se perdería por completo el dialogo, momentos de compartimiento, con los *Taitas* (Papás), *Mamas* (Madres), *Jatun yayas* (abuelos), sabios de las leyendas del Pueblo *Kichwa* Salasaka; además se volverán entes individualistas perdiendo el espacio donde se suele contar anécdotas y tradiciones; también se puede perder la privacidad.

Formulación del Problema

¿De qué formas influyen las Redes Sociales digitales en el Pueblo *Kichwa* Salasaka a los nativos y *millennials* digitales en relación a la cultura?

Interrogante de la investigación

¿De qué manera Incide las Redes Sociales digitales en la cultura a los nativos y *millennials* digitales en el Pueblo *Kichwa* Salasaka?

¿Cómo usan las Redes Sociales digitales para la cultura los nativos y *millennials* digitales en el Pueblo *Kichwa* Salasaka?

¿Cómo afecta en la cultura de los nativos y *millennials* digitales el uso de las Redes Sociales en el Pueblo *Kichwa* Salasaka?

¿Qué propuestas se puede desarrollar para mejorar el uso de las Redes Sociales Digitales por parte de los nativos y *mellennials* digitales para ser aplicados a la cultura del Pueblo *Kichwa* Salasaka?

Delimitación del Problema

DELIMITACIÓN DE CONTENIDO

- Campo:** Comunicación Digital
- Área:** Tecnología de la Información y Comunicación
- Aspecto:** Nuevas Formas de la Comunicación

DELIMITACIÓN ESPACIAL

Pueblo *Kichwa* Salasaka.

DELIMITACIÓN TEMPORAL

Octubre 2017 - Marzo 2018

UNIDAD DE OBSERVACIÓN

- Autoridades del Pueblo *Kichwa* Salasaka.
- Habitantes (Padres, jóvenes nativos, Jóvenes *millennials*)

Justificación

La investigación permite describir características de los nativos y *millennials* digitales del Pueblo *Kichwa* Salasaka y sobre todo el uso de las redes sociales digitales en relación a la cultura en los jóvenes del Pueblo *Kichwa* Salasaka; de hecho es **interesante** porque en un mundo interconectado, los hogares hacen uso de las tecnologías, en especial de las redes sociales digitales que ha permitido chatear, acceder a grupos, realizar trabajos en línea, entre otras; por otro lado las relaciones interpersonales han pasado a un segundo lugar, incluso estando en la misma casa padres e hijos no conversan; se comunican por medio de aparatos electrónicos como es el celular; además se observa un índice adaptación de la tecnología por parte de los jóvenes del pueblo en el uso de los dispositivos tecnológicos.

Es **factibles** la investigación por cuanto los jóvenes de hoy tienen al alcance y es fácil el uso de la tecnología; a su vez los jóvenes nativos y *millennials* digitales del pueblo *kichwa* Salasaka participaron en esta investigación, proporcionando datos que dio pauta para evidenciar el problema.

Los **beneficios** directos de la investigación en que ayudará a mejorar la comunicación por parte de los jóvenes del Pueblo *kichwa* Salasaka para no ser separados o aislados de la comunidad; por otro lado la web permite ingresar a la comunidad global digital.

El **interés** por investigar como el uso de las redes sociales digitales se han convertido en protagonistas de las diferentes culturas entre los nativos y *millennials* digitales del pueblo *Kichwa* Salasaka, los jóvenes han creado sus propios espacios para entenderse entre ellos, y ayudará a la toma de decisiones en las publicaciones relacionadas con la cultura en las redes sociales digitales.

El **impacto** de la investigación en los jóvenes nativos y *millennials* dígaes del Pueblo *Kichwa* Salasaka ayudará a entender los riesgos y beneficios que tienen en el uso de las redes sociales digitales en la comunicación de acuerdo al mundo actual.

Objetivos

Objetivos Generales

- Explicar cómo afectan las redes sociales en la cultura de los nativos y *millennials* digitales del pueblo *Kichwa* Salasaka.

Oblativos específicos

- Identificar como las redes sociales digitales influyen en la cultura de los nativos y *millennials* digitales del pueblo *Kichwa* Salasaka
- Comparar como los nativos y *millennials* digitales usan las redes sociales para el tratamiento de la cultura del pueblo *Kichwa* Salasaka.
- Proponer una alternativa de solución al uso de las redes sociales por parte de los nativos y *millennials* digitales relacionado con la cultura.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la investigación

Dentro de los antecedentes investigativos que se determinan las siguientes investigaciones:

En el trabajo de investigación de licenciatura en Comunicación Social cuyo tema es: “La red Social Facebook y la identidad cultural de los y las adolescentes de la unidad educativa Fiscomisional Fray Bartolomé de las casas, Salasaka cantón Pelileo, provincia de Tungurahua”, de López Adriana en el año 2015 de la Facultad de Jurisprudencia Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato; se determina que las Redes Sociales Digitales que hoy en día es la base de la tecnología, por lo que este proyecto se relaciona directamente con los jóvenes del Pueblo *Kichwa* Salasaka, lo cual se toma como referencia para el proyecto, ya que existen algunos conceptos que forman una parte relevante para el marco teórico; además se enfoca a los temas planteados en las redes sociales (López, 2015).

En el estudio realizado por Manuel Porrua, en el año 2010, con el tema “el Impacto de las Redes Sociales” concluye que: las redes sociales no son moda juvenil o algo pasajero, están cambiando nuestra realidad social y económica así el mundo laboral más de lo que lo ha hecho Internet desde sus orígenes (Porrua, 2010).

En las últimas décadas la comunicación indígena presenta una alianza necesaria con los nativos y *millennials* digitales en este sentido, en el artículo Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo, de Bertha (2015, pág. 18) dice:

“Este reto se relaciona directamente con la construcción de una articulación más comprometida entre todos los actores de la comunidad indígenas y sus aptitudes hacia su lengua materna y el español; lugar y escuela de procedencia; uso de la

computadora, Internet y dispositivos móviles, tanto personal como en su escuela de procedencia en alianza de nativo y *millennials* digitales, en un necesario proceso de fortalecimiento democrático de las comunidades indígenas”.

Rivera cuenta que “la tecnología juega un papel muy importante en este nuevo proyecto porque es posible comunicar a través de ella desde una punta a otra del planeta a todos los internautas”, además esto permite recordar algunas de las ventajas de las TIC.

En la investigación realizada en México sobre “**indígenas en el ciberespacio**” elaborada por Eduardo Sandoval perteneciente a la Universidad Autónoma del Estado de México, propone un panorama alentador en cuanto al uso de que hacen los indígenas de las TIC; de hecho, la investigación se realizó con una metodología etnográfica tradicional y virtual, con técnicas cualitativas de observación participante y observación en línea (Sandoval, 2013, p. 254).

El autor hace hincapié en la oportunidad que las TIC representan para la conservación y desarrollo cultural y lingüístico de los pueblos indígenas, además se menciona que es un espacio desde donde se puede participar e incidir en la política, local y regional.

“La inclusión y participación de las comunidades y pueblos indígenas en la autopista de la información son fundamentales para su presencia en el contexto nacional e internacional, no sólo para ser conocidos y reconocidos como tales, sino también para exponer sus pensamientos, sus culturas y cosmogonías dentro de la trayectoria del diálogo intercultural entre iguales” (Forero, 2013, p. 254).

Facebook, por ser una plataforma de libre contenido, posibilita generar y compartir todo tipo de conocimientos y visiones del mundo, sin embargo tiene cierta estructura que indica que caminos seguir o como se debe manejar las herramientas y aplicaciones de la red social digitales. Un apartado interesante es el idioma que utiliza la interfaz. Un usuario nuevo tiene la opción de elegir el idioma de entre una lista de idiomas, en donde por supuesto no se encuentran los idiomas autóctonos de los pueblos ancestrales (Auzoa, 2012).

El hecho de Facebook es trasladar las personas, las relaciones y los acontecimientos, del mundo físico a la digital, si lo que se publica en los muros y lo que se escribe en los chats tiene que ver con sucesos del mundo real de hecho la red social sería un lugar idóneo para visualizar los procesos de modificación o adaptación cultural de los adolescentes indígenas.

Para Capón (2012) las redes sociales son nuevos espacios públicos para mostrarse, y desarrollar relaciones personales en el entorno global y relaciones virtuales en el mundo entero.

“Antes del Internet y las redes sociales el círculo de amigos se limitaba al barrio, colegio, familia, hoy desde un computador se puede estar en varios países a la vez. Las redes sociales como Facebook son sin duda las nuevas vitrinas a través de las cuales las personas se exhiben. Estas se han convertido en el nuevo espacio público, entendido como el nuevo escenario de la interacción social cotidiana, de acuerdo a la teoría de Habermas” (Capón, 2012, p. 88-92).

Esto podría suponer un arma de doble filo para las culturas indígenas ya que tener un lugar en Facebook para exhibir las costumbres ancestrales, retroalimentar significados y trabajar en interculturalidad sería muy provechoso. Las opciones para compartir fotos y videos, mostrarían al mundo entero la vida en el altiplano de los Andes. También podría ser un lugar en donde los adolescentes reciban cargas enormes de información de distintos sectores y formas de ver el mundo, que terminen confundiendo y haciendo olvidar ¿quién es? y ¿cómo son los suyos? Todo esto sin olvidar que la mediación simbólica en Facebook, no es la única, ni la más importante a la que están sometidos los adolescentes. Más bien es el sitio donde se visibilizan las distintas mediaciones (Sánchez, 2013, p. 23).

Marc Prensky fue uno de los primeros en proponer una denominación para el estudio de la actual generación de niños y jóvenes que han crecido rodeados de medios electrónicos, Prensky (2001b) propuso la denominación “nativos digitales” para aquellos nacidos después de 1980.

Los nativos digitales, según Prensky, están acostumbrados a recibir información de forma rápida, a los procesos paralelos y a la multitarea; prefieren los gráficos al

texto; les gusta el acceso aleatorio (hipertexto); funcionan mejor en red; quieren la gratificación inmediata y frecuente y prefieren los juegos al trabajo serio. Estas características habrían, según Prensky, provocado tremendos cambios en las formas de relación, comunicación y aprendizaje de los nativos digitales (Prensky, 2001).

El término NML (*New Millenium Learners*) o *millennials* fue utilizado por primera vez por los sociólogos e historiadores generacionales Howe y Strauss en un ensayo titulado “*Millennials rising: the next great generation*”, obra en la que apuntaban que las generaciones del nuevo milenio son aquellas que por primera vez han crecido envueltas por medios digitales, de modo que la mayor parte de sus actividades relacionadas con la comunicación entre iguales y la gestión del conocimiento, en el sentido más amplio, están mediatizadas por estas tecnologías; además se considera que esta generación es optimista, orientada a la consecución de logros, tiene confianza en sí misma, orientada al grupo, adepta a los ordenadores, extremadamente creativa con la tecnología y muy acostumbrada a las multitareas. (Howe. 2000).

Los *millennials*, Según Howe, existen más etiquetas (*google generation, cyberkids*, etc.) todas vienen a destacar las características que mencionan las conceptualizaciones expuestas y que, a grandes rasgos, podrían resumirse en: rápido procesamiento de la información y búsqueda activa de la misma, gusto por la interactividad, el hipertexto y la inmediatez y preferencia por la red como manera de funcionamiento. Todas estas propuestas destacan el cambio radical que supone la introducción de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana de los jóvenes y anuncian una serie de consecuencias que, en forma casi de profecía, han traído cierto alarmismo y poca evidencia empírica al debate en este campo.

Los nativos digitales no permiten profundizar en factores que podrían explicar la variabilidad entre generaciones, como aquellos de orden contextual, histórico, cultural económico y político. Dichos factores configuran las trayectorias de vida de cada generación y, como nichos de desarrollo individual y social (Torres, 2009).

La relación de los jóvenes con las nuevas tecnologías, dados los cambios que ha introducido en sus rutinas y prácticas, ha despertado gran interés sociológico, el

fenómeno ha recibido distintas etiquetas basadas en criterios generacionales (*net generation, digital natives, millennials*) que han sido difundidas ampliamente en distintas esferas sociales.

A partir de la memoria de las prácticas y experiencias de subversión y resistencia cultural de los pueblos indígenas, los movimientos sociales y las fuerzas políticas de progreso en países como México, Chile o Colombia, los regímenes autoritarios han tenido que confrontarse como resultado, en los últimos tiempos, con las nuevas generaciones de nativos digitales dispuestos a apropiarse de las redes e impugnar el lugar hegemónico de los medios tradicionales. La inspiración de las nuevas miradas y saber hacer productivo en el uso de las nuevas tecnologías alientan así, de este modo, nuevos procesos de transformación de la esfera pública que permean y cuestionan la agenda *setting* de los llamados medios oficiales (Sierra, 2012).

Distintos autores han conceptualizado con diferentes denominaciones a la juventud que ha crecido rodeada de nuevas tecnologías, Nativos digitales, *net generation, google generation o millennials* son algunas de las etiquetas que se han utilizado para dar nombre a ese fenómeno.

Estudios acerca de la inserción de los pueblos indígenas a la era digital, realizan una sólida defensa a la postura que el acceso a las tecnologías ayuda a los pueblos indígenas de diferentes maneras. Por otro lado, también es posible encontrar la postura que está en contra de las tecnologías, puesto que pueden desintegrar a una cultura, “La manera paradójica en que la globalización ataca y fomenta la diversidad cultural: amenaza con convertir el enriquecedor diálogo de culturas en un monólogo y, a la vez, generar oportunidades a nuevos y a varios actores sociales” (Hernández, 2003, p. 5).

Esto conlleva a que la representación colectiva de las etnias se identifique y construya como los otros, reproduciendo su identidad desde fuera de la identidad chilena. Más aún, esta construcción de identidad étnica se ve quebrantada por la constante discriminación que sufren algunas personas con rasgos étnicos, lo que trae como consecuencia la negación de pertenecer a los pueblos indígenas, olvidado

todo lo relacionado con su cultura, es decir, sus tradiciones, costumbres y lenguas (Bacallao, 2016).

Conocidos en otras partes del mundo como '*millennials*', los jóvenes '*trendsetters*' estudiados representan otra forma de hacer y habitar la ciudad de México. '*Trendsetter*' es un categoría del 'marketing' que significa "posicionados en la tendencia" (de estilos de vida por venir), si bien sólo recientemente he encontrado un mejor término, el de "emprendedores culturales", aquí lo uso para referirme a aquellos jóvenes integrantes de la categoría de personas que (Hannerz, 1998), denomina "especialistas de la expresión" o "personas que se ocupan de la cultura" que viven en las ciudades mundializadas. Los '*trends*' son jóvenes nacidos en la ciudad y tienen entre 21 y 32 años de edad; solteros y sin hijos, viven con su familia de origen o comparten departamento con algún familiar y/o amigo(a).

La relevancia social que los jóvenes nacidos en este periodo están adquiriendo como consecuencia de sus habilidades tecnológicas y el uso cotidiano de las mismas, ya fue advertido desde un momento muy temprano como elemento de relevancia suficiente para considerarlos como una generación con una identidad propia (Lazo, 2011, p. 7). Igualmente, desde el primer momento se han utilizado distintas denominaciones para esta generación, destacando las acuñadas en el año 2000 por Howe y Strauss (*millennials*) y, en el año 2001 por Prensky (nativos digitales), que han alcanzado gran popularidad y consenso para identificar a estos jóvenes. Sin embargo, existen ya voces que advierten que podríamos encontrarnos ante la existencia de una generación posterior a los *millennials*, tal y como señalan Meister y Willverd (2010), que denominan "generación 2020" y que incluiría a los nacidos a partir del año 1997.

En todo caso, como acertadamente advierte Morduchowicz (2009), hay que considerar que si bien las distintas generaciones tienen unas características que definen el comportamiento de los individuos que las conforman, no es menos cierto que estos comportamientos pueden ser diferentes en función de los hábitos y comportamientos de los individuos.

Por otra parte, aunque hay un estereotipo que sugiere que los *millennials* son exclusivamente adolescentes, lo cierto es que los niños empiezan su exposición a las tecnologías digitales a una edad cada vez más temprana. De acuerdo con un reciente estudio norteamericano (Wartella, 2003), los niños con edades inferiores a los seis años de edad dedican en promedio unas dos horas al día a realizar actividades frente a una pantalla y prácticamente el mismo tiempo a jugar, lo cual en ambos casos es una cantidad mucho mayor a la que invierten en leer o en que se les lea (39 minutos diarios). La mitad de los niños de este grupo de edad han utilizado ya un ordenador alguna vez: así, entre niños con edades comprendidas entre los 4 y los 6 años de edad, el 27% pasa más de una hora al día utilizando un teclado (Heras, 2003).

Con estos antecedentes, se puede afirmar que el presente proyecto está enmarcado dentro de una temática de gran interés en los últimos tiempos, por tanto, cuenta con el respaldo de estudios previos, los cuales pueden aportar información valiosa

Fundamentación

Filosófica

Este proyecto se basa en un paradigma crítico propositivo, ya que puede afirmar que la realidad se transforma, está en constante cambio, siempre queda abierto un conocimiento científico para que sea modificado o reemplazado.

La visión es mantener las culturas y tradiciones del pueblo *Kichwa* Salasaka, así que con esta referencia se puede entender que el conocimiento no se hereda, sino que se construye con el pasar del tiempo y que es imposible que los y las adolescentes del Pueblo *Kichwa* Salasaka, estén sujetos solo a su cultura ancestral, ya que las nuevas experiencias y conocimientos van modificando constantemente su identidad.

Epistemológico

El trabajo de investigación se enmarca en un contexto cambiante y dinámico, en donde el ser humano es agente activo en la construcción de la realidad; de hecho la construcción del conocimiento científico se logró a través de la investigación cualitativa en el que los sujetos involucrados se hallaron comprometidos con el problema; mientras que, la teoría científica se construye dentro de una oscilación dialéctica que es característica esencial de la hermenéutica; el conocimiento en los procesos comunicativos internos del Pueblo *Kichwa* Salasaka, son un factor importante en la realización de la investigación porque forma, educa, guía e imparte conocimiento siendo una tarea difícil, este proyecto se fundamentó en la capacidad teóricos prácticos de comunicación a través de los medios digitales para proponer una solución al problema planteado.

Axiológica

La investigación se centró en los valores, ya que no se conforma con el saber, sino que asume el compromiso de cambio, tomando en cuenta el contexto socio-cultural en el que desarrolla el problema, respetando valores de nuestros ancestros *yaku, niña, waira, pacha mama*. (Agua, fuego, aire, tierra), morales, étnicos y políticos de todos quienes estuvieron inmersos en la investigación; además, otro valor en los que se fundamentó el trabajo fueron: la puntualidad se constituye por el esfuerzo de estar a tiempo en el lugar adecuado, el respeto que es una de las bases sobre la que se sustenta la ética y la moral en cualquier campo y en cualquier época.

Ontológica

Este trabajo se fundamenta en la evaluación de la comunicación digital, que en la realidad está en continuo cambio porque la ciencia con sus verdades científicas tienen un carácter perfectible; a su vez entre los seres vivos, el humano para sobrevivir necesita aprender y apartarse al medio ser autónomo y utilizar adecuadamente la libertad.

Sentirse aceptado dentro de un grupo social es una de las necesidades del ser humano, ya que al formar parte de un grupo o vínculo el individuo se desarrolla y adquiere habilidades que le permiten comunicarse, por tal motivo este trabajo busca resolver o comprender las necesidades que llevan a los nativos y *millennials* digitales al usar las redes sociales digitales en el entorno del pueblo *Kichwa* Salasaka.

Legal

DECLARACIONES MUNDIALES

Declaración de las Naciones Unidas sobre los derechos de los pueblos indígenas.

Artículo 1

1. Los indígenas tienen derecho, como pueblos o como individuos, al disfrute pleno de todos los derechos humanos y de las libertades fundamentales reconocidas en la Carta de las Naciones Unidas, la Declaración Universal de Derechos Humanos y las normas internacionales de derechos humanos.

Artículo 11

1. Los pueblos indígenas tienen derecho a practicar y revitalizar sus tradiciones y costumbres culturales. Ello incluye el derecho a mantener, proteger y desarrollar las manifestaciones pasadas, presentes y futuras de sus culturas, como lugares arqueológicos e históricos, objetos, diseños, ceremonias, tecnologías, artes visuales e interpretativas y literaturas.

Artículo 12

1. Los pueblos indígenas tienen derecho a manifestar, practicar, desarrollar y enseñar sus tradiciones, costumbres y ceremonias espirituales y religiosas; a mantener y proteger sus lugares religiosos y culturales y a acceder a ellos privadamente; a utilizar y controlar sus objetos de culto, y a obtener la repatriación de sus restos humanos.

2. Los Estados procurarán facilitar el acceso y/o la repatriación de objetos de culto y de restos humanos que posean mediante mecanismos justos, transparentes y eficaces establecidos juntamente con los pueblos indígenas interesados.

Artículo 13

1. Los pueblos indígenas tienen derecho a revitalizar, utilizar, fomentar y transmitir a las generaciones futuras sus historias, idiomas, tradiciones orales, filosofías, sistemas de escritura y literaturas, y a atribuir nombres a sus comunidades, lugares y personas, así como a mantenerlos.

2. Los Estados adoptarán medidas eficaces para asegurar la protección de ese derecho y también para asegurar que los pueblos indígenas puedan entender y hacerse entender en las actuaciones políticas, jurídicas y administrativas, proporcionando para ello, cuando sea necesario, servicios de interpretación u otros medios adecuados.

El documento hace hincapié en el derecho de los pueblos indígenas a vivir con dignidad, a mantener y fortalecer su propia cultura.

CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus símbolos.

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelará que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las 26 personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.
3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

En la sección octava perteneciente a ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales de la Constitución de la República del Ecuador:

Capítulo 5

De los derechos colectivos

Sección primera - De los pueblos indígenas y negros o afroecuatorianos.

Art. 83.- Los pueblos indígenas, que se autodefinen como nacionalidades de raíces ancestrales, y los pueblos negros o afroecuatorianos, forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible.

Art. 84.- El Estado reconocerá y garantizará a los pueblos indígenas, de conformidad con esta Constitución y la ley, el respeto al orden público y a los derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

1. Mantener, desarrollar y fortalecer su identidad y tradiciones en lo espiritual, cultural, lingüístico, social, político y económico.
2. Conservar la propiedad imprescriptible de las tierras comunitarias, que serían inalienables, inembargables e indivisibles, salvo la facultad del Estado para declarar su utilidad pública. Estas tierras estarán exentas del pago del impuesto predial.

- 3.** Mantener la posesión ancestral de las tierras comunitarias y a obtener su adjudicación gratuita, conforme a la ley.
- 4.** Participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen en sus tierras.
- 5.** Ser consultados sobre planes y programas de prospección y explotación de recursos no renovables que se hallen en sus tierras y que puedan afectar os ambiental o culturalmente; participar en los beneficios que esos proyectos reporten, en cuanto sea posible y recibir indemnizaciones por los perjuicios socio ambientales que les causen.
- 6.** Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural.
- 7.** Conservar y desarrollar sus formas tradicionales de convivencia y organización social, de generación y ejercicio de la autoridad.
- 8.** A no ser desplazados, como pueblos, de sus tierras.
- 9.** A la propiedad intelectual colectiva de sus conocimientos ancestrales; a su valoración, uso y desarrollo conforme a la ley.
- 10.** Mantener, desarrollar y administrar su patrimonio cultural e histórico.
- 11.** Acceder a una educación de calidad. Contar con el sistema de educación inter cultural bilingüe.
- 12.** A sus sistemas, conocimientos y prácticas de medicina tradicional, incluido el derecho a la protección de los lugares rituales y sagrados, plantas, animales, minerales y ecosistemas de interés vital desde el punto de vista de aquella.
- 13.** Formular prioridades en planes y proyectos para el desarrollo y mejoramiento de sus condiciones económicas y sociales; y a un adecuado financiamiento del Estado.

14. Participar, mediante representantes, en los organismos oficiales que de termine la ley.

Artículo 385 literal 3, establece lo siguiente: Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir.

En la ley de Propiedad Intelectual:

Artículo 23, literal 9 se encuentra lo siguiente: el derecho de la libertad de la opinión y la expresión de pensamiento en todas las formas a través de cualquier medio de comunicación.

Ley orgánica de comunicación.

TÍTULO I

Disposiciones preliminares de comunicación

Art. 4.- Contenidos personales en internet.- esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emite a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones otras leyes que se comente del internet.

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.- los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y de derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los Instrumentos de derechos humanos.

CAPITULO II

Derechos a la comunicación

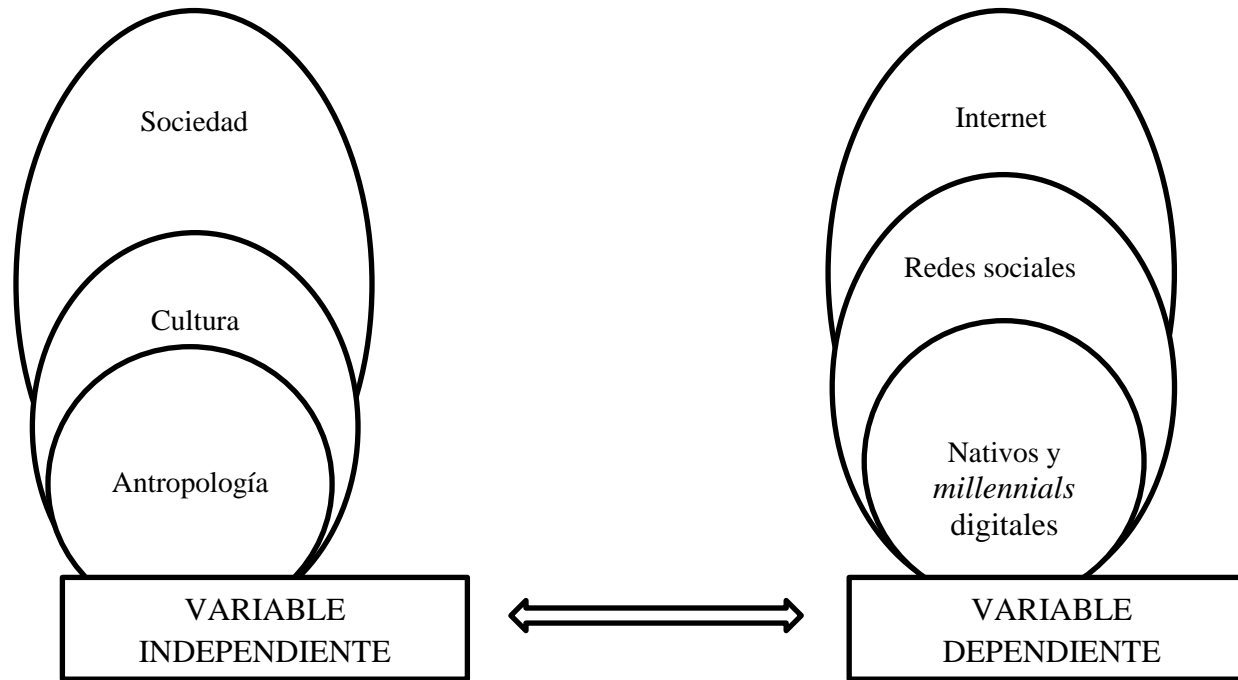
SECCIÓN I

Derechos de libertad

Art. Derecho a la libertad de expresión y opinión.- Todas las personas tienen derecho a expresar y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y será responsable por sus expresiones de acuerdo a la ley.

Categorías Fundamentales

Gráfico N°. 2: Categorías Fundamentales

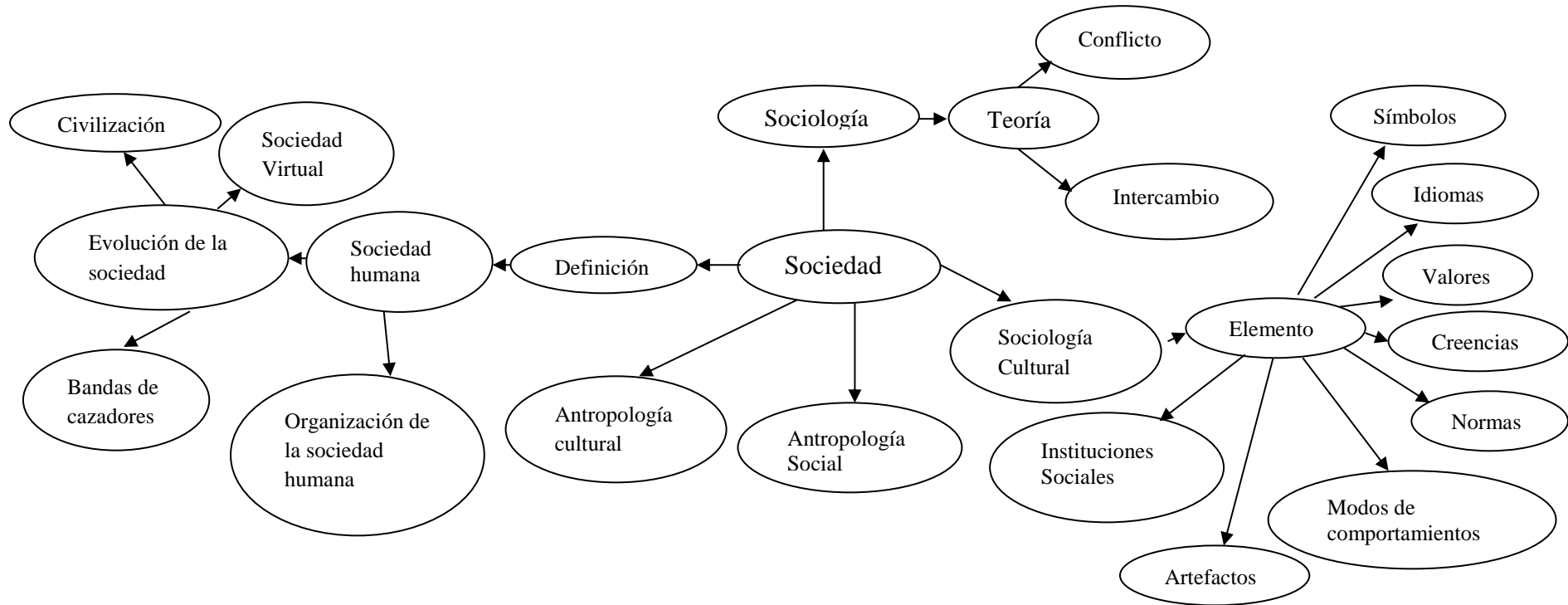


Fuente: Investigador

Elaborado por: José Masaquiza

Constelación de ideas de las variables Independientes.

Gráfico N°. 3: Constelación de la Variable Independiente

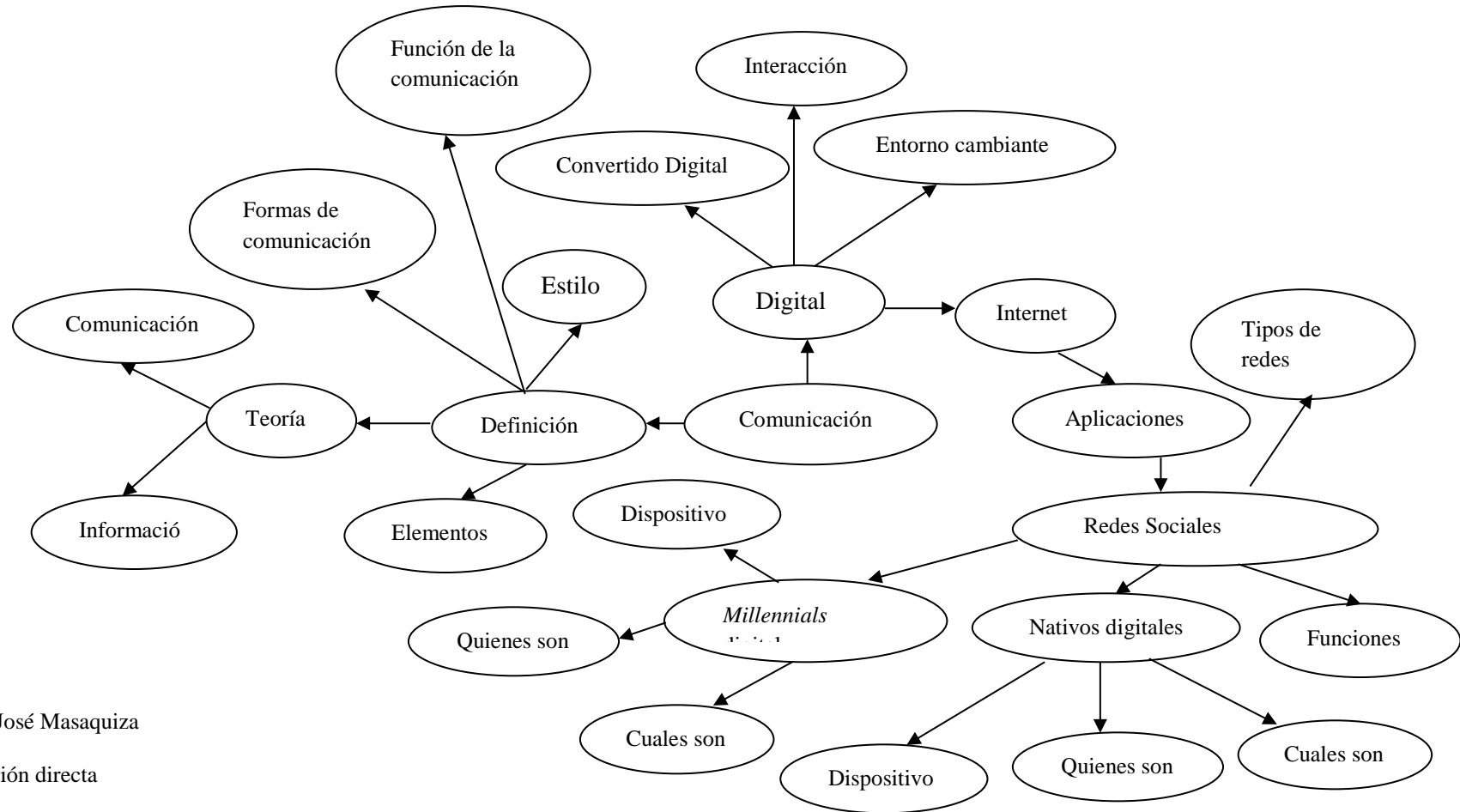


Fuente: José Masaquiza

Observación directa

Constelación de ideas de las variables Dependiente

Gráfico N°. 4: Constelación de la Variable Dependiente



Fuente: José Masaquiza

Observación directa

SOCIEDAD.

En términos de Spencer Herbert (2007, p. 232) sociedad “es más que un nombre colectivo para referirse a cierto número de individuos”, en este pensamiento hace referencia a personas que se agrupan para identificarse, a su vez Arnaiz (2008), define “Sociedad la agrupación de familias origina la sociedad. Familia y sociedad tienen una misma raíz; la étnica”, en este antecedente, originalmente la sociedad inicia como etnia cultural, influenciado unos a otros la forma de actuar en un mismo entorno, que con el pasar del tiempo tiende a cambiar y actualizar sus nuevas formas de vida.

La sociedad es la cuna del ser humano, es por medio de ellas, que se puede desarrollarse como tal; ya en la antigüedad, se tomaban muy en serio el tema de la sociedad, y fue así como Aristóteles, en la antigua Grecia antes del nacimiento de Cristo, manifestaba de que el hombre era un ser social por naturaleza, ya que éste, es un ser perfectible y necesita de la sociedad para perfeccionarse (Merino, 2008).

Cada integrante de la sociedad debe recibir todo, por lo mismo, el fin último de toda sociedad, según esta corriente de pensamiento, es el bien común, postura que también defendió Santo Tomás (Área, 2015).

Definición de la sociedad.

Sociedad es un concepto polisémico, que designa a un tipo particular de agrupación de individuos que se produce tanto entre los humanos (sociedad humana o sociedades humanas, en plural) como entre algunos animales (sociedades animales), en ambos casos, la relación que se establece entre los individuos supera la manera de transmisión genética e implica cierto grado de comunicación y cooperación, que en un nivel superior (cuando se produce la persistencia y transmisión generacional de conocimientos y comportamientos por el aprendizaje) puede calificarse como "cultura" (Castells, 2006)

Sociedad humana.

Aunque usados a menudo como sinónimos, cultura y sociedad son conceptos distintos: la sociedad hace referencia a la agrupación de personas, mientras que la cultura hace referencia a toda su producción y actividad transmitida de generación en generación a lo largo de la historia, incluyendo costumbres, lenguas, creencias y religión, arte, ciencia, comida, relaciones, entre otros (Lenski, 1974).

La diversidad cultural existente entre las diferentes sociedades del mundo se debe a la diferenciación cultural que ha experimentado la humanidad a lo largo de la historia debido principalmente a factores territoriales, es decir, al aislamiento e interacción entre diferentes sociedades; por definición, las sociedades humanas son entidades poblacionales. Dentro de la población existe una relación entre los sujetos y el entorno; ambos realizan actividades en común y es esto lo que les otorga una identidad propia. De otro modo, toda sociedad puede ser entendida como una cadena de conocimientos entre varios ámbitos: económico, político, cultural, deportivo y de entretenimiento (Effland, 1998).

Los habitantes, el entorno y los proyectos o prácticas sociales hacen parte de una cultura, pero existen otros aspectos que ayudan a ampliar el concepto de sociedad y el más interesante y que ha logrado que la comunicación se desarrolle constantemente es la nueva era de la información, es decir la tecnología alcanzada en los medios de producción, desde una sociedad primitiva con simple tecnología especializada de cazadores muy pocos artefactos hasta una sociedad moderna con compleja tecnología muchísimos artefactos prácticamente en todas las especialidades (Santacruz, 2016).

También, es importante resaltar que la sociedad está conformada por las industrias culturales; es decir, la industria es un término fundamental para mejorar el proceso de formación socio cultural de cualquier territorio, este concepto surgió a partir de la Revolución Industrial, y de ésta se entiende que fue la etapa de producción que se fue ejecutando en la sociedad en la medida en que el hombre producía más conocimiento y lo explotaba en la colectividad. En la sociedad, el sujeto puede

analizar, interpretar y comprender todo lo que lo rodea por medio de las representaciones simbólicas que existen en la comunidad. Es decir, los símbolos son indispensables para el análisis social y cultural del espacio en que se encuentra el hombre y a partir de la explicación simbólica de los objetos se puede adquirir una percepción global del mundo, la sociedad de masas está integrada por diversas culturas y cada una tiene sus propios fundamentos e ideologías que hacen al ser humano único y diferente a los demás.

Organización de la sociedad humana.

La sociedad humana se formó con la propia aparición del hombre. En la prehistoria, la sociedad estaba organizada jerárquicamente, donde un jefe siempre era el más fuerte, más sabio del grupo, ocupando el poder, no fue hasta la época griega cuando esta tendencia absolutista del poder cambió, dando paso a un sistema social en el que los distintos estamentos de la sociedad, dejando fuera del sistema a los esclavos, podían ocupar el poder o unirse para ocuparlo, originando la aparición de la política (Santacruz, 2016).

Evolución de la sociedad.

Este sistema es similar a uno anterior desarrollado por los antropólogos Morton, H. Fried, un teórico del conflicto y Elman Service, un teórico de la integración, que han establecido un sistema de clasificación para las sociedades en todas las culturas humanas, basado en la evolución de la desigualdad social y el papel del Estado. Este sistema de clasificación incluye categorías:

Bandas de cazadores recolectores que son grupos pequeños inferiores a 100 individuos, categorización de deberes y responsabilidades.

Civilizaciones que son jerarquías sociales complejas y organizadas, gobiernos institucionales.

La humanidad donde que descansan todos los elementos de la sociedad, incluyendo sus creencias.

La sociedad virtual, basada en su identidad en línea, que está evolucionando en la era de la información.

Con el tiempo, algunas culturas han evolucionado hacia formas más complejas de organización y control. Esta evolución cultura tiene un profundo efecto en los patrones de la comunidad. Las tribus de cazadores recolectores asentados en torno a las reservas de alimentos de cada temporada llegaron a establecer aldeas agrarias. Las ciudades se convirtieron en ciudades – estado y en estados nación” (Santacruz, 2016).

LA CULTURA.

La palabra cultura tiene varias definiciones desde diferentes disciplinas y enfoques teóricos.

Cultura se deriva de la palabra latina *colere*, utilizada para la labranza, que significaba cultivo, cuidado o agricultura. Tomando como referencia esta representación, Cicerón utiliza la metáfora de *culturaanimi*, es decir, “cultivo del alma”, que nos aproxima al sentido que en la actualidad tiene el término.

Durante el Renacimiento el término cultura se utilizó para denominar el proceso educativo de artistas, filósofos, literatos, quienes ejercían el poder y que formaban un grupo de élite (Gutiérrez, 2003).

Entonces se consideraba que sólo este conjunto de personas estaba dentro del proceso cultural. Gutiérrez (2003) señala que por ello la palabra cultura adquiere primero el significado de urbanidad, cortesía, refinamiento de costumbres, entre otras características.

Jiménez (2011) menciona que con el paso del tiempo, la palabra cultura se entiende como la formación de la mente, por lo que pasó de cultura, para indicar el cultivo de la mente.

Desde el punto de vista antropológico se entiende por cultura a las prácticas materiales y de significación, al mismo tiempo, de continua producción,

reproducción y transformación de las estructuras materiales y de significación que organizan la acción humana (Rodríguez, 2010).

La cultura es inherente al género humano, porque es el resultado de los conocimientos que se han ido acumulando a través del tiempo y que diferencian a cada grupo social, de acuerdo a sus etapas históricas y su ubicación geográfica.

Además, se señala que la cultura es la totalidad de las reacciones y actividades mentales y físicas, que caracterizan la conducta de los individuos que componen un grupo social, colectiva o individualmente (Boas, 1938).

Por otro lado, se plantea que la cultura es un todo complejo, que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres; en general, los diversos hábitos y capacidades adquiridos por el hombre. La cultura constituye un sistema de interrelaciones entre los procesos individuales, sociales, históricos del comportamiento colectivo (Tylor, 1871).

La cultura está presente en todas las sociedades, por los rasgos que la identifican y la diferencian de otras, como son: idioma, dialecto, valores, costumbres, tradiciones, leyendas, rituales, religión, uso de horario, clima, forma de vestir, entre otros.

Para Rodríguez (2010) este concepto de cultura relaciona con la integración al grupo étnico, la autoestima y el plan de vida se desarrollan en este mismo rubro del concepto de cultura (P.52).

La autoestima, identidad con su grupo de pertenencia en el caso de los indígenas, identidad étnica y el plan de vida. Son los rasgos específicos de una cultura, derivados de una visión objetiva y específica.

Considera a la cultura como un iceberg, porque la cultura interna engloba a la conducta, creencias y valores, se enfoca más a los sentimientos y a las ideas. Mientras que la cultura externa puede ser adquirida a través de la observación, educación o de la instrucción y es fácil de aprender y de cambiar por ejemplo las costumbres, comida y lenguaje (Weaver, 1998).

En conclusión las funciones de la cultura son dos, la primera es relacionar los aspectos de una sociedad como son: el lingüístico, el físico y el psicológico.

El lingüístico porque busca una comunicación con las personas que poseen valores y creencias similares; el físico porque permite que la colectividad se desarrolle en un ambiente propio y el psicológico se enfoca a las actividades mentales, en lo que se cree o se ha aprendido.

La segunda función es la de proporcionar estabilidad y seguridad a quienes forman parte del grupo, al vivir de acuerdo a sus tradiciones y costumbres.

La cultura permite entender la identidad étnica, por ello es importante conocer el proceso social que cada pueblo ha tenido para llegar a tener unas determinadas características culturales; saber por ejemplo, que una comunidad es eminentemente agrícola, es importante, pero es más importante conocer por qué las manifestaciones culturales es el centro de su identidad, llevaría a un sistema de celdas aisladas en el que nadie podría referirse a ámbitos en que rigen diferentes escalas de valor (Frow, 1995).

¿Qué es la cultura?

Se dice que hay tantos conceptos de cultura como cuantos autores lo hayan tratado, para esta reflexión se adapta un concepto que ayuda a tener una visión de conjunto:

La cultura constituye el conjunto articulado de expresiones materiales y no materiales que caracterizan a un pueblo. Es la forma que un pueblo tiene de ver el mundo y de entenderlo. Los conocimientos, el idioma, las creencias, el arte, los valores, las normas, las costumbres, las formas de organización, hábitos y actitudes son parte de la cultura. Este conjunto articulado de expresiones materiales y no materiales es un fenómeno en permanente cambio, que evoluciona en función de su propia dinámica y de los contactos que se dan con otras culturas (Tiban, 2009)

La sociología.

La sociología es una ciencia que se dedica al estudio de los grupos sociales (conjunto de individuos que conviven agrupados en diversos tipos de asociaciones). Esta ciencia analiza las formas internas de organización, las relaciones que los sujetos mantienen entre sí y con el sistema, y el grado de cohesión existente en el marco de la estructura social (Berlin, 1967).

Podría decirse que la sociología existe desde mucho tiempo antes que se desarrollará como ciencia o que se delimitará su objeto de estudio. En el siglo V antes de Cristo, Heródoto se dedicó a realizar completas descripciones de las costumbres y los rituales de diversos pueblos. Ibn Jaldún, por su parte, fue quien proclamó la noción de *Ilm el Iytima* (la ciencia de la sociedad o de lo social) (Real Academia Española, 2016).

Auguste Comte, por su parte, fue el encargado de dar forma al concepto de sociología, cuando en 1838 presentó su Curso de Filosofía Positiva. La sociología se consolidó como una ciencia autónoma recién a mediados del siglo XIX. Ya avanzado el siglo XX, comenzaron a diferenciarse diferentes escuelas y corrientes dominantes (Michell, 1994).

En este sentido resulta interesante hacer un pequeño paréntesis para establecer que la Sociología a lo largo de la Historia no ha dejado indiferente. De ahí que grandes pensadores de todos los tiempos como el alemán Max Weber la definiera a aquella como la ciencia que se encarga de una misión muy concreta. Para él aquella disciplina lo que hace es enfrentarse a la acción social para así poder acometer la explicación causalmente, desde un enfoque de conocimiento llamado interpretativo, tanto su desarrollo como sus efectos (Goffman, 1959).

La sociología puede ser estudiada a partir de distintos métodos: el cualitativo, que incluye descripciones y explicaciones detalladas de conductas, situaciones y sujetos, y que además puede incluir el relato de los participantes contado por ellos mismos; y el método cuantitativo, que se encarga de las variables que pueden ser representadas por valores numéricos (números) y que permiten buscar posibles relaciones a través del análisis estadístico (Alatas, 2006).

En cuanto a los principales paradigmas sociológicos, pueden destacarse el funcionalismo (que afirma que las instituciones sociales son medios desarrollados en forma colectiva para satisfacer necesidades de la sociedad), el marxismo (la teoría del conflicto), el estructuralismo, el interaccionismo simbólico y la teoría de sistemas (Durkheim, 1997).

Así, hoy día es muy frecuente que se recurra a esta ciencia del individuo para llevar a cabo interesantes estudios entorno a aspectos latentes en nuestra sociedad que nos preocupan o interesan. En este sentido, es frecuente que se realicen estudios de corte sociológico para determinar el comportamiento de los jóvenes ante las drogas o el alcohol. A través de aquellos se obtendrán datos de las edades en las que comienzan a consumir, de los motivos que les llevan a beber o de si se sienten presionados por su grupo de amigos para hacerlo.

Teorías relacionadas a la Sociología.

Teorías del Conflicto.

La teoría del conflicto es una de las grandes escuelas de la teoría sociológica moderna, es considerada como desarrollo que se produjo en reacción a la estática del funcionalismo estructural. Durante las décadas de 1950 y 1960 la teoría del conflicto proporcionó una alternativa al funcionalismo estructural, pero ha sido superada recientemente por las teorías *neomarxianas*. La teoría del conflicto está íntimamente vinculada a la teoría de los juegos y a los estudios y escuelas sobre negociación (Ritzer, 2001).

Entre los más prominentes pensadores son enfoque sociológico de los últimos tiempos hay que tener en cuenta al pensador francés Michel Foucault (nacido en 1926) y al autor alemán Jurgen Habermas (nacido en 1929). Al igual que los clásicos de la disciplina, estos autores no solo han sido sociólogos sino que se han ocupado ampliamente de la filosofía y de historia. Foucault se ocupó de materias similares a las analizadas por Weber en sus estudios de la burocracia: el desarrollo de las prisiones, hospitales, escuelas y otras organizaciones a gran escala. Por ejemplo, consideraba que la sexualidad siempre está vinculada al poder social y cuestionaba la idea de que un mayor conocimiento conduzca a una mayor libertad,

porque lo concebía como una forma de “etiquetar” a las personas y de controlar (Michel, 1994).

Teoría del intercambio.

El conductismo está más vinculado a la psicología, pero en sociología tiene una influencia directa en la sociología conductista y una influencia indirecta en la teoría del intercambio. El sociólogo conductista se ocupa de la relación entre los efectos de la conducta de un actor sobre su entorno y su influencia sobre la conducta posterior del actor. Los conductistas se interesan mucho por las recompensas y los costes de las acciones. Las recompensas se definen por su capacidad de reforzar la conducta, mientras los costes reducen la probabilidad de la conducta. En este sentido, el conductismo en general, y la idea de recompensas y costes en particular, han influido poderosamente en la primera teoría del intercambio (Pellón, 2013).

La teoría del intercambio de Peter Blau se diferencia en distintas facetas con la de Homans, la meta de Blau era contribuir a una comprensión de la estructura social sobre la base de un análisis de los procesos sociales que rigen las relaciones entre los individuos y los grupos. La cuestión básica es cómo se llega a organizar la vida social en estructuras cada vez más complejas de asociaciones entre personas (Mead, 1999).

Teoría de sistemas.

Buckley Walter (1967) aborda una cuestión de importancia central: las ventajas de la teoría de sistemas para la sociología. En primer lugar, dado que la teoría de sistemas se deriva de las ciencias naturales y dado que, al menos a los ojos de sus exponentes, es aplicable a todas las ciencias sociales y conductistas, ofrece un vocabulario que las unifica. En segundo lugar, la teoría de sistemas incluye varios niveles de análisis y puede aplicarse igualmente a los aspectos macro más objetivo y a los aspectos micro más subjetivo de la vida social. En tercer lugar, la teoría de sistemas se interesa por las diversas relaciones entre los numerosos aspectos del mundo social, y por tanto, milita contra los análisis parciales del mundo social (Roitman, 2008).

La sociología de la cultura.

Área de sociología dedicada al análisis sistemático de la cultura, entendida habitualmente como el conjunto de códigos simbólicos utilizados por los miembros de una sociedad, tal como se manifiestan socialmente. Para Georg Simmel, la cultura se refiere al "cultivo de los individuos, a través de su agencia, de las formas externas que se han objetivado en el curso de la historia". La cultura en el campo sociológico se analiza cómo las formas de pensar y concebir el mundo, las formas de actuar, y los objetos materiales que, en su conjunto, dan forma al modo de vida de un colectivo (Levine, 1971).

Los elementos de la sociología de la cultura.

Símbolo: cualquier cosa que lleva un significado especial reconocido por las personas que comparten la misma cultura.

Idioma: un sistema de símbolos que permite a las personas comunicarse entre sí.

Valores: convenciones culturalmente definidas de deseabilidad, bondad, belleza y muchas otras cosas, que sirven como guías generales para la vida social.

Creencias: declaraciones específicas que las personas toman por verdaderas.

Normas: reglas y expectativas que guían el comportamiento de los miembros de una sociedad. Los dos tipos de normas son los mores y costumbres. Los son normas ampliamente observadas y que tienen un significado moral.

Costumbres: son normas de uso cotidiana, de interacción casual.

Modos de comportamientos: la manera típica en la que la gente realiza la producción (por ejemplo, manual, fabricado, automatizado en diversos grados), se comunican (por ejemplo, idioma de los contenidos, las opciones de tecnología), marcan eventos significativos (por ejemplo, los titulares de los valores que respaldan y que marcan los pasos en la vida personal), satisfacen necesidades básicas (por ejemplo, para vivienda, alimentación, seguridad, sexo, reproducción, entretenimiento), y similares.

Artefactos: objetos materiales distintos, como la arquitectura, tecnologías y creaciones artísticas.

Instituciones sociales: patrones de organización y relaciones en materia de gobierno, producción, socialización, educación, creación de conocimiento, artes, y en relación a otras culturas.

La Antropología social.

La cultura o etnología estudia el comportamiento humano, la cultura, las estructuras de las relaciones sociales. En la actualidad la antropología social se ha volcado al estudio de Occidente y su cultura. Aunque para los antropólogos de los países centrales (EE.UU., Gran Bretaña, Francia, etc.) éste es un enfoque nuevo, hay que señalar que esta práctica es común en la antropología de muchos países latinoamericanos (como ejemplo, la obra de Darcy Ribeiro sobre el Brasil, la de Guillermo Bonfil Batalla y Gonzalo Aguirre Beltrán sobre México, etc.).

Dependiendo de si surge de la tradición anglosajona se conoce como antropología cultural y, si parte de la escuela francesa, entonces se le denomina etnología. Quizá se haya distinguido de la antropología social en tanto que su estudio es esencialmente dirigido al análisis de la otredad (condición de ser otro) en tanto que el trabajo de la antropología social resulta generalmente más inmediato. Uno de sus principales exponentes es Claude Lévi - Strauss, quien propone un análisis del comportamiento del ser humano basado en un enfoque estructural en el que las reglas de comportamiento de todos los sujetos de una determinada cultura son existentes en todos los sujetos a partir de una estructura invisible que ordena a la sociedad. (Mosterín, 2009).

ANTROPOLOGÍA.

La antropología es la ciencia que estudia al ser humano de una forma integral, de sus características físicas como animales y de su cultura, que es el rasgo único no biológico, para abarcar la materia de su estudio, la antropología recurre a herramientas y conocimientos producidos por las ciencias sociales y las ciencias naturales. La aspiración de la disciplina antropológica es producir conocimiento

sobre el ser humano en diversas esferas, intentando abarcar tanto las estructuras sociales de la actualidad (Porto, 2008).

Las facetas diversas del ser humano implican una especialización de los campos de la Antropología, cada uno de los campos de estudio del ser humano implicó el desarrollo de disciplinas que actualmente son consideradas como ciencias independientes, aunque mantienen constante diálogo entre ellas. Se trata de la Antropología física, Arqueología, la Lingüística y la Antropología. Con mucha frecuencia, el término Antropología solo se aplica a esta última, que a su vez se ha diversificado en numerosas ramas (Morgan, 2001).

La antropología se constituyó como disciplina independiente durante la segunda mitad del siglo XIX, uno de los factores que favoreció su aparición fue la difusión de la teoría de la evolución, que en el campo de los estudios sobre la sociedad dio origen al evolucionismo social, entre cuyos principales autores se encuentra Spencer Herbert. Los primeros antropólogos pensaban que, así como las especies evolucionaban de organismos sencillos a otros más complejos (Harris, 1996).

Las sociedades y las culturas de los humanos debían seguir el mismo proceso de evolución hasta producir estructuras complejas como su propia sociedad. Varios de los antropólogos pioneros eran abogados de profesión, de modo que las cuestiones jurídicas aparecieron frecuentemente como tema central de sus obras. A esta época corresponde el descubrimiento de los sistemas de parentesco por parte de Morgan Henry Lewis.

Desde el final del siglo XIX el enfoque adoptado por los primeros antropólogos fue puesto en tela de juicio por las siguientes generaciones. Después de la crítica de Franz Boas a la antropología evolucionista del siglo XIX, la mayor parte de las teorías producidas por los antropólogos de la primera generación se considera obsoleta. A partir de entonces, la Antropología vio la aparición de varias corrientes durante el siglo XIX y el XX, entre ellas las escuela culturista de Estados Unidos, el Estructural – funcionalismo, el Estructuralismo antropológico, la Antropología marxista el *Procesualismo*, el Indigenismo, etc. (Linton, 1972).

La antropología es, sobre todo, una ciencia integradora que estudia al ser humano en el marco de la sociedad y cultura a las que pertenece, y, al mismo tiempo, como producto de esta. Se le puede definir como la ciencia que se ocupa de estudiar el origen y desarrollo de toda la gama de la variabilidad humana y los modos de comportamientos sociales a través del tiempo y el espacio; es decir, del proceso biosocial de la existencia de la especie humana (Renfrew, 1998)

Antropología Cultural.

La antropología cultural, denominada antropología social en Europa, es la rama de la antropología que centra su estudio en el conocimiento del ser humano por medio de su cultura, es decir, costumbres, mitos, creencias, normas y valores que guían y estandarizan su comportamiento como miembro de un grupo social. Dos ramas importantes son la *etnografía* y la *etnología* (Aguirre, 1988).

Los seres humanos, como animales sociales, viven en grupos más o menos organizados, las sociedades humanas. Sus miembros comparten formas de comportamientos que, tomadas en conjunto, constituyen su cultura. La concepción dominante en Occidente hasta el siglo XIX distinguía entre sociedades superiores y sociedades inferiores, esta clasificación estaba basada en el concepto de evoluciones aplicado al conjunto de las sociedades humanas agrupándolas en etapas jerárquicas: Salvajismo, Barbarie y Civilización (San Martín, 1985).

Así los estados de salvajismo (salvajes) y barbarie (bárbaros), eran aplicado a los pueblos periféricos que se consideraban primitivos antes del desarrollo de la antropología científica se consideraba que vivían en “estado de naturaleza”. La antropología cultural en un primer momento (la escuela evolucionista) estuvo de acuerdo con esta concepción jerárquica, con el tiempo a partir de un cambio de paradigma en la investigación de las culturas humanas (Marzal, 1998).

La antropología cultura dio un giro a sus postulados y en la actualidad sostiene, siguiendo el paradigma del relativismo cultural, que no existen pueblos intrínsecamente superiores e inferiores y que buena parte de las experiencias y conceptos considerados naturales o biológicamente dados son en realidad construcciones culturales que comprenden la regla según las cuales se clasifican la

experiencia, se produce esta clasificación en sistemas simbólicos y se conserva y difunde esta clasificación (García, 2001).

En la actualidad el antropólogo cultural estudia todas las culturas, ya sean de sociedades tribales o de naciones civilizadas complejas. Examina todos los tipos de conducta, racional o irracional. Considera todos los aspectos de una cultura, incluidos los recursos técnicos y económicos utilizados frente al medio natural, los modos de relación con otros hombres o las especiales experiencias religiosas y artísticas. No solo se estudian las actividades correspondientes a los diversos aspectos, sino que revisten especial interés sus relaciones recíprocas, por ejemplo, la relación entre la estructura de la familia y las fuerzas económicas o entre las prácticas religiosas y las agrupaciones sociales (Corona, 1992).

El funcionalismo británico.

El funcionalismo se inspiró en la obra en Émile Durkheim. Apelaba al paralelismo estricto entre las sociedades humanas y los organismos vivos (Radcliffe-Brown, cap.8; Durkheim, 2000: cap. V), en lo que respecta a la forma de evolución y conservación. Tanto en las estructuras sociales como en los organismos biológicos, la armonía depende de la interdependencia funcional de las partes. Las funciones, a la luz de este enfoque, son analizadas como obligaciones (comportamientos necesarios) en las relaciones sociales. La función sustenta la estructura social, permitiendo la cohesión fundamental, dentro de un sistema de relaciones sociales.

La antropología en Latinoamérica.

La antropología latinoamericana enraíza en la escuela culturalista estadounidense de Boas. Uno de sus alumnos, Manuel Gamio, fundó la tradición antropológica mexicana, y el mismo Boas dio clases en ese país. Su desarrollo como disciplina científica en casi todos los países latinoamericanos está ligada con la actividad estatal, además, la antropología latinoamericana tiene un fuerte nexo con la arqueología. De hecho, en el período comprendido aproximadamente entre los años 1930 y 1970, en muchos países de América Latina se fundaron instituciones antropológicas paraestatales que tenían la función de planificar y desarrollar

programas de desarrollo dirigidos a la integración de los indígenas en la sociedad nacional (Gamio, 1930).

Posteriormente, durante la década de 1960 y hasta 1980 aproximadamente, la antropología iberoamericana recibió una fuerte influencia del marxismo, que se convirtió en la corriente dominante en muchas de las instituciones formadoras de los antropólogos iberoamericanos. El avance de la teoría marxista en la antropología de la región puso el énfasis de la investigación social en cuestiones relacionadas con el subdesarrollo, las comunidades campesinas, la cuestión indígena y su exclusión con respecto al resto de la sociedad.

Al mismo tiempo, los antropólogos volvieron la mirada a la ciudad, interesados en el fenómeno de la rápida urbanización que se vivía en países como Argentina, Brasil, Ecuador, México o Perú; proceso que iba acompañado de un deterioro en las condiciones de vida de las familias de las primera generaciones suburbanas. Podemos mencionar a varios antropólogos(as) latinoamericanos tales como: Gonzalo Aguirre Beltrán, Héctor Díaz-Polanco, Manuel Marzal, Mirian Goldenberg, Luis Valcárcel, Carlos Reynoso, Federico Kauffmann, Patricio Guerrero Arias, Beatriz Barba, entre otras y otros intelectuales, que han contribuido al desarrollo de esta ciencia en esta región de América.

La antropología en tiempo moderno.

El antropólogo Edward Tylor la define como «el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad».

Antes de la Segunda Guerra Mundial la antropología social británica y la antropología cultural estadounidense mantenían posturas diferentes sobre su método y concepción de la antropología. Tras la guerra, se acercaron hasta crear una antropología sociocultural (Boas, 1964).

En los años 1950 y la mitad de la década siguiente la antropología tendió a modelarse siguiendo la ciencia natural. Algunos, como Lloyd Fallers o Clifford Geertz, se concentraron en los procesos de modernización a través de los cuales se

desarrollarían los nuevos Estados independientes. Otros, como Julián Steward o Leslie White estudiaron la forma en que las sociedades evolucionan sobre su ambiente ecológico una idea popularizada por Marvin Harris.

Código de ética y política en Antropología.

Algunos problemas éticos surgen de la sencilla razón de que los antropólogos tienen más poder que los pueblos que estudian. Se ha argumentado que la disciplina es una forma de colonialismo en la cual los antropólogos obtienen poder a expensas de los sujetos. Según esto, los antropólogos adquieren poder explotando el conocimiento y los artefactos de los pueblos que investigan. Estos,

Punto de la genética se volvió central en este frente.

Recientemente, Kevin B. MacDonald criticó la antropología boasiana como parte de la estrategia judía para acelerar la inmigración masiva y destruir a Occidente (The Culture of Critique, 2002). En tanto que la genética ha avanzado como ciencia, algunos antropólogos como Luca Cavalli - Sforza han dado actualizado el concepto de raza de acuerdo con los nuevos descubrimientos (tales como el trazo de las migraciones antiguas por medio del ADN de la *mitocondria* y del *cromosoma Y*).

Marco Conceptual Variable Dependiente.

INTERNET.

El diccionario de la Real Academia de la Lengua define Internet como: “Red informática mundial, descentralizada formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación. (López, 2014. P. 96) define al internet como “una arquitectura, que permite compartir recursos y datos entre diferentes ordenadores capaces de soportarlo”

Por otro lado se define a Internet como “una red de redes, es decir un conjunto de redes interconectadas a escala mundial, con la particularidad de que cada una de ellas es independiente y autónoma”. Entonces se puede definir al internet como una red que nos permite compartir recursos a escala mundial a través de artefactos que sean capaces de soportar su protocolo de comunicación (Rodríguez, 2008. P. 2. 27).

Uno de los servicios que más éxito ha tenido en Internet ha sido el uso de la web. La www es el conjunto de protocolos sencillos que permite utilizar internet como medio de transmisión.

Otros de los muchos servicios que se encuentran en internet a parte de la web está el envío de correo electrónico, la transmisión de archivos, conversaciones en línea, mensajería instantánea y transmisión de contenido y comunicación multimedia; además telefonía, televisión, boletines electrónicos y juegos en línea entre otros.

Para Granados (2004) “las TIC son aquellos dispositivos que capturan, transmiten y despliegan datos e información electrónica” en este criterio ayuda el desarrollo científico, fortaleciendo el conocimiento de los estudiantes; (Beserril, 2013, p. 3) dice: “dentro de las TIC las computadoras personales, Internet, teléfonos móviles, asistentes personas digitales y todo aquel dispositivo similar”, la comunicación por internet se ha considerado necesario para el desarrollo de la sociedad, a través de herramientas digitales inteligentes, que facilitan la información.

Siguiendo en este ámbito, Molina (2014), menciona Internet es. Una red de computadores dispersos por todo el mundo y que atiende aproximadamente a millones de personas. Las personas pueden tener acceso directo a Internet en sus hogares.

El avance tecnológico ha permitido que la comunicación digital sea rápida sin límites, ni fronteras.

Aplicaciones

El manejo de Internet no requiere excesivos conocimientos técnicos, pero sí es preciso conocer diferentes programas que constituyen el canal de acceso a los contenidos y a las posibilidades de comunicación que ofrece. Las aplicaciones más extendidas:

La Malla Máxima Mundial (MMM), traducción al español de *World Wide Web* (WWW), es el servicio más poderoso que existe hasta ahora para explorar Internet y navegar por los millones de páginas llenas de información. Técnicamente se puede definir como una herramienta de hipermedia de área extensa, capaz de dar acceso a un gran universo de documentos que se encuentran esparcidos por Internet con una interfaz muy atractiva.

Un documento hipermedia contiene texto, imágenes, sonidos, vídeos, formularios, bases de datos. (Que pueden estar distribuidos por diferentes ordenadores) y enlaces a otros documentos del mismo tipo. La manera de organizar la información es mediante el hipertexto, de forma que se puede leer de manera no secuencial, no lineal, el lector es quien marca su propio camino. Se accede a ellas mediante un cliente o navegador o (browser) (Luján, 2001).

Las páginas están encabezadas por una dirección propia (URL) que siempre empieza por `http://`. No es correcto usar el concepto de WWW para referirse a Internet. La web es, simplemente, uno de los múltiples servicios que la malla nos ofrece. La equivocación se suele originar por el hecho de que es, sin duda, el aspecto más atractivo y el que más posibilidades ofrece al usuario de todos los que figuran en la red.

Millones de páginas conectadas, de temas muy variados, una enorme ventana que nos comunica con el mundo que nos rodea. Su uso es ya imprescindible en el mundo de los negocios, la ciencia, la educación, los medios de comunicación, la política,

el ocio, etc. La telaraña mundial se ha convertido en la más colosal base de datos del mundo.

Correo electrónico: Es una aplicación rápida y barata, de gran eficiencia y simple de manejar, y el procedimiento básico de comunicación en Internet. Mediante el correo electrónico, el usuario puede enviar mensajes a destinatarios de cualquier parte del mundo que dispongan de cuenta de correo. Además, puede adjuntar en ellos todo tipo de archivos y documentos (textos, gráficos, sonido, imágenes).

La transmisión de la información se realiza de forma inmediata, por lo que se ha consolidado como medio de comunicación en el mundo laboral, institucional y en el ámbito privado. Aparte de permitir la comunicación entre remitente y destinatario, sirve para suscribirse a publicaciones electrónicas y grupos de noticias, participar en grupos de discusión, entrar en contacto con los servicios que ofrecen las páginas webs o realizar compras en tiendas virtuales.

Los navegadores más populares como *Netscape* o *Internet Explorer* incluyen programas de correo con versiones en muchos idiomas, entre ellos el español. Otros conocidos son *Eudora* o *Pegasus*. El *Cartero* (2000) es un completo cliente de mail totalmente en español que se destaca por su sencillez de uso. El correo electrónico es el producto estrella de Internet. Se calcula en el año 2000 se enviaron un total de 2,6 billones de mensajes de correo electrónico, es decir, 7.000 millones cada día, sin incluir los datos del correo basura.

Grupos de noticia

Tanto esta aplicación como las siguientes, listas de discusión y foros se sirven del correo electrónico. Los grupos de noticias son espacios destinados a la discusión e intercambio de información sobre temas concretos, en los que participan interesados en un mismo tema enviando mensajes por correo electrónico a un tablero electrónico (*bulletin board*) que puede ser consultado por los integrantes del grupo.

Actualmente se calcula que los grupos de noticias llegan a una cifra aproximada de 20.000, con un número elevado de mensajes en cada grupo, lo que supone un tráfico

enorme de correo. Existen grupos de discusión locales, regionales, nacionales e internacionales, que proporcionan material informativo sobre temas muy diversos organizados en grandes subdirectorios, tales como los "sci" (investigación científica), "rec" (actividades lúdicas), "soc" (sociedad), "news" (noticias de Internet), etc.

Hay dos maneras de acceder a los grupos de noticias, que se descargan en nuestro programa de correos: Suscripción a un determinado grupo a través proveedor de acceso a Internet. Mediante motores de búsqueda especializados. Existen sitios en los cuales se puede buscar un grupo de interés (*Google Groups groups.google.com* o *Tile Net News: tile.net/news*).

Foro

El concepto de foro es uno de los más antiguos de Internet: nació con la creación de Usenet, y designaba ese lugar de encuentro para discutir temas de interés común, lo que hemos definido como grupos de noticias. Aquí reservaremos este término para lugares abiertos de debate y discusión dentro de la MMM, estructurados de manera diferente a los anteriores, como una cadena temática, mediante una pregunta inicial, respuestas a la pregunta y eventuales respuestas a las respuestas.

Están alojados en páginas web y se puede participar a través del correo electrónico. Los foros se presentan con un contenido determinado, en la red los hay para todos los temas. Pueden estar o no dirigidos por un moderador. En foros.yupimsn.com/ hay una extensa lista de foros con temática muy variada.

Chat (charlas)

Existen desde hace más de 10 años y es otro de los servicios más usados de Internet. Su éxito reside en el hecho de que permite a los internautas, se conozcan o no, con su identidad verdadera o adoptando una personalidad virtual, la comunicación directa en tiempo real: múltiples participantes se encuentran simultáneamente en salas de tertulia para expresarse por escrito y, en los programas que lo permiten, usando la voz. Aparte de los canales específicos (como el *IRC*, *Microsoft Chat*, *Active World*, etc.)

Muchos servidores y portales, -así como la mayoría de los periódicos, multitud de páginas de temática diferente e incluso páginas personales, ofrecen espacios para charlas. Hay otros programas como el ICQ, AOL *Instant*, o MSN que permiten crear grupo propio de charla con una lista de contactos escogida por el usuario. En la red se puede hablar de cualquier asunto, las personas que entran en una charla lo hacen impulsadas por distintas motivaciones, desde conocer nuevos amigos, intercambiar programas, encontrar un lugar de discusión para los temas que le interesan a cada uno. Las sesiones de charlas suelen ser ligeras, y tienen el tipo de contenidos que se puede esperar de una conversación informal. Como ejemplo de lugar donde se puede acceder a gran número de salas de charla, tenemos MSN en español (Merino J. P., 2011)

Audio y video conferencias

Además de permitir la comunicación por escrito, Internet proporciona también medios para poder hablar con cualquier usuario conectado, de tal manera que podemos usar el ordenador como si fuese un teléfono y establecer conexiones en tiempo real. Las nuevas tecnologías, además, permiten tener una cámara digital conectada al ordenador, lo que hace posible poder oír y ver a nuestro interlocutor y emitir las propias imágenes.

Los programas más populares son *CuSeeMe* y *Netmeeting*. La velocidad de transmisión de datos en Internet todavía lenta, por lo que, en este aspecto, el servicio es manifiestamente mejorable. Hay que señalar que las velocidades actuales en Internet no son suficientes para transmitir vídeos de calidad.

REDES SOCIALES.

“Al hablar de redes llega de inmediato la asociación a las comunidades virtuales de última generación, el Facebook y otras plataformas similares, a las cuales muchos de nosotros estamos suscritos y nos permiten comunicarnos a través de archivos multimedia” (Cáceres, 2011. P. 27). Así mismo (Morduchowicz, 2010, p.32) citan lo siguiente “Las redes sociales son comunidades virtuales. Es decir, plataformas de Internet que agrupan a personas que se relacionan entre sí y comparten información e intereses.”

El portal educativo Tipos de.org define a las redes sociales como “una estructura o forma de interacción social que involucra a un conjunto de personas relacionadas a partir de afinidades o similitudes a nivel profesional, amistad y parentesco”. De define entonces a las redes sociales on-line como un espacio de interacción virtual que permite a cada uno de sus usuarios o adeptos compartir información, para de esta manera comunicarse y realizar actividades de socialización con amigos, familiares y conocidos (Freeman, 1992, p. 12).

Como se sabe las redes sociales online son un espacio de interacción permanente al cual el usuario o suscriptor puede acudir sin importar la hora o el día que sea, debido a que esta plataformas están disponibles para sus usuarios siempre y cuando estos tengan acceso a Internet.

Con el auge que han tenido las redes sociales on-line en los últimos tiempos es necesario conocer más acerca de ellas, como cuáles son los tipos que existen, su funcionalidad, sus ventajas, desventajas y riesgos. Todo esto para ahondar más en esta nueva forma de comunicación y no quedarse con el concepto preconcebido y limitado que ya se conoce.

Los jóvenes utilizan *Facebook*, *Instagram*, *Messenger*, *WhatsApp*, *Hi5*, *Twitter*, *YouTebe*, *Google +*, *Skype* entre otras. Para mantenerse al día con sus amigos o compañeros compartiendo fotos, enlaces, vídeos, etc. Cualquier persona puede hacerse miembro de las diferentes redes sociales digitales, lo único que se necesita es una dirección de correo electrónico. En cuanto a privacidad se tiene el control sobre como compartir la información y sobre quién puede verla. La gente sólo puede ver los perfiles de amigos confirmados (Ponce, 2012).

Moreano (2015) menciona que “existen muchos tipos de redes sociales, casi tantos como usuarios e intereses posibles” el autor clasifica a las redes sociales de acuerdo a su tipo de la siguiente manera.

Tipos de redes sociales

Redes sociales generalistas u horizontales: En ellas pueden participar todo tipo de individuos, sin limitación de edad, sexo, interés, ámbito cultural, etc.

Estas redes no fueron creadas para alojar a un usuario específico, por el contrario este tipo de redes permiten la libre participación de usuarios, proporcionándole una herramienta de interacción con otros miembros. Facebook, Twitter, Google + son las redes más conocidas de este tipo.

Facebook: Es un sitio web de redes sociales creado por Mark *Zuckerberg* y fundado junto a Eduardo *Saverin*, Chris Hughes y Dustin Moskovitz. Originalmente esta página web era un sitio solo para estudiantes de la Universidad de Harvard. Actualmente, se ha proclamado como líder en varios países del mundo por la cantidad de usuarios que alberga su plataforma (C, 2001).

Esta red cuenta con una gran cantidad de aplicaciones, las mismas que permite incluir fotos, videos, canciones, agregar amigos y mantenerse en contacto con ellos a través del envío de mensajes, actualizar perfiles, visualizar la actividad de los contactos del usuarios de manera dinámica, escribir comentarios, entre otros.

Twitter: Es una red social de *microblogging* gratuito que permite a los usuarios enviar y compartir publicaciones cortas de no más de 280 caracteres, denominadas “tweets” los mismos que pueden ir acompañados de una fotografía o un video corto (Segovia, 2001).

Google+: es una red social creada por la compañía de *google* como competencia directa a Facebook; ambas plataformas guardan un parecido pero la variación de *google+* es que el perfil del usuario está directamente conectado a los otros servicios de la compañía como *Gmail*, *Blogger*, *Youtube*, etc. (Gardy, 2010).

Además, permite filtrar el listado de amigos a través de círculos que son administrados por el usuario para que la información que el comparte sea visible solamente para los amigos que el considere.

Redes sociales de nicho o verticales: Son plataformas especializadas, en las cuales sus miembros se unen a estas por un interés en común, un objetivo, el aérea geográfica entre otras. Se dividen en:

Profesionales: Estas redes sociales buscan establecer un nexo o conexión entre distintos profesionales y empleadores, a través de sus plataformas es posible

compartir información especializada y concreta, originando relaciones laborales. Incluye redes como *LinkedIn* o blogs temáticos.

Verticales de ocio: Su característica principal es reunir a usuarios o miembros que compartan actividades comunes y de esparcimiento tales como deportes, música, videojuegos. Algunos ejemplos son *Wipley*, *Dogster*, etc.

Verticales mixtas: Este tipo de red social ofrece a sus usuarios una plataforma en la cual pueden proporcionar información acerca de sus actividades profesionales y personales. *Unience* es un ejemplo de estas redes.

Verticales geográficas: Son pequeñas redes sociales para ciudadanos de una localidad, de una determinada procedencia, raza o religión, e inclusive para personas de edad similar. (Merodio, 2015).

En función del sujeto

Redes sociales humanas: Promueven la interacción entre sus usuarios de acuerdo a los gustos, intereses, y actividades en general que estos desarrollen o sean afines. *Dopplr* y *Tuenti* pueden ser nombrados como ejemplos de esta clase de red social.

Redes sociales de contenido: Este tipo de redes sociales se concentran en el contenido de aquello que es publicado dentro de su plataforma.

Es decir que las relaciones o conexiones que se dan dentro de esta red social dependen de los archivos que cada usuario comparte y las personas que tengan acceso ellos. Una de las redes sociales más populares en esta clasificación es *Flickr*.

En función de la localización geográfica.

Redes sociales sedentarias: Se refiere a aquellas redes que se modifican de acuerdo a los contenidos e información publicados en ellos, Ejemplos son *Blogger* y *Plurk*.

Redes sociales nómades: Este tipo de redes es similar a las redes sociales sedentarias, con la diferencia que a estas se les suma un nuevo elemento basado en la ubicación geográfica del sujeto. Las Redes sociales nómades cambian de acuerdo

a la cercanía existente entre los usuarios, los lugares visitados, etc. Ejemplos son Latitud y Fire Eagle.

Por su plataforma

Red Social MMORPG y Metaversos: Normalmente contruidos sobre una base técnica Cliente-Servidor (*WOW, SecondLife, Lineage*).

Red Social Web: Su plataforma de desarrollo está basada en una estructura típica de web. Algunos ejemplos representativos son: *MySpace, Friendfeed* y *Hi5* (Acosta, 2012).

Funciones de las redes sociales

Comunicar: Posibilitan el intercambio de conocimientos e información entre sus usuarios

Educar: Actualmente las redes sociales on-line educan a sus usuarios de una manera indirecta, debido a que varios de los miembros de la red comparten contenido multimedia con información importante o relevante de determinado tema, ayudando así o educando al resto de usuarios de la red y creando un proceso de aprendizaje que se retroalimenta a través de los comentarios y críticas a los contenidos compartidos

Entretener: Esta es una de las funciones más usadas de las redes sociales, ya que sus usuarios acceden a ellas es su tiempo libre con la finalidad de distraerse a través de la observación de los contenidos compartidos por sus amigos dentro de la red a su vez por el contenido que ellos comparten. Uno de los principales contenidos que son difundidos con la finalidad de entretener son los memes.

Informar: Otra de las funcionalidades de las redes sociales es el acceso a la información que tienen sus usuarios, la cantidad de información que se transmite a través de la redes sociales es sorprendente, dentro de las redes sociales existen cuentas de empresas o medios de comunicación que a través de las plataformas distribuyen información y noticias de manera resumida que puede ser ampliada por los usuarios.

Una de las ventajas de las redes sociales es que los contenidos que ayudan a los usuarios a informarse acerca de determinado suceso o acontecimiento de manera instantánea y en tiempo real.

La funcionalidad de las redes sociales no se determina solamente por el contenido que dentro de ellas se puede encontrar; Otho Carrillo (2012) en su investigación “Objetivos y funciones de las redes sociales” nos dice que el tipo de intercambio interpersonal entre los miembros de la red pueden determinar más funciones de la red, por ejemplo:

Compañía Social: La realización de las actividades conjuntas o simplemente estar juntos, compartir una rutina cotidiana.

Apoyo emocional: Intercambios de información que connotan una actitud emocional positiva, clima de comprensión, simpatía, empatía, estímulo y apoyo; es decir el poder contar con la buena voluntad de otro; es el tipo de función característica de amistades íntimas y las relaciones familiares cercanas.

Guía cognitiva y consejos: Interacciones destinadas a compartir información personal o social, aclarar expectativas.

Regulación (control) social: Recuerdan y reafirman responsabilidades y roles, favorecen la resolución de conflictos. Algunos de los sitios sociales actúan como recordatorios de estas restricciones.

Ayuda material y servicios: Colaboración sobre la base de conocimiento experto o ayuda física incluyendo los servicios de salud.

Acceso a nuevos contactos: Es decir, la apertura de puertas para la conexión con personas y redes que hasta entonces no eran parte de la red social.

Las redes sociales se han convertido en el medio con más poder de transmisión de información que existe actualmente, los contenidos que se comparten dentro de estas cuentan con características o elementos que ayudan a impulsar el contenido, sin limitarse por el espacio o tiempo en el que son publicados, es por esta razón que las redes sociales son usadas para diferentes aplicaciones entre las que destacan:

Negocios: Esta aplicación es usada por empleadores y pequeñas empresas que buscan ampliar su base de contacto, ya que las redes sociales les permiten tener contacto con personas de todo el mundo que estén interesadas en el bien o servicio que oferta la empresa

Publicidad: Varias empresas operan a nivel mundial y contar con una cuenta dentro de una red social facilita el mantener el contacto con personas de todo el mundo, además las redes sociales les permite realizar un plan de mercadeo estratégico a través de publicaciones o publicidad pagada dentro del sitio web.

Denuncia: Las redes sociales han tenido un crecimiento exponencial, lo que los ha convertido en un medio masivo de comunicación ya que a través de estas se pueden realizar denuncias a través de foros abiertos plurales, de apoyo comunal que permiten que la información se difunda sin filtros y en tiempo real, de esta manera los usuarios hacen conciencia y deciden si participar o no.

Riesgos en el uso de las redes sociales

Las redes sociales on-line facilitan los procesos de comunicación entre amigos, familiares, compañeros de clase, conocidos que se encuentran en el otro lado del mundo, pero es necesario recordar que por el mal uso o uso indebido las redes sociales pueden presentar algunos riesgos como:

Pérdida de la privacidad: Cada uno de los archivos como fotos, videos que se suben a una red social pasan a ser parte de los archivos que pueden ser manejados por los administradores de la página a la que un usuario se encuentra suscrita. En muchos casos a estos datos tienen acceso hackers quienes roban contraseñas y manipulan la información.

Acceso a contenidos inadecuados: En muchas ocasiones la falta de control en la red, y el acceso ilimitado a la gran cantidad de información publicada dentro de las redes sociales, ha hecho que mucha gente encuentre o suba videos violentos, sexuales, fanatismo, incitación al odio entre otros, que son compartidos de manera Odirecta o través de links que se replican de manera fácil dentro de la red.

Acoso: Dentro de las redes sociales se pueden presentar dos tipos de acoso el *cyberbulling* que es llevado a cabo a través de amenazas o insultos de personas conocidas o desconocidas y el *cybergrooming* efectuado por adultos que buscan contactar a menores para lograr obtener información de ellos como fotos o videos que puedan utilizar en su beneficio.

Adicción: Muchos usuarios en su mayoría jóvenes y niños tienden a desarrollar este tipo de comportamiento por lo cual es necesario que los padres o adultos ejerzan control sobre ellos a la hora de usar las redes sociales.

DEFINICIÓN DE NATIVOS DIGITALES.

El origen del término “Nativos Digitales”, proviene de la reflexión del ecléctico (Prensky, 2001) que, en su determinante artículo “*Digital Natives, Digital Immigrants*” de forma concisa define a los nativos digitales como la primera generación que ha crecido con las tecnologías digitales y que son "nativos" del lenguaje de los ordenadores, videojuegos e Internet.

Se denomina nativo digital u *homo sapiens* digital a todas aquellas personas que han nacido desde el año 1995 hasta la actualidad, cuando ya existía una tecnología digital bastante desarrollada y la cual estaba al alcance de muchos. Por otra parte, el término inmigrante digital se refiere a todos aquellos nacidos entre los años 1940 y 1995, ya que se considera que han sido espectadores y actores generalmente privilegiados del proceso de cambio tecnológico (Pinsani, 2005)

La tecnología digital comenzó a desarrollarse con fuerza alrededor del año 1978, y por lo tanto, se considera que los que nacieron después de 1979 y tuvieron a su alcance (en el hogar y/o en establecimientos de estudio y de recreación) ordenadores y teléfonos móviles, podrían considerarse nativos digitales: un ejemplo de esto son los niños y los jóvenes que toman un móvil, una *tablet* o un ordenador, y lo utilizan bastante bien aún sin mucho entrenamiento previo (Piscitelli. 2012).

Los chicos que actualmente tienen entre 5 y 15 años, son la primera generación mundial que ha crecido inmersa en estas nuevas tecnologías. Estos niños han pasado toda su vida rodeados de computadoras, videojuegos, teléfonos celulares, y el resto

de los *gadgets* digitales, pero especialmente respirando la atmósfera Internet (Manuel Castells, 2001; Prensky, 2006, Gee, 2003, 2007). Los estudiantes actuales, ya sea que tengan 6 o 20 años (preferentemente la franja de los 5 a los 15 años), son hablantes nativos del lenguaje de la televisión interactiva, las computadoras, los videojuegos, e Internet. Y los docentes, por más *tecnofílicos* que sean, nunca sobrepasarán la categoría de inmigrantes digitales, o de hablantes más o menos competentes en esa segunda lengua.

Que significar ser nativo digital.

La era de la tecnología ha creado un hombre nuevo conocido como "Nativo Digital", término acuñado por el autor estadounidense Marc Prensky en 2001, que se distingue del "inmigrante digital", por ser aquel que nace y se desarrolla dentro de un contexto que lo familiariza con la cultura de las nuevas tecnologías.

Nativos digitales: ¿Quiénes son y qué significa?

La guerra entre los nativos y los inmigrantes terminó. Los nativos ganaron. Fue un conflicto sin derramamiento de sangre, peleado no con balas y lanzas, sino con *iPhones* y disquetes. El "nativo digital", un término acuñado por el autor estadounidense Marc Prensky en 2001, emerge como el grupo demográfico dominante en el mundo, mientras que el "inmigrante digital" se vuelve una reliquia de un momento previo. El concepto describe el cambio generacional en el que las personas son definidas por la cultura tecnológica con la que están familiarizadas. Estos jóvenes tienen una habilidad innata del lenguaje y del entorno digital ya que han adoptado la tecnología en primera instancia. Las herramientas tecnológicas ocupan un lugar central en sus vidas y dependen de ellas para todo tipo de cuestiones cotidianas como relacionarse, estudiar, comprar, informarse, divertirse, etc. Es por esto que ya no conocen una era sin conexión constante al mundo (Ferrer, 2012).

Ventajas de los nativos digitales.

Los inmigrantes digitales tienen cierta tendencia a guardar en secreto la información; los nativos digitales comparten y distribuyen información con toda

naturalidad. Como la Generación C de la que habla Brian Solís. Los procesos de actuación de los inmigrantes digitales suelen ser reflexivos y, por lo tanto más lentos, mientras que los nativos digitales son capaces de tomar decisiones de una forma rápida, sin pensarlo mucho.

En los juegos electrónicos, los utilizados por los inmigrantes digitales suelen ser lineales en funcionamiento y objetivos, mientras que los de los nativos digitales son más complejos, implicando la participación y coordinación de más jugadores.

Desventajas de los nativos digitales.

Si piensa que todo está a favor de los nativos digitales, reconsidérelo porque este grupo suele pasar el menor tiempo posible en una labor determinada, por lo que la información que manejan tiende a ser somera y superficial, acompañada en ocasiones, de una ansiedad causada por abrir continuamente el mayor número de frentes posibles, provocando pérdidas de productividad, descensos en la capacidad de concentración y períodos de atención muy cortos con una tendencia a cambiar rápidamente de un tema a otro. (Pisani, 2005).

Características de los nativos digitales.

Según la teoría de Prensky (2001): Reciben la información rápidamente. Les gusta el trabajo en paralelo y la multitarea. Prefieren imágenes a texto. Prefieren el acceso aleatorio. Funcionan mejor cuando trabajan en red. Prosperan con la satisfacción inmediata y bajo recompensas frecuentes. Prefieren los juegos al “trabajo serio”. Los nativos digitales no podemos vivir sin un teléfono celular, sin encender nuestro computador y no conectarnos enseguida al chat es más cuando compramos un aparato tecnológico nuevo, ni siquiera leemos las instrucciones si no que a la primera queremos utilizarlo y muchas veces se termina estropeándolo. Los nativos digitales compartimos emociones, pensamientos y todo tipo de información.

DEFINICIÓN DE *MILLENNIALS* DIGITALES.

Generación Y, también conocida como Generación del Milenio o *Millennials*, es la cohorte demográfica que sigue a la Generación X. No hay fechas precisas sobre cuándo comienza y termina la Generación Y. Sus fechas de nacimiento van desde 1980 hasta 1994. Mucho se ha hablado sobre la generación *Millennials* y de cómo ésta repercutió en la sociedad, llegando a modificar los hábitos de compra e incluso la forma de trabajar. Pero ahora afrontamos una nueva generación que volverá a cambiarlo todo. Una nueva generación nacida entre, aproximadamente, los años 1995 y 2015 y que también es conocida como Generación Z. (Howe, 2000).

El experto educador (Prensky 2001) fue quién acuñó el término de “nativos digitales” ya en el año 2001. Los *Millennials* y los Nativos Digitales comparten características de comportamiento, pero esto no significa que todos los individuos sean iguales ya que, como sabemos, existen diversos aspectos que son influenciados como el contexto, la cultura o la educación

Para el desarrollo de las decisiones estratégicas, no es suficiente referirse a una generación en general, y más aún cuando la tendencia actual es la hiperpersonalización que tienen las marcas y las empresas sobre sus clientes, centrándose cada vez más en conocer las características únicas de cada persona. El mercado se ha visto con la necesidad de adaptarse y ya no vale decir que un producto está dirigido a mujeres de 30 a 40 años porque las necesidades cada vez son más específicas y diversas (Dans, 2017).

Los *millennials*, sujetos nacidos entre 1982 y 2000, también denominados generación Y, aparecen en el tránsito del cambio del milenio y son contemporáneos de la revolución digital. Se trata de comunidades tecno sociales donde el uso de internet, los móviles y videojuegos son elementos clave en sus actividades cotidianas. Se encuentran sobre estimulados de información y de experiencias culturales multimediáticas (Pedró, 2006).

Este segmento no es homogéneo, ya que presenta una diversidad sobre el acceso a internet, las habilidades para emplear tecnología y el propósito de uso de la Red, es decir, si las actividades se desarrollan en contextos educativos formales o en el ambiente informal (Jones, 2010). Tales referentes difieren de los argumentos

de Prensky (2001)¹ al identificar que no todas las personas nacidas después de 1980 tienen un alto nivel de uso de internet y poseen competencias digitales avanzadas (Akçayir, 2016).

Los *millennials* usan internet para comunicarse, entretenerse, buscar información, crear y participar en determinada actividad; esta generación frecuenta las redes sociales y las que más visita son *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. En el caso de *LinkedIn*, sólo la usa con fines profesionales. Los dispositivos más utilizados son la laptop y el teléfono inteligente. Ante la alta propensión de uso de este último, también son llamados generación Smartphone. Estadísticas internacionales de 2013 revelaron que 76% de la población *millennials* contaba con un teléfono móvil. Respecto al periodo de conexión, se identificó que, en promedio, permanecían en línea seis horas diarias. Según datos por región, en Norteamérica y Latinoamérica se conectaron siete horas; seis horas en Asia y en Europa central y del Este; en tanto, en Europa Occidental, Oriente Medio y África, sólo cinco. Lo anterior indica que el continente americano es el que registró un mayor tiempo de conexión en el mundo (Schram, 2013).

Que es *millennials*.

Millennials es aquel tipo de persona que llegó a su etapa adulta después del año 2000, es decir, con el cambio de siglo, y que en conjunto, posee características particulares, tales como por ejemplo: una personalidad de descontento y amor por la tecnología, por otra parte, las edades de los *Millennial* rondan entre los 15 y 29 años, también son conocidos como los hijo de la generación del Baby Boom, y la generación Y (Trevijano, 2016).

De acuerdo con esto, se considera que la generación del nuevo milenio es, por definición, adepata a los ordenadores, extremadamente creativa con la tecnología y, por encima de todo, muy acostumbrada a las multitareas en un mundo donde las conexiones ubicuas se dan por hecho. Por esta razón, también se les denomina *generación red* (Oblinger & Oblinger, 2005; Tapscott, 1999), *generación SMS* (Lenhart, Rainie, & Lewis, 2001), *generación gamer* (Carstens & Beck, 2005) por

la obvia referencia a los juegos de ordenador o, incluso, *homo zappiens* (Veen, 2003) por su capacidad para controlar simultáneamente diferentes fuentes de información digital.

Quienes son los *Millennials*

Internacional.- En planeación estratégica de marketing, publicidad y medios es muy útil entender segmentos de mercado, esto ha obligada a las agencias y marcas a definir ciertas generaciones con el fin de crear mensajes a la medida. Estas generaciones normalmente se agrupan a partir de características similares, comportamiento social o en la forma en que se relacionan con instituciones y gobiernos. Es importante considerar que en la mayoría de los casos no existe una fecha definida para estos segmentos y son una idea aproximada lo que las agrupa.

Que son los *Millennials*

Los *Millennials* han sido definidos con mucha dureza, una serie de descalificativos como “tontos, flojos” son algunos de los utilizados para referirse a ellos. Esto se debe principalmente a la “locura y convulsión del internet”.

“Para reclutar *Millennials* con éxito, principalmente se debe entender que sus prioridades no son las mismas que las de la Generación X o los Baby Boomers”, comentó Sylvain Namy, Director Ejecutivo de Page Personnel, en un reporte de la firma de reclutamiento, reseña Expansión.

Características de *Millennials*

Tienen un hábil manejo de la comunicación digital; Internet, telefonía móvil, redes sociales, Apps. Y constantemente necesitan estar conectados e informados por medio del Internet. Tienden a ser considerados “egocentristas” debido al excesivo uso de redes sociales en las que exponen solo su vida. Priorizan el cuidado de su entorno y el medio ambiente. En el ámbito laboral les gusta ser incluidos en la toma de decisiones importantes, así como saber que están aportando un valor agregado a la empresa. (Borreson, 2004).

Cambiar de un trabajo a otro es usual en la búsqueda de un crecimiento profesional acelerado y un balance total entre el trabajo y la vida personal. Buscan flexibilidad de horarios, trabajo en equipo y dinamismo constante. Buscan la oportunidad de negociar, ya que no les gusta sentirse subestimados por su edad. Su adaptación a la cultura corporativa es rápida.

Tienen hambre de aprender y combinan el desarrollo de procesos antiguos con innovaciones que generan oportunidades de crecimiento para las empresas. Desean profesiones de corta duración o programas de estudios que se adapten a sus intereses principales.

Cambios en las prácticas culturales y en los valores sociales de los *millennials*.

Como ocurre con frecuencia cuando se trata de cambios generacionales, se puede esperar razonablemente que los *millennials* muestren patrones culturales y estilos de vida distintos de los de las generaciones previas. Sin embargo, lo que convierte a estos aprendices en algo singular es hasta qué punto sus estilos de vida están influidos por el mundo digital. En primer lugar, se trata de la primera generación que ha reducido el tiempo de exposición a la televisión principalmente como resultado de la mayor atención que presta a otros medios digitales, singularmente a través de Internet. (Telegraph, 2003).

En segundo lugar, bajo las condiciones actuales los *millennials* dominan los medios digitales y los consumen de una forma mucho menos controlable por los adultos, ya sean familias o profesores, puesto que son totalmente autónomos en cuanto a lo que quieren ver, descargar o cargar. En términos generales, bajo estos nuevos patrones de consumo:

Se refuerza el aislamiento físico, a pesar de que existen emergentes servicios digitales destinados al intercambio social.

Las actividades que implican tecnologías digitales tienen cada vez mayor duración y tienden a cubrir períodos de tiempo previamente dedicados al descanso.

Las respuestas inmediatas y la velocidad de reacción aparecen como la norma también en el terreno de las comunicaciones personales.

El contenido multimedia, por su propia naturaleza, es considerado de mayor valor que el mero texto.

La escritura, a pesar de que los *millennials* se referirían a ella como "chateo", es cada vez más importante debido a las limitaciones físicas impuestas por las tecnologías utilizadas, hasta el extremo de que se generan nuevos lenguajes.

Este último punto es particularmente crítico en lo que respecta a las culturas y las prácticas escolares predominantes. El recuadro 1 muestra, por ejemplo, un extracto de una redacción presentada por una alumna a su profesor en una escuela británica, y su correspondiente traducción. Sin lugar a dudas, los profesores deben reflexionar acerca de si esta nueva forma prácticamente universal de escritura debe o no debe ser aceptada en el entorno escolar y, si la respuesta es positiva, con qué límites. (Veen, 2003).

Una respuesta negativa, demasiado impetuosa, tal vez no tendría suficientemente en cuenta que estas prácticas comunicativas también se utilizan cada vez con mayor frecuencia en entornos empresariales debido a su mayor eficiencia (menor tiempo, menor coste) si se las compara con la escritura tradicional, lo cual apunta en el fondo a las mismas razones que explican su uso por parte de los adolescentes.

Pero, en tercer lugar, lo que quizás aún sea más importante, también podría ser que estas prácticas culturales emergentes comportaran implícitamente un nuevo conjunto de valores y actitudes personales y sociales, en particular si se les compara con las de generaciones anteriores como la de los Baby Boomers o la Generación X (Tapscott, 1999). De acuerdo con algunos autores, los *millennials*, además de ser expertos en tecnologías, también serían personas optimistas y esperanzadas, seguras y con determinación, activas incluso bajo presión y muy próximos a sus familias (Phalen, 2002). De acuerdo con estos valores, sus rendimientos escolares aún serían mejores que los de las generaciones previas. Sin embargo, no hay evidencias empíricas que soporten este tipo de consideraciones.

Comunicación.

Estudiosos han buscado la forma de definir el término comunicación resultando casi imposible imponer un solo significado a tan amplio término, consideran que definir la comunicación con determinado significado resultaría inútil, debido a que la comunicación es un área amplia de estudio y que constantemente se encuentra en un proceso de cambio y evolución.

La palabra comunicación deriva del latín *comunicare* que significa compartir algo, por lo tanto se puede definir a la comunicación como el proceso de transmisión de información entre dos o más partes, a través de sistema de signos y símbolos. De manera técnica, la comunicación es el proceso en el cual el mensaje originado por un Emisor llega a un Receptor.

Freijeiro (2006) define a la comunicación como un “proceso bilateral, un circuito en el que interactúan y se interrelacionan dos o más personas, a través de un conjunto de signos o símbolos convencionales, por ambos conocidos”.

Berlo sostenía que la comunicación es el proceso fundamental, es decir la comunicación constituye una de las necesidades primordiales a satisfacer por los seres humanos para poder convivir y desarrollarse. Por lo tanto, para comunicar es necesario de ciertos elementos, pero también existen maneras de comunicación que facilitan este proceso (Báez, 2000), en su libro *Comunicación Efectiva* muestra los tipos de comunicación que existen:

Comunicación Verbal: Es aquella que se vale de la palabra para transmitir el mensaje, es la principal forma de comunicación. Esta puede ser oral o escrita.

Comunicación no Verbal: Para comunicarse no es necesario hablar o escribir ya que los movimientos o gestos comunican de manera no verbal el mensaje que se desea transmitir.

Comunicación Gráfica: En esta intervienen graficas e ilustraciones que apoyan al mensaje que se desea transmitir.

Comunicación Interpersonal: Es aquella que se ejerce con otra persona o grupo, en cuya interacción se ejerce una influencia recíproca.

Comunicación Intrapersonal: Se refiere a la comunicación de la persona consigo misma, esta conlleva la formulación (codificación) de un mensaje, es decir el acto de pensar.

Teoría de la información.

Modelo de comunicación de Claude (1949), representa la fuente de la información, el codificador que envía el mensaje a través del medio de comunicación o canal de comunicación, el cual podría ser interrumpida o distorsionado por el ruido (representado en el rayo que cae) y que llega a un decodificador y de este al receptor e l cual podría emitir a su vez una respuesta.

El concepto de comunicación en el contexto de la Teoría de la Información es empleado en un sentido muy amplio en el que "quedan incluidos todos los procedimientos mediante los cuales una mente puede influir en otra". De esta manera, se consideran todas las formas que el hombre utiliza para transmitir sus ideas: la palabra hablada, escrita o transmitida (teléfono, radio, telégrafo, etc.), los gestos, la música, las imágenes, los movimientos, etc.

En el proceso de comunicación es posible distinguir por lo menos tres niveles de análisis diferentes: el técnico, el semántico y el pragmático. En el nivel técnico se analizan aquellos problemas que surgen en torno a la fidelidad con que la información puede ser transmitida desde el emisor hasta el receptor. En el semántico se estudia todo aquello que se refiere al significado del mensaje y su interpretación. Por último, en el nivel pragmático se analizan los efectos conductuales de la comunicación, la influencia o efectividad del mensaje en tanto da lugar a una conducta (Whately, 2010).

Es importante que la Teoría de la información se desarrolle como una respuesta a los problemas técnicos del proceso de comunicación, aun cuando sus principios puedan aplicarse en otros contextos.

Es muchos casos la comunicación suele confundirse con la teoría de la información, la cual corresponde a la teoría matemática de Claude E. Shannon que estudia la información (canales, comprensión de datos, criptografía y todo que se le relaciona)

como magnitud física. Ésta emplea una unidad de medida de la información a la que denomina el “*Bit*”, es decir, la menor unidad que puede aprenderse (Bastardas, 1995. P. 78-80).

Esta unidad de medida de la información se sustenta en la alternativa sí o no en cada determinación que pueda dar elementos para el conocimiento de los objetos. Así por ejemplo, la sexualidad de un sujeto puede darse por un *BIT*, simplemente, macho o hembra. Para fijar la posición de una pieza de ajedrez sobre un tablero de 64 casillas se necesitarán al menos 6 *BITS* O 6 preguntas binarias.

Si bien la teoría de la información es fundamental al estudio de la comunicación y la comprensión de sus procesos, dicha teoría no responde a las preocupaciones de la comunicación humana misma como son los siguientes, entre muchos otros de carácter social:

Relaciones sociales entre individuos o grupos dentro de una problemática social.

Relación entre la comunicación mediática y el poder político.

Carácter semiológico de la comunicación.

Carácter lingüístico de la comunicación.

Relación con otras ciencias sociales

Teoría de la comunicación.

Esquema en un estudio de televisión, 180 grados, nos señala que la realidad es vista por los medios de comunicación desde diferentes puntos de vista, por lo general escogidos por el emisor. La teoría de la comunicación es un campo de la teoría de la información que estudia los procesos de la información y la comunicación humana.

Las escuelas más conocidas de la teoría de la comunicación son las siguientes:

Mecanismo: Entiende la comunicación como un perfecto transmisor mecánico de un mensaje desde un emisor hasta un receptor.

Psicológica. Considera a la comunicación como el acto de enviar un mensaje a un perceptor (llamado así porque considera al receptor como sujeto de la comunicación) y en el cual las sensaciones y las ideas de ambas partes influyen considerablemente en el contenido del mensaje.

Construccionismo social: Este punto de vista, también llamado "interaccionismo simbólico", considera a la comunicación como el producto de significados creativos e interrelaciones compartidas.

Sistemática: Considera a la comunicación como un mensaje que pasa por un largo y complejo proceso de transformaciones e interpretaciones desde que ocurre hasta que llega a los perceptores.

Dichas teorías se estudian además desde las siguientes perspectivas:

Odontológico: Pone la pregunta sobre el qué se comunica.

Epistemología: pone la pregunta sobre el cómo se comunica.

Como en todo proceso deben existir elementos fundamentales, que forman parte del de determinada actividad, dentro de la comunicación se encuentran los siguientes elementos (Cibanal, 2006).

Código: Es un sistema de signos y reglas que deben ser organizados y combinados de antemano.

Canal: Es el medio por el cual se emite el mensaje este puede ser oral-auditivo o gráfico visual

Emisor: Es el sujeto que genera en primer lugar el mensaje y lo comunica a través de un proceso de codificación en el cual selecciona los signos.

El Receptor: Es quien recibe el mensaje y realiza un proceso inverso al receptor es decir descifra/decodifica e interpreta los signos elegidos por el emisor.

El Mensaje: Está formado por las diferentes ideas o informaciones que se transmiten mediante códigos cuyo significado interpretará el receptor.

El contexto: Se refiere a la situación en la que se desarrolla el proceso de comunicación.

Funciones de la comunicación

La comunicación es consustancial al ser humano que es eminentemente un ser social, las diversas funciones que tiene la comunicación son básicas para el desarrollo de la persona. Entre estas funciones se encuentran:

Afectiva: Permite relacionarse emocionalmente con los demás, expresando los sentimientos; esta función juega un papel fundamental en la estabilidad emocional de las personas.

Reguladora: Esta función establece la conducta de los demás y facilita los procesos de adaptación social.

Informativa: En esta función se transmite información de todo aquellos que se encuentra en el entorno sea ésta de tipo social cultural o basado en experiencias de uno mismo (Valencia, 2012).

Por otro lado los autores Van-der y (Gómez, 2006) detallan los tipos de comunicación que existen y las conductas que cada una de las personas desarrolla dentro de estos:

Estilos de Comunicación

Comunicación Asertiva: La persona con este estilo de comunicación es capaz de expresar sus sentimientos, ideas, opiniones, defendiendo sus derechos y respetando los demás.

Este estilo de comunicación busca plantear cuestiones que sean satisfactorias para todos, sin recurrir a manipulaciones ni fingimientos; es de estilo natural claro y directo.

Comunicación Agresiva: Esta consiste en no respetar los derechos comunicacionales, busca conseguir objetivos sin preocuparse de las satisfacciones del otro.

Comunicación Pasiva: Esta busca evitar la confrontación y llamar la atención, mostrando conformidad a la hora de comunicarse.

Según (Watzlawick, 1921) existen cinco axiomas en la comunicación, los mismos que reflejan hechos en la comunicación humana que nunca se hallan ausentes, estos son:

Es imposible no comunicarse, todo comportamiento es una forma de comunicación.

Toda comunicación tiene un nivel de contenido y un nivel de relación, de tal manera que el último clasifica al primero y es por tanto una meta comunicación.

La naturaleza de una relación depende de la gradación que los participantes hagan de las secuencias comunicacionales entre ellos.

La comunicación humana implica dos modalidades: la digital y la analógica

Los intercambios comunicacionales pueden ser tanto simétricos como complementarios (Floras, 1996).

Comunicación digital

Es un fenómeno que ha calado en la vida cotidiana del hombre. Surge como efecto de las nuevas tecnologías que se introducen de manera vertiginosa en el campo de la comunicación social. Intenta fusionar el periodismo con las nuevas técnicas de la informática, las letras con bits; lo analógico se convierte en digital. Esta novedosa forma de comunicación le abre numerosas puertas al usuario.

Le otorga herramientas no sólo para expresarse de forma escrita, sino que le permite usar imágenes, videos, grabaciones de voz, animaciones, hipervínculos, correos electrónicos, blogs, entre otros; para expresar sus pensamientos e ideas. (Proakis, 2007).

La era digital le brinda infinitas fuentes de investigación al hombre cibernético; desde rápidos buscadores, hasta fuentes editables. Sin dejar a un lado las redes sociales, herramientas de inmediata y constante actualización que le permiten al

consumidor conectarse con otras personas e informarse sobre los acontecimientos más recientes.

Comunicación digital implica también interacción y colaboración entre todas las personas que hacen uso y que se encuentran interconectados en la red; esta revolución digital abre puertas que años atrás eran indivisibles, como lo son: la interacción en tiempo real entre dos personas sin importar su ubicación espacial; el traslado de lo que antes se conocía como una gran oficina a un espacio reducido que sólo requiere de un ordenador conectado a internet; y, sin dejar de lado, el constante cambalache al que están sometidos los roles de emisor y receptor, ya que se “ofrecen a nuestra audiencia herramientas para que respondan, comenten o manifiesten sobre nuestros mensajes. Desde encuestas hasta foros, pasando por refutaciones publicadas al pie de un artículo, el receptor puede ser un socio invaluable en la configuración de los medios del siglo XXI” como lo expresa (Núñez, 2005, p.48).

En cuanto a la colaboración presente en la red es ineludible el hecho de que sin participación un espacio de la web se puede considerar muerto. Un sitio cobra vida y se desarrolla, en la medida que los usuarios empiezan a intervenir, preguntar, responder y hasta denunciar el tema que se trata; una herramienta significativa para que la interacción y la colaboración se den a total cabalidad es el hipertexto.

Según (Landow, 1995, p.15) este elemento de la red está relacionado con “un tipo de texto electrónico, una tecnología informática radicalmente nueva y, al mismo tiempo un modo de edición”. Se puede entender, entonces, que este instrumento actúa como un medio informático, al conectar información verbal con no verbal.

Lo analógico se ha convertido en digital

La comunicación digital es un fenómeno que ha calado muy fuerte en nuestra vida cotidiana. Ha surgido como consecuencia inevitable de las nuevas tecnologías que se introducen de manera vertiginosa e implacable en el mundo de la comunicación social. Y es inevitable. Esta novedosa forma de comunicación le da al usuario muchas y nuevas oportunidades que antes no tenía. Le ofrece herramientas no sólo para expresarse de forma escrita, sino que le permite usar imágenes, videos,

grabaciones de voz, animaciones, hipervínculos, correos electrónicos, blogs, entre otros; para expresar sus pensamientos e ideas (Manolakis, 2007).

La comunicación digital nos brinda, además, infinitas fuentes de investigación: desde rápidos buscadores, hasta fuentes editables, sin olvidar las redes sociales, herramientas de inmediata y constante actualización que le permiten al usuario conectarse con otras personas e informarse sobre los acontecimientos más recientes.

Interacción y colaboración, las claves de la comunicación digital

Comunicación digital implica también interacción y colaboración entre todas las personas que hacen uso y que se encuentran interconectados en la red. Con la comunicación digital hemos alcanzado cimas antes impensables: la interacción en tiempo real entre dos personas sin importar su ubicación espacial; el traslado de lo que antes se conocía como una gran oficina a un espacio reducido que sólo requiere de un ordenador conectado a internet; herramientas para que la audiencia valore, comente o manifieste sobre nuestros mensajes (encuestas, foros, refutaciones publicadas al pie del mismo artículo).

Por otro lado, es evidente que sin la colaboración, la web se podría considerar un espacio muerto. Un sitio cobra vida y se desarrolla, en la medida que los usuarios empiezan a intervenir, preguntar, responder y hasta denunciar el tema que se trata.

La comunicación digital, un entorno cambiante

La comunicación digital está caracterizada por un entorno cambiante, vivo y en continua evolución que requiere de la intervención activa del usuario. Hace apenas una década, su máxima capacidad de actuación quedaba limitada al entorno web estático. La información se concentraba en los *sites* donde permanecía fija hasta una nueva actualización, si es que ésta llegaba a producirse.

En cambio, el entorno digital ha evolucionado, la tecnología ha humanizado la comunicación, dotándola de mayor interactividad dentro de un entorno accesible a través de extensiones ergonómicas y universales como los *tablets*, los *smartphones* o los *Smart TV*.

Primero fueron las páginas web, luego llegaron las redes sociales, después las pantallas táctiles. La comunicación digital nunca deja de evolucionar.

La carrera humana

Prensky dice que en ningún momento de la historia la tecnología se ha movido tan rápido como ahora. Hoy en día los nuevos *gadgets* de alta tecnología pueden ser cosa del pasado incluso antes de llegar a las tiendas. Después de la revolución industrial, la aceleración de la tecnología se había estancado. Así que, con el ascenso meteórico de nuevos medios de comunicación sociales como Facebook, Twitter, YouTube y Skype, la historia sugiere que el mundo está ansioso por ver que llegue una desaceleración.

La nueva norma

Conectarse con otros en el mundo moderno requiere una habilidad especial para las redes sociales y los mensajes de texto, que es la norma para el nativo digital. Pero para el inmigrante, puede ser similar al aprendizaje de un nuevo idioma.

Pobreza digital

Mientras la tecnología se filtra en cada parte del mundo y las ciudades tecnológicas surgen en algunos lugares inverosímiles, desde Bangalore hasta Tel Aviv, un nuevo abismo surge entre los conocedores digitales y los desconectados: la pobreza. En India, más de dos tercios de la población vive con menos de dos dólares al día, según el Banco Mundial. Pero los teléfonos móviles son más comunes que los retretes, con casi la mitad de la población de 1,200 millones de personas en India equipada con un teléfono, según un informe de las Naciones Unidas.

El llamado del mundo en desarrollo

A medida que las redes móviles extienden su alcance, las empresas occidentales de tecnología buscan aprovechar los mercados con grandes poblaciones. El año

pasado, el fabricante de teléfonos finlandés, Nokia, lanzó una gama de teléfonos dirigidos a los consumidores en mercados emergentes, particularmente en Asia, para competir con dispositivos *Android* más baratos.

Pero Shah afirma que bombardear a un país con tecnología e infraestructura no es una solución rotunda al problema de la pobreza digital. Por ejemplo, India tiene conectividad y acceso en abundancia, pero el país aún sufre de una generación de “clases digitalmente pobres”. Afirma que, sin la educación y el entrenamiento necesarios, obtener simplemente el equipo no ayuda a que los jóvenes entiendan cómo esa tecnología puede mejorar sus vidas.

Para 2020, Prensky predice que las personas en todo el mundo estarán conectadas a la AORTA (Acceso Siempre en Tiempo Real, por sus siglas en inglés), un término acuñado por Mark Anderson, el director de *Strategic News Service*, que se especializa en noticias de tecnología. Un futuro en el que las personas constantemente puede acceder a la información y a las noticias en cualquier lugar del planeta.

Cuadro N° 1: Relación entre Nativos y *Millennials* digitales.

Nativos digitales	<i>Millennials</i> digitales
<i>Características</i>	<i>Características</i>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Las personas nacidos a partir de 1940 y 1999. ➤ 35 y 55 años ➤ Experto en utilización de libros físicos y medias tradiciones y poco medios digitales como, Twitter, Facebooko Foursquare; correos electrónicos. ➤ Abren una solo red social digital. ➤ Aprendizaje de un nuevo idioma ➤ Aprendizaje de nuevas redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nacidos a partir de 1990 y 2000. ➤ Experto en la utilización de medios digitales como Facebook, Twitter, Instagram, Messenger, WahatsApp, You Tube, Google +, Skpy. Etc. ➤ Abren al mismo tiempo 3 a 4 redes sociales digitales. ➤ Tecnológicas ocupan un lugar central en sus vidas ➤ La cultura de las nuevas tecnologías ➤ Atracción por las nuevas tecnologías

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hiperpersonalización que tienen las marcas. ➤ Locura y convulsión del Internet
Aspectos Principales	Aspectos Principales
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lenguaje ➤ Ordenadores ➤ Phones y disquetes ➤ Twitter, Facebook o Foursquare; correos electrónicos. ➤ Libras Fisicos ➤ Estudiar, compartir, informarse. ➤ Comparten y distribuyen información con toda naturalidad y discuten y argumentan. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Chateo ➤ Intercambio Social ➤ Comunicación Personal ➤ Contenidos multimedios ➤ Nuevos lenguajes ➤ Teléfonos móviles ➤ Tienen un hábil manejo de la comunicación digital ➤ Internet ➤ redes sociales, Apps. ➤ Una personalidad de descontento y amor por la tecnología.

Fuente: Pinsoni & Pensky

Elaborado por: José Masaquiza

Hipótesis

H1: El uso de las Redes sociales digitales por parte del nativo y *millennials* digital afecta en la difusión de la cultura del Pueblo *Kichwa* Salasaka.

H0: El uso de las Redes sociales digitales por parte del nativo y *millennials* digital no afecta en la difusión de la cultura del Pueblo *Kichwa* Salasaka.

Señalamientos de las variables

Variable Independiente:

Redes Sociales digitales.

Variable Dependiente:

Estudio comparativo entre nativo y *millennial* digital.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Enfoques de la investigación

Es una investigación cuyo enfoque es **cualitativo**, se emplearon técnicas para recolectar y corroborar los datos; a su vez se plantea observación y análisis de las redes sociales digitales, entre los nativos y *millennials* digital; para determinar las formas que adoptan el lenguaje y la cultura de los Pueblos indígenas del Ecuador

en especial Salasaka; asimismo bajo un método etnográfico de estudio de caso para analizar la interacción digital y la cultura en las redes sociales en el Pueblo *Kichwa* Salasaka entre nativo y *millennials* digital; además se utiliza un enfoque **cuantitativo** a través de encuestas.

Estudio de caso.- El estudio de caso se caracteriza por ofrecer amplias posibilidades para interpretar los datos, analiza fenómenos reales en donde el investigador los interpreta con múltiples fuentes de información; además establece causas e intenta predecir consecuencias en el marco de las transformaciones que pudiera sufrir la identidad cultural debido a la incidencia de la interacción virtual en chat, para Yin (1994, p.13.) el estudio de caso es una “investigación de un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto... en la cual hay muchas variables de interés que datos observacionales; para Stake (1999) el estudio de casos va desde lo particular y complejo de un caso singular para predecir posibles consecuencias.

Modalidad de la investigación

El diseño de la investigación respondió a las siguientes modalidades:

Investigación de Campo

De acuerdo con Sierra (2012, pág. 6) “Se realiza en el lugar de los hechos donde acontece el fenómeno”. Es decir que la investigación se contactó con los involucrados, a fin de obtener información relevante sobre la problemática, en este caso se procedió a investigar a la fuente primaria es decir los jóvenes que habitan en el Pueblo *Kichwa* Salasaka, de manera que sean la fuente de información directa, utilizando el estudio de caso, etnografía e historias de vida.

Tomando como referencia a Hernández, & Baptista (2010, pág. 95). “El trabajo de campo asume las formas de la exploración y observación del terreno, la encuesta, la entrevista y la observación participante”; de hecho, la forma con que se aplicó la investigación de campo fue con las encuestas previamente estructuradas, para recabar los datos directos que permitieron tener una información de primera mano, facilitando la comprobación de la hipótesis y la formulación de conclusiones y recomendaciones.

Investigación documental

Para el caso del presente estudio, la investigación bibliográfica se desarrolló mediante la revisión de toda la información que tiene relación con aspectos relacionados con las relaciones redes sociales en el pueblo *kichwa* Salasaka entre nativo y *millennials* digital, para lo cual se ha consultado todo el material necesario como fuente de referencia que sirvió para el análisis. En este ámbito las principales fuentes secundarias documentales son: “documentos, o en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones, “Herrera, Medina y Naranjo (2004, pág. 104). Por tanto, la investigación se ha ejecutado principalmente la revisión de documentos de tipos escritos tales como leyes, reglamentos, libros, periódicos, revistas estudios y proyectos relacionados con las variables del problema.

El análisis bibliográfico se considera pertinente porque permite investigar sobre conceptos, definiciones y nociones relacionadas con el tema de estudio, así como verificar el desarrollo del tema de estudio, pues resulta muy útil para definir rutas de búsqueda. Asimismo serán considerados proyectos sobre bibliotecas digitales, junto con memorias, informes de evaluación, páginas webs de instituciones análogas, revisión de tesis de doctorado y otros trabajos de investigación (Frías y Ríos, 2004: 39).

Nivel o Tipo de Investigación

Tipo de Investigación

En el presente trabajo investigativo se utilizó los siguientes niveles:

Explicativo: En este nivel se explicó todas las razones para que el proyecto se cumpla mediante el sustento bibliográfico y la necesidad establecida para que el problema de investigación tenga solución, se trató de identificar cual es la importancia del uso de las redes sociales digitales en la cultura de los nativos y *millennials* digitales.

Descriptiva: Consiste en descubrir un fenómeno o situación mediante su estudio en una circunstancia temporal-espacial determinada. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer al pueblo Salasaka, culturas y tradiciones a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

Su Meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

Población y Muestra

Población

La población es un grupo de 5 adolescentes de entre 18 a 30 (nativos) años compuesto por hombres y mujeres y 5 niños de 12 a 17 (*millennials*) años hombres y mujeres. Se realizó un muestreo no probabilístico, quedando a criterio del investigador, pues se trata de una investigación con aspectos cualitativa dirigida a un grupo de personas en un mismo contexto. La aleatoriedad en la selección de la muestra permite conocer casos particulares para interpretarlos y verificar la posibilidad de generalizar los resultados.

Condiciones Sociodemográficas de Salasaka

A 14 Km al oriente de la ciudad de Ambato, en una llanura arenosa, se encuentra asentado el pueblo Salasaka. Es una población dispersa ubicada en la provincia de Tungurahua, cantón San Pedro de Pelileo, parroquias García Moreno y Salasaka.

Los Salasakas hace más de 200 años llegaron desde el Altiplano hasta territorio ecuatoriano, cuentan que 14 hombres y 18 mujeres caminaron desde los 4.000 metros sobre el nivel del mar de las cercanías del lago *Titikaka* para asentarse a 2.800 m.s.n.m. en las cercanías del Volcán Tungurahua. Este pueblo mantiene rasgos fisiológicos, etc. Su idioma característico es el *Kichwa* y además del español muchos hablan inglés y otros idiomas. El grupo étnico de los indios Salasakas es el más importante de la provincia y ocupan aproximadamente 20 km² de una zona arenisca del cantón Pelileo (Dr. Masaquiza Segundo, 2012)

El nombre Salasaka no proviene de origen etimológico ni de origen deductivo, el nombre significa “libertad del mundo dual y armónico”, conviven la aceptación de la existencia de un Dios supremo y de una realidad basada en cuatro elementos de la vida *yaku*, *waira*, *nima*, pacha mama (agua, aire, fuego y tierra), el pueblo basa sus costumbres y religiones en la *killa*, (luna), *inti*, (sol), en la actualidad se ha completado con la religión occidental.

La población Salasaka ocupa la provincia de Tungurahua. Manteniendo un importante vínculo ceremonial con su ubicación geográfica como en el caso del cerro Teligote, al que consideran un ser vivo y del que extraen las plantas medicinales y para la tintura de sus ropas. Se asienta en comunidades compuestas por *Ayllus* Salasakas. En la zona alta se destacan Píntag o Rumiñahui Alto; en la zona media, Patuloma, Manguihua, Kochapamba, Manzanapamba Grande, Manzanapamba Chico, Ramosloma, Capillapamba, Llikama, Sanjaloma Alto, Sanjaloma Bajo, Centro Salasaca, *Kuri Ñan*, (camino de oro) Jatun Rumiñahui (piedra grande), *Uchilla Rumiñahui* (piedra pequeña), Guaman Loma y Vargaspamba; y, en la zona baja, las comunidades de Huasalata y Chilcapamba (Lic. Masaquiza Raymi, 2017)

Su organización económica es unitaria, es decir, se encuentran estrechamente articuladas las estructuras económicas, políticas e ideológicas.

Operacionalización de variable

Cuadro N° 2 “Variable Independiente Impacto de la Redes Sociales”

Cuadro N° 2: Operalización de Variables / Variable Independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Las Redes Sociales digitales. Formas de interacción social, intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto con ventajas y desventajas en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos.	Redes Sociales digitales	Facebook Twitter Google Diagnostico	¿Qué tipo de red social digitales utiliza Ud.?	Encuestas Observación de campo
	Enfoque social	Amigos Muros Aplicaciones	¿En pueblo Salasaka realiza capacitación de las redes sociales digitales para mantener la identidad cultural a los jóvenes?	Encuestas Observación de campo
	Comunicación digitales	Desinformación Dependencia Deterioro aprendizaje Libre acceso	¿Qué busca en las Rede Social Digitales?	Encuestas Observación de campo

Fuente: Investigador

Elaborado por: José Masaquiza

Variable Dependiente Dependencia en el entorno del Pueblo Kichwa Salasaka

Cuadro N° 3 “Variable Dependiente Dependencia de la tecnología en el entorno del Pueblo Kichwa Salasaka”

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMES BÁSICOS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
<p>Nativo y <i>millennials</i> digital.</p> <p>Es la utilización de equipamientos o servicios tecnológicos que facilitan la ejecución de las actividades y la satisfacción de las necesidades de las personas en el desarrollo de sus actividades cotidianas.</p>	Comunidad	Aportaciones de ideas Valoración Cultural	¿Qué tipo de redes sociales digitales son más utilizados por los nativos y <i>millennials</i> digitales?	Encuestas Observación de campo
	Liderazgo	Organización Formación		
	Impacto Social	Identificación Soporte político	¿Qué aparatos tecnológicos son más utilizados por los nativos y <i>millennials</i> digitales?	Encuestas Observación de campo
	Comunidad	Aportaciones de ideas Valoración Cultural		
	Liderazgo	Organización Formación	¿Cree usted que las redes sociales digitales ayudan a fomentar la cultural de los nativos y <i>millennials</i> digitales del pueblo <i>Kichwa</i> Salasaka?	Encuestas Observación de campo
	Impacto Social	Identificación Soporte político		

Fuente: Investigador

Elaborado por: José Masaquiza

Plan de Recolección de Información

Técnicas e Instrumentos

Se aplicó la encuesta con un cuestionario estructurado dirigido a la población o muestra seleccionada del Pueblo *Kichwa* Salasaka, además la observación de campo para determinar el uso de las redes sociales digitales y su influencia en la cultura por parte de los nativos y *millennials* digitales.

Validez. La validez del instrumento de investigación se la obtuvo mediante “el Juicio de Expertos”, donde docentes expertos en el tema validaron la encuesta aplicada.

Plan de Recolección de la Información

Población: Se realizó encuestas en el pueblo *kichwa* Salasaka a grupo de 5 adolescentes de entre 18 a 30 años compuesto por hombres y mujeres y 5 niños de 12 a 17 años hombres y mujeres con preguntas llevadas a cabo el día domingo en la feria artesanal de Salasaka.

Plan de Procesamiento de la Información

- Revisión crítica de la Información recogida
- Tabulación y análisis de la información recogida

Cuadro N° 4. Plan de Procesamiento de la Información

¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación.
¿De qué persona u objeto?	De los jóvenes del Pueblo <i>Kichwa</i> Salasaka y especialmente del tema.
¿Sobre qué aspecto?	Sobre las variables de la investigación.
¿Quién o quiénes?	Investigador
¿Cuándo?	2017 a 2018.
¿Dónde?	Pueblo <i>Kichwa</i> Salasaka.
¿Cuántas veces?	En el desarrollo de la encuesta y estudio de casos
¿Qué técnica de recolección?	Encuesta, estudio de caso
¿Con qué?	Cuestionario, fotografías
¿En qué situación?	Durante la realización de la tesis.

Fuente: Investigador

Elaborado por: José Masaquiza

Análisis e Interpretación de Resultados.

- Análisis de los resultados destacando tendencias con los objetivos e hipótesis.
- Interpretación de los resultados.
- Relación de variables.
- **Observación**
- **Indicadores**

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS INTERPRETACIONES DE RESULTADOS

Tabla N° 1. Relación entre nativo y *millennials* digitales p1 * p2 * Sexo *

		p2		Total	
		Hombre	Mujer		
p1	grupo1	% dentro de p1	40.0%	60.0%	100.0%
	grupo2	% dentro de p1	80.0%	20.0%	100.0%
Total		% dentro de p1	60.0%	40.0%	100.0%

Fuente: El pueblo *Kichwa* Salasaka

Elaborado por: José Masaquiza

Con respecto en el sexo, el porcentaje más alto en grupo 1., Es el 60% corresponde a las mujeres y el 40% corresponde a los hombres, grupo 2. Es el 80% corresponde a las mujeres, y el 20% correspondes a los hombres. La mayor parte de los encuestados está dado por grupo 2 dentro de p1, mientras que los otros porcentajes en menor relación hacen referencia a otros de los que están señalados. De las personas encuestadas se estableció dos grupos siendo el primero (nativos) y el segundo (*millennials*) clasificación desarrollada de acuerdo al sexo por parte del autor de la investigación; se determina un número mayor de mujeres que hombres en el grupo 1; por otro lado, se presenta un número mayor de hombres que mujeres del grupo 2.

Tabla N° 2. Relación entre nativos y *millennials* digitales p1 * p3 * p2 * idioma * sexo

p2		p3		Total
		Español	<i>Kichwa</i>	
hombre	p1	grupo1	100.0%	100.0%
		grupo2	100.0%	100.0%
	Total	100.0%	100.0%	
mujer	p1	grupo1	33.3%	66.7%
		grupo2		100.0%
	Total	25.0%	75.0%	100.0%
Total	p1	grupo1	60.0%	40.0%
		grupo2	80.0%	20.0%
	Total	70.0%	30.0%	100.0%

Fuente: El pueblo *Kichwa* Salasaka

Elaborado por: José Masaquiza

Se determina que el 80% del grupo 2 de los hombres hablan el español mientras que el 20% hablan *Kichwa*, mientras de las mujeres del grupo1, 60,0% habla *kichwa* y el 40.0% español; por otro lado el 100% de mujeres del grupo 2 habla *Kichwa*. El 66,7% hablan *Kichwa* y el 100% de los encuestados corresponde a los hombres lo cual indica que el presente trabajo estará liderado por el idioma *kichwa*.

Tabla N° 3. Relación entre nativos y *millennials* digitales p1 * p4 *uso de redes*

% dentro de p1		p4		Total
		Si		
p1	grupo1	100.0%	100.0%	100.0%
	grupo2	100.0%	100.0%	100.0%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: El pueblo *Kichwa* Salasaka

Elaborado por: José Masaquiza

De los jóvenes encuestados el 100,0% tanto del grupo 1 como del grupo 2, se determina o se establece que conocen lo que son las redes sociales digitales. De acuerdo a los resultados obtenidos de los jóvenes que utilizan las redes sociales digitales todos pertenecen a una red social digital.

Tabla N° 4. Relación entre nativos y *millennials* digitales p1 * p5 *utilización de red social digital*

% dentro de p1		p5			Total
		casi nunca	a veces	casi siempre	
p1	grupo1	40.0%	40.0%	20.0%	100.0%
	grupo2	60.0%	40.0%	0.0%	100.0%
Total		50.0%	40.0%	10.0%	100.0%

Fuente: El pueblo *Kichwa* Salasaka

Elaborado por: José Masaquiza

De los 100% de los jóvenes encuestados del grupo 1 dijeron que: el 40,0% a veces, 40,0% casi nunca y el 20,0% casi siempre utilizan las redes sociales y el grupo 2, el 60,0% casi siempre, 40,0% a veces, 0,0% casi siempre. Se determina que en su gran mayoría según las encuestas de los jóvenes del Pueblo *Kichwa* Salasaka el uso de la red social no es frecuente, siendo evidente de acuerdo a los datos el grupo 2 es poco el uso de las redes sociales.

Tabla N° 5. Relación entre nativos y *millennials* digitales p1*\$red social*

		Red social ^a			
		Facebook	Twitter	YouTube	Skype
p1	grupo1				
	% dentro de p1	100.0%	25.0%	75.0%	25.0%
p1	grupo2				
	% dentro de p1	100.0%	0.0%	40.0%	20.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: El pueblo *Kichwa* Salasaka

Elaborado por: José Masaquiza

De un total de 100% de los jóvenes encuestados, utilizan más la red social Facebook el 100,0%, 75,0% tiene cuenta en You Tube, 25,0% tiene su cuenta en Twitter, 25,0% tiene cuenta en Skype y el grupo 2, utilizan más la red social Facebook el 100,0%, 40,0% tiene cuenta en You Tube, 20,0% tiene una cuenta en Skype, 0,0% tiene cuenta en Twitter. Tanto en el grupo 1 como en el grupo 2 se determina que el Facebook es la red social que más se usa, además entre otras redes sociales comunes son el YouTube para visualizar videos, el Skype para desarrollo de video conferencias y tan solo jóvenes del grupo 1 usa el Twitter. De acuerdo a los resultados obtenidos la red social más utilizada por los jóvenes es Facebook debido a que es la página digital más popular entre los jóvenes y que poseen más de cuatro cuentas en distintas redes sociales.

Tabla N° 6. Relación entre nativos y *mellennials* digitales p1*\$ actividad en red

		Actividad en red ^a			
		Comunicar	Informar	cultura	investigar
p1	grupo1	Recuento			
	% dentro de p1	100.0%	25.0%	25.0%	50.0%
p1	grupo2	Recuento			
	% dentro de p1	100.0%	0.0%	0.0%	50.0%
Total		Recuento			

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Agrupación

Fuente: El pueblo *Kichwa* Salasaka

Elaborado por: José Masaquiza

En su gran mayoría de los jóvenes del grupo 1 usan las redes sociales para comunicarse el 100,0%, e investigar, 50,0%, mientras que para informar el 25,0% y para difundir la cultura 25,0% muy poco se ve que los jóvenes desarrollan esta actividad en las redes sociales y en el grupo 2 usan las redes sociales para comunicar 100,0% y el 50,0% para investigar. La mayor parte de encuestados utilizan las redes sociales como un medio de comunicación para estar en contacto con sus amigos, mientras que un número inferior las usan con otros fines como para realizar investigaciones o buscar información, difundir las culturas del Pueblo *Kichwa* Salasaka, que se encuentra subida a las plataformas digitales que ellos utilizan; por lo tanto, las redes sociales es utilizada para estar en contacto con sus amigos.

Tabla N° 7. Relación entre nativos y *millennials* digitales p1 * p9 * p2* actividades * sexo

		% dentro de p1			
p2		p9			Total
		Música danza	Fiesta	Artesanías	
hombre	p1	grupo1	100.0%		100.0%
		grupo2	50.0%	50.0%	100.0%
	Total	66.7%	33.3%		100.0%
mujer	p1	grupo1		100.0%	100.0%
		grupo2			100.0%
	Total		75.0%	25.0%	100.0%
Total	p1	grupo1	40.0%	60.0%	100.0%
		grupo2	40.0%	40.0%	20.0%
	Total	40.0%	50.0%	10.0%	100.0%

Fuente: El pueblo *Kichwa* Salasaka

Elaborado por: José Masaquiza

De un total de 100% de los jóvenes encuestados, 60,0% respondieron que le gusta revisar fiestas, 40,0% les gusta revisar música danza y el grupo 2, 40,0% respondieron que les gusta revisar música danza, 40,0% les gusta revisar fiestas y el 20,0% artesanías. El uso de las redes sociales en los jóvenes permite entre sus actividades digitales promocionar música y danza en su gran mayoría del grupo 1, mientras que en el grupo 2 las fiestas y artesanías son aquellas actividades que la promocionan por las redes sociales. La mayoría de los jóvenes del Pueblo *Kichwa* Salasaka utilizan sus redes sociales digitales para informativo, lo cual demuestra la alta dependencia a revisar las redes sociales y las otras a las cuales pertenecen con el objeto de buscar algunas publicidades dentro de las redes sociales.

**Tabla N° 8. Relación entre nativos y *millennials* digitales grupo *idioma *
sexo**

		p10		Total
		Español	<i>Kichwa</i>	
% dentro de p1				
p2				
hombre	p1	grupo1	100.0%	100.0%
		grupo2	50.0%	50.0%
	Total	66.7%	33.3%	100.0%
Mujer	p1	grupo1	33.3%	66.7%
		grupo2		100.0%
	Total	25.0%	75.0%	100.0%
Total	p1	grupo1	60.0%	40.0%
		grupo2	40.0%	60.0%
	Total	50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: El pueblo *Kichwa* Salasaka

Elaborado por: José Masaquiza

Del 100% de los jóvenes encuestados del grupo 1, el 60,0% corresponde a los que escriben en español en las difusiones de las culturas del Pueblo *kichwa* Salasaka en las redes sociales, 40,0% corresponde a los que escriben en idioma *kichwa* en las redes sociales y el grupo 2, el 40,0% corresponde a los que escriben en español en las difusiones de las culturas del Pueblo *kichwa* Salasaka y el 60,0% corresponde a los que escriben en *kichwa* en las difusiones de las culturas del Pueblo *kichwa* Salasaka. Los hombres del grupo 1 y 2 en su mayoría usan el español para promoción de la cultura de Salasaka, mientras que las mujeres en su mayoría lo hacen en el idioma *Kichwa* sin dejar de lado el español.

Tabla N° 9. Relación entre nativos y *millennials* digitales grupo * importante redes * sexo

		% dentro de p1		
p2		p11		Total
		Si	No	
hombre	p1	grupo1	100.0%	100.0%
		grupo2	100.0%	100.0%
	Total	100.0%		100.0%
mujer	p1	grupo1	66.7%	33.3%
		grupo2		100.0%
	Total	50.0%	50.0%	100.0%
Total	p1	grupo1	80.0%	20.0%
		grupo2	80.0%	20.0%
	Total	80.0%	20.0%	100.0%

Fuente: El pueblo *Kichwa* Salasaka

Elaborado por: José Masaquiza

El 100% de los encuestados del grupo 1, el 80,0% consideran importante difundir la cultura *Kichwa* por medio de las redes sociales, el 20,0% considera que no y el grupo 2, el 80,0% considera que es importante la difusión de la cultura del Pueblo *Kichwa* Salasaka, el 20,0% considera que no. La mayoría de los jóvenes del Pueblo *Kichwa* Salasaka si consideran difundir la cultura a través de redes sociales para que conozcan las tradiciones y que vayan conociendo las nuevas generaciones.

Tabla N° 10. Relación entre nativos y *millennials* digitales grupo *apoyo de tecnología * sexo

		% dentro de p1		
		p2		Total
		p12		
		Si	No	
Hombre	p1	grupo1	100.0%	100.0%
		grupo2	100.0%	100.0%
	Total	100.0%		100.0%
Mujer	p1	grupo1	100.0%	100.0%
		grupo2		100.0%
	Total	75.0%	25.0%	100.0%
Total	p1	grupo1	100.0%	100.0%
		grupo2	80.0%	20.0%
	Total	90.0%	10.0%	100.0%

Fuente: El pueblo *Kichwa* Salasaka

Elaborado por: José Masaquiza

De un total de los jóvenes encuestado, del grupo 1, el 100,0% consideran que el uso de las nuevas tecnologías es importante acceder a difundir las culturas del Pueblo *Kichwa* Salasaka y el grupo 2, el 80,0% considera que sí es importante acceder a las nuevas tecnologías y el 20,0% considera que no. Es impórtate que la tecnología apoye al desarrollo o promoción de la cultura, ya que es una forma de promocionar las actividades culturales que se desarrollan en Salasaka.

**Tabla N° 11. Relación entre nativos y *millennials* digitales grupo *
publicación redes * sexo**

p2		p13			Total
		a veces	casi siempre	siempre	
hombre	p1	grupo1	100.0%		100.0%
		grupo2		100.0%	100.0%
	Total		33.3%	66.7%	100.0%
mujer	p1	grupo1	33.3%	33.3%	100.0%
		grupo2		100.0%	100.0%
	Total		25.0%	25.0%	50.0%
Total	p1	grupo1	60.0%	20.0%	100.0%
		grupo2		80.0%	20.0%
	Total		30.0%	50.0%	20.0%

Fuente: El pueblo *Kichwa* Salasaka

Elaborado por: José Masaquiza

De acuerdo con los resultados obtenidos en el grupo 1, el 60,0% respondieron que escriben en idioma *kichwa* en sus publicaciones a veces, 20,0%, casi siempre, 20,0% siempre y el grupo 2, el 80,0% respondieron que escriben en idioma *kichwa* en sus publicaciones casi siempre, 20,0% siempre. Por lo tanto en sus publicaciones escriben en el idioma *kichwa* a veces en las redes sociales en este caso es una herramienta de uso habitual, es necesario que se encuentre maneras de regular el consumo hacia una forma orientadora en donde las personas pasen de ser homo videns a homo sapiens, personas que piensan y se relacionan entre sí. Se determina que a veces se publican actividades en las redes sociales en *Kichwa* tomando en cuenta que las mujeres del grupo 1 son las que más se comunican en el idioma *Kichwa*

Tabla N° 12. Relación entre nativos y *millennials* digitales grupo *contactos *

sexo

p2	p14				Total		
	grupo1	grupo2	grupo3	ghrup04			
Hombre	p1	grupo1	50.0%	50.0%	100.0%		
		grupo2		50.0%	100.0%		
	Total		16.7%	33.3%	50.0%	100.0%	
Mujer	p1	grupo1			100.0%	100.0%	
		grupo2			100.0%	100.0%	
	Total				100.0%	100.0%	
Total	p1	grupo1	20.0%	20.0%	60.0%	100.0%	
		grupo2		40.0%	40.0%	20.0%	100.0%
	Total		10.0%	20.0%	30.0%	40.0%	100.0%

Fuente: El pueblo *Kichwa* Salasaka

Elaborado por: José Masaquiza

Del total de los encuestados del grupo1, el 60,0% de los jóvenes manifiestan tienen de 200 – 500 contactos, 20,0% más de 500 contactos, 20,0% tiene menos de 80 contactos en las redes sociales y el grupo 2, el 40,0% de los jóvenes manifiestan tienen de 200 – 500 contactos, 40,0% más de 500 contactos, 20,0% tiene menos de 80 contactos en las redes sociales. Los contactos del grupo 1 y 2 en los hombres no tienen más de 500 contactos, mientras que las mujeres tanto en el grupo 1 como en el grupo 2 se tienen más de 500 contactos, Al estar vinculados ellos dentro de esta red social, desde el momento en que abren sesión, reciben bombardeos de información acerca de conocidos o desconocidos, en las redes sociales los expone y les permiten entrar en las vidas de los demás.

**Tabla N° 13. Relación entre nativos y *millennials* digitales grupo *dispositivo
*sexo**

		% dentro de p1				
p2		p15			Total	
		móvil	Tablet	portátil		
hombre	p1	grupo1	100.0%		100.0%	
		grupo2	50.0%	25.0%	25.0%	100.0%
	Total	66.7%	16.7%	16.7%	100.0%	
mujer	p1	grupo1	33.3%		66.7%	100.0%
		grupo2			100.0%	100.0%
	Total	25.0%		75.0%	100.0%	
Total	p1	grupo1	60.0%		40.0%	100.0%
		grupo2	40.0%	20.0%	40.0%	100.0%
	Total	50.0%	10.0%	40.0%	100.0%	

Fuente: El pueblo *Kichwa* Salasaka

Elaborado por: José Masaquiza

Del total de los encuestados del grupo 1, el 60,0% de los jóvenes manifiestan utiliza el teléfono móvil, 40,0% portátil para ingresar a las redes sociales y el grupo 2, 40,0% de los jóvenes indican que utilizan teléfono móvil, 20,0% Tablet y el 40,0% portátil para ingresar a las diferentes redes sociales. Se determina que el hombre en el grupo 1 utiliza más el móvil o celular que las mujeres, además en el grupo 2 los hombres usan más el computador; por otro lado las mujeres en el grupo 1 en menor número usan los celulares y el dispositivo que más usan en el grupo dos es la computadora dentro del Pueblo *Kichwa* Salasaka ocasiona que las relaciones interpersonales se afecten puesto que existe un limitado diálogo entre *mashis* (amigos).

Análisis de la ficha de observación realizada de los perfiles de los nativos y millennials digitales en Facebook.

La observación desarrollada en el joven nativo digital cuya edad es de 23 años de manera que su perfil en Facebook es real pero su nombre pone con abreviaturas además realiza publicaciones de la cultura del Pueblo *Kichwa* Salasaka también realiza publicaciones de las músicas autóctonas del Pueblo *Kichwa* Salasaka, realiza publicaciones de la fiesta pero no lo realiza publicaciones de los lugares sagrados del Pueblo *Kichwa* Salasaka por desconocimiento, además no prevalece el idioma *kichwa* en las publicaciones por la discriminación digital y por vergüenza, no se mantiene la vestimenta del Pueblo *Kichwa* Salasaka en sus publicaciones de las actividades comerciales de la artesanía no se ha hecho publicaciones no comparte su cosmovisión indígena sobre la culturas en sus publicaciones de las actividad diarias que realizan dentro y fuera del Pueblo *Kichwa* Salasaka con sus amigos se realiza publicaciones.

Gráfico 5. Foto de Perfil



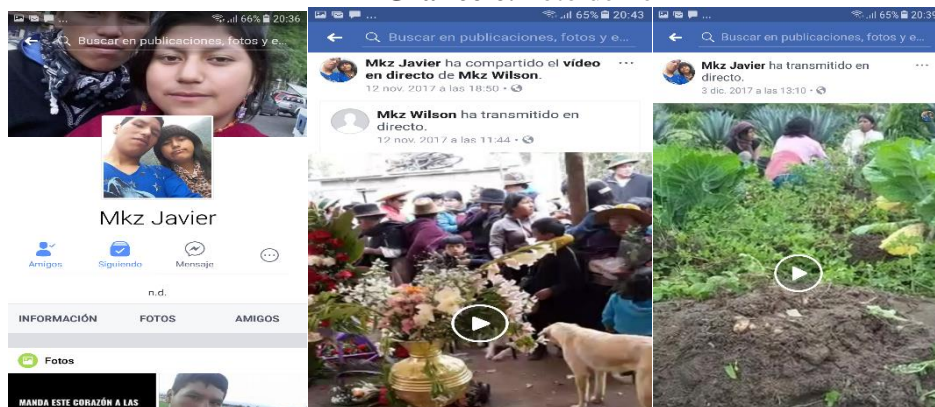
Elaborado por: José Masaquiza

Fuente: Análisis de Perfil de Facebook

La observación desarrollada en el joven nativo digital cuya edad es de 25 años de manera que su perfil en Facebook es real pero su apellido pone con abreviaturas además realiza publicaciones de la cultura del Pueblo *Kichwa* Salasaka no realiza ninguna publicaciones de las músicas autóctonas del Pueblo *Kichwa* Salasaka, no realiza publicaciones de la fiesta además no realiza publicaciones de los lugares sagrados del Pueblo *Kichwa* Salasaka por desconocimiento, además no prevalece

el idioma *kichwa* en las publicaciones por la discriminación digital y por vergüenza, pero se mantiene una parte de su vestimenta del Pueblo *Kichwa* Salasaka en sus publicaciones, de las actividades comerciales de la artesanía no realiza publicación pero si lo realiza las actividades del campo, en ninguna publicación no comparte su cosmovisión indígena sobre la culturas pero realiza publicaciones de las actividad diarias que cumplen dentro y fuera del Pueblo *Kichwa* Salasaka con sus amigos y familiares.

Gráfico 6. Foto de Perfil



Elaborado por: José Masaquiza

Fuente: Análisis de Perfil de Facebook

La observación desarrollada en el joven nativo digital cuya edad es de 25 años de manera que su perfil en Facebook es real además no realiza publicaciones de la cultura del Pueblo *Kichwa* Salasaka realiza publicaciones de las músicas autóctonas del Pueblo *Kichwa* Salasaka, no realiza publicaciones de la fiesta además no realiza publicaciones de los lugares sagrados del Pueblo *Kichwa* Salasaka por desconocimiento, además no prevalece el idioma *Kichwa* en las publicaciones por la discriminación digital y por vergüenza pero en cambio se mantiene en las publicaciones una parte de la vestimenta del Pueblo *Kichwa* Salasaka como mujer, no realiza publicaciones de las actividades comerciales de la artesanía, en ninguna publicación no comparte su cosmovisión indígena sobre la culturas pero realiza publicaciones de las actividad diarias que cumplen dentro y fuera del Pueblo *Kichwa* Salasaka con sus amigos, familiares.

Gráfico 7. Foto de Perfil



Elaborado por: José MMasaquiza

Fuente: Análisis de Perfil de Facebook

La observación desarrollada en el joven nativo digital cuya edad es de 22 años de manera que su perfil en Facebook es real pero su apellido pone con abreviaturas además no realiza publicaciones de la cultura del Pueblo *Kichwa* Salasaka no realiza ninguna publicaciones de las músicas autóctonas del Pueblo *Kichwa* Salasaka, no realiza publicaciones de la fiesta además no realiza publicaciones de los lugares sagrados del Pueblo *Kichwa* Salasaka por desconocimiento, además no prevalece el idioma *kichwa* en las publicaciones por la discriminación digital y por vergüenza, pero en una de sus publicaciones a pesar de todo se mantiene la vestimenta del Pueblo *Kichwa* Salasaka, no realiza publicaciones de las actividades comerciales de la artesanía en ninguna publicación no comparte su cosmovisión indígena sobre la culturas pero realiza publicaciones de las actividad diarias que cumplen dentro y fuera del Pueblo *Kichwa* Salasaka con sus amigos, familiares.

Gráfico 7. Foto de Perfil



Elaborado por: José Masaquiza

Fuente: Análisis de Perfil de Facebook

Acorde a las observaciones realizadas en las redes sociales Facebook, son mayor identificación real en sus perfiles de joven de nativo digital en el Pueblo *Kichwa* Salasaka. Además no realiza publicaciones de la cultura del Pueblo *Kichwa* Salasaka, no se realiza ninguna publicación de las músicas autóctonas del Pueblo *Kichwa* Salasaka, además no realiza publicaciones de la fiesta, no se realiza publicaciones de los lugares sagrados, tan poca prevalece el idioma *Kichwa* en sus publicaciones además se mantiene una parte de la vestimenta en sus publicaciones, no se realiza ningún tipo de publicaciones de las artesanías, no realiza publicaciones de la cosmovisión indígena sobre la cultura, además realiza publicaciones de las actividades diarias que lo hace con sus amigos familiares dentro y fuera del Pueblo *Kichwa* Salasaka. Esto se pudo corroborar al ingresar a su perfiles, aquí se encontró fotografías con perfiles reales. Inclusive, una fotografía, cuya descripción su perfil real del joven nativo digital.

Gráfico 9. Foto de Perfil



Elaborado por: José Masaquiza

Fuente: Análisis de Perfiles en redes sociales digitales

La observación desarrollada en la Srta. *Millennials* digital cuya edad es de 13 años de manera que su perfil en Facebook es real además realiza publicaciones de la cultura del Pueblo *Kichwa* Salasaka no realiza ninguna publicaciones de las músicas autóctonas del Pueblo *Kichwa* Salasaka, realiza publicaciones de la fiesta además no realiza publicaciones de los lugares sagrados del Pueblo *Kichwa* Salasaka por desconocimiento, además no prevalece el idioma *Kichwa* en las publicaciones por la discriminación digital y por vergüenza, en su publicaciones mantiene la vestimenta autóctona del Pueblo *Kichwa* Salasaka, no realizan ninguna publicación de las actividades comerciales de la artesanía en ninguna publicación realizada no comparte su cosmovisión indígena sobre la culturas pero realiza publicaciones de las actividad diarias que cumplen dentro y fuera del Pueblo *Kichwa* Salasaka con sus amigos, familiares.



Elaborado por: José Masaquiza

Fuente: Análisis de Perfiles en redes sociales digitales

La observación desarrollada en el joven *millennials* digital cuya edad es de 14 años de manera que su perfil en Facebook es real además no realiza publicaciones de la cultura del Pueblo *Kichwa* Salasaka no realiza ninguna publicaciones de las músicas autóctonas del Pueblo *Kichwa* Salasaka, realiza publicaciones de la fiesta además no realiza publicaciones de los lugares sagrados del Pueblo *Kichwa* Salasaka por desconocimiento, además no prevalece el idioma *Kichwa* en las publicaciones por la discriminación digital y por vergüenza, en su publicaciones mantiene la vestimenta autóctona del Pueblo *Kichwa* Salasaka, no realizan ninguna publicación de las actividades comerciales de la artesanía en ninguna

publicación realizada no comparte su cosmovisión indígena sobre la culturas pero realiza publicaciones de las actividad diarias que cumplen dentro y fuera del Pueblo *Kichwa* Salasaka con sus amigos, familiares.

Gráfico 11. Foto de Perfil



Elaborado por: José Masaquiza

Fuente: Análisis de Perfiles en redes sociales digitales

La observación desarrollada en el joven *millennials* digital cuya edad es de 16 años de manera que su perfil en Facebook no es real además tienen una baja auto estima para realizar publicaciones de las culturas del Pueblo *Kicwa* Salasaka, una que siente vergüenza además no realiza ninguna publicaciones de las músicas autóctonas del Pueblo *Kichwa* Salasaka, no realiza publicaciones de la fiesta además no realiza publicaciones de los lugares sagrados del Pueblo *Kichwa* Salasaka por desconocimiento, además no prevalece el idioma *Kichwa* en las publicaciones por la discriminación digital y por vergüenza, en su publicaciones mantiene la vestimenta autóctona del Pueblo *Kichwa* Salasaka, no realizan ninguna publicación de las actividades comerciales de la artesanía en ninguna publicación realizada no comparte su cosmovisión indígena sobre la culturas pero realiza publicaciones de las actividad diarias que cumplen dentro y fuera del Pueblo *Kichwa* Salasaka con sus amigos, familiares.

Gráfico 12. Foto de Perfil

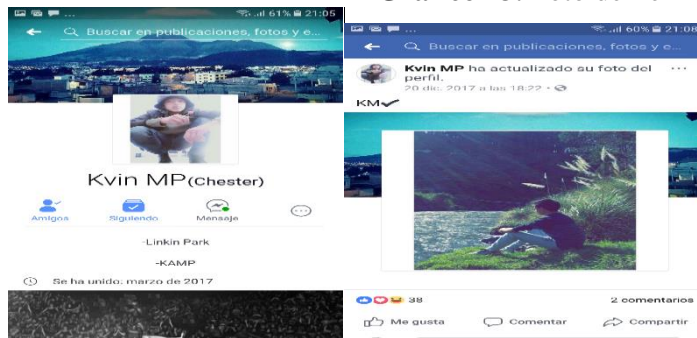


Elaborado por: José Masaquiza

Fuente: Análisis de Perfiles en redes sociales digitales

La observación desarrollada en el joven *millennials* digital cuya edad es de 17 años de manera que su perfil en Facebook no es real además tienen una baja autoestima para realizar publicaciones de las culturas del Pueblo *Kichwa* Salasaka, una que siente vergüenza además no realiza ninguna publicación de las músicas autóctonas del Pueblo *Kichwa* Salasaka, no realiza publicaciones de la fiesta además no realiza publicaciones de los lugares sagrados del Pueblo *Kichwa* Salasaka por desconocimiento, además no prevalece el idioma *Kichwa* en las publicaciones por la discriminación digital y por vergüenza, en sus publicaciones no mantiene la vestimenta autóctona del Pueblo *Kichwa* Salasaka, no realizan ninguna publicación de las actividades comerciales de la artesanía en ninguna publicación realizada no comparte su cosmovisión indígena sobre las culturas pero realiza publicaciones de las actividades diarias que cumplen dentro y fuera del Pueblo *Kichwa* Salasaka con sus amigos, familiares.

Gráfico 13. Foto de Perfil



Elaborado por: José Masaquiza

Fuente: Análisis de Perfiles en redes sociales digitales

La observación desarrollada en el joven *millennials* digital cuya edad es de 13 años de manera que su perfil en Facebook es real además tienen una baja auto estima para realizar publicaciones de las culturas del Pueblo *Kicwa* Salasaka, una que siente vergüenza además no realiza ninguna publicaciones de las músicas autóctonas del Pueblo *Kichwa* Salasaka, no realiza publicaciones de la fiesta además no realiza publicaciones de los lugares sagrados del Pueblo *Kichwa* Salasaka por desconocimiento, además no prevalece el idioma *kichwa* en las publicaciones por la discriminación digital y por vergüenza, en su publicaciones no mantiene la vestimenta autóctona del Pueblo *Kichwa* Salasaka, no realizan ninguna publicación de las actividades comerciales de la artesanía en ninguna publicación realizada no comparte su cosmovisión indígena sobre la culturas pero realiza publicaciones de las actividad diarias que cumplen dentro y fuera del Pueblo *Kichwa* Salasaka con sus amigos, familiares.

Gráfico 14. Foto de Perfil



Elaborado por: José Masaquiza

Fuente: Análisis de Perfiles en redes sociales digitales

Cuadro N° 5. Relación entre Nativos y *Millennials* digitales.

Nativos digitales	<i>Millennials</i> digitales
<i>Características</i>	<i>Características</i>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hablan el idioma <i>kichwa</i> español. ➤ Utilizan las redes sociales digitales como Facebook, You. Tuve, Twitter, Google+. ➤ Utiliza las redes sociales digitales para comunicar con los amigos, informar, investigar, difundir la cultura. ➤ En las redes sociales digitales revisan informativos, publicidades y cultura. ➤ Difunden <i>Takina</i> (Música), <i>Raymi</i> (Fiestas), <i>Shuyuna</i> (Artesanías) ➤ Utilizan el idioma <i>kichwa</i> y español en las publicaciones. ➤ Realizan publicaciones de la cultura. En publicaciones escriben e <i>kichwa</i>. ➤ Tienen amigos en las redes sociales digitales mestizos e indígenas. ➤ Para acceder a las redes sociales digitales utilizan el teléfono móvil ➤ Comparten las publicaciones de otras actividades culturales que realizan dentro del Ecuador. ➤ Realizan publicaciones de la música florklorika de otros pueblos indígenas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hablan el idioma <i>kichwa</i> español. ➤ Utilizan las redes sociales digitales como Facebook, You. Tuve Skype. ➤ Las redes sociales utilizan para comunicar con los amigos y para investigar. ➤ En las redes sociales digitales revisan informativos y publicidades. ➤ En las redes sociales digitales difunden <i>Takina</i> (Música), <i>Raymi</i> (Fiestas), <i>Mikuna</i> (Platos típicos). ➤ Utilizan el idioma <i>kichwa</i> y español en las publicaciones. ➤ Las redde sociales utilizan para difundir la cultura. ➤ En las publicaciones que realizan en las redde sociales escriben en <i>kichwa</i> y español. ➤ Tienen amigos en las redes sociales digitales mestizos e indígenas. ➤ Realizan publicaciones de la música de Rap Románticas. Etc.

Fuente: Encuestas realizadas
Realizado por: José Masaquiza

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

- Las redes social digitales en el Pueblo *Kichwa* Salasaka transfiere la cultural de los nativos y *millennials* digitales, porque les ofrece la posibilidad de observar cada acción que realizan sus contactos de las redes sociales digitales. Al interrelacionarse con ellos de manera directa o indirecta, se sumergen en el mundo de los iguales porque quieren experimentar, sus maneras de vestir, hablar y comportarse como una forma de adaptarse a la sociedad mestiza.
- Los nativos y *millennials* digitales, utilizan las redes sociales digitales, para encontrar nuevos amigos y chatear, dentro de sus acciones más frecuentes están: publicar información de su vida personal, revisar las últimas noticias sobre la de sus contactos, ver los contenidos estéticos y de entretenimiento, publicar imágenes, diarios o contenido multimedia (música, videos y arte) y enlazarse con una gran cantidad de publicidad y marketing.
- El Consejo de Gobierno del Pueblo *Kichwa* Salasaka, no ejerce una actividad en las redes sociales digitales para mantener la cultura con los nativos y *millennials* digitales, se limita al requerimiento de información y no al análisis profunda de los niños y jóvenes del Pueblo *Kichwa* Salasaka.
- Desde que los nativos y *millennials* digitales del Pueblo *Kichwa* Salasaka utilizan las redes sociales digitales, se ha podido identificar de su identidad y están a merced de la hibridación cultural. Los factores que determinan este fenómeno social son: el reemplazo de la vestimenta ancestral, por ropa de la etnia mestiza (Chapetones), la utilización del idioma castellano antes que

el *Kichwa*, la escasa participación en las celebraciones y fiestas tradicionales. La mayor parte del grupo de estudio reconoce que la identidad cultural es un conjunto de costumbres, valores, creencias, tradiciones y leyendas que heredan de sus padres y abuelos, sin embargo señalan que sienten la necesidad de adaptarse a los nuevos tiempos, porque viven en un contexto globalizado.

- Existe interés por los jóvenes del Pueblo *Kichwa* Salasaka por publicar las diferentes actividades culturales, artesanales, músicas y comerciales, en las redes sociales digitales.

Recomendaciones

- Se requiere implementar estrategias comunicacionales para que los nativos y *millennials* digitales se apropien de su identidad cultural, tanto en las redes sociales digitales como en la vida real.
- Es necesario proponer la realización de talleres que formen a los nativos y *millennials* digitales críticos ante los contenidos que observan en las redes sociales digitales.
- Finalmente, se recomienda al Consejo de Gobierno del Pueblo *Kichwa* Salasaka, crear una página digital en donde los jóvenes compartan las publicaciones de las culturas.
- Se debe elaborar mensajes educativos que utilicen recursos comunicacionales para que los nativos y *millennials* digitales tomen conciencia de la importancia de apropiarse de su identidad cultural
- Es importante difundir los mensajes educativos en espacios de unión social del Pueblo *Kichwa* Salasaka, para que fortalezcan su cultura ancestral.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Datos Informaciones

Título:

Guía para el uso adecuado de las redes sociales digitales para mejorar la difusión de la cultura del pueblo *Kichwa* Salasaka.

Ubicación

Provincia: Tungurahua

Cantón: Pelileo

Parroquia: Salasaka

Beneficiarios Directos

El pueblo Salasaka

Beneficiarios Indirectos

Sociedad

Institución Ejecutora: El pueblo Salasaka.

Tiempo estimado para la ejecución: Mayo 2018 – Enero 2019

Equipo Técnico Responsable: El pueblo Salasaka, José Masaquiza, productores fotógrafos, investigadores, y agentes de marketing.

Valor referencias de la Propuesta: 5000

Antecedentes de la Propuesta

Luego de analizar las redes sociales digitales en el Pueblo *Kichwa* Salasakade los nativo y *millennials* digital en relación a la cultura, es claro que es necesaria una propuesta que permita la promoción cultural en las redes sociales digitales tanto de los nativos y *millennials* digitales.

Si se parte del concepto básico de una red, se encontrará la referencia a un sistema interconectado de objetos o personas, desde una telaraña hasta una asociación, estas estructuras cumplen con las características de una red. Y teniendo en cuenta esta premisa es necesaria que esa red sea utilizada de forma clara, pero con fines investigativos para difundir las culturas del Pueblo *Kichwa* Salasaka de los nativos y *millennials* en las redes sociales digitales.

Es necesario diseñar una propuesta como por ejemplo una guía del uso adecuado de las redes sociales digitales que reúna las características necesarias para mantener y promocionar la cultura del Pueblo *Kichwa* Salasaka para que fortalezca por medio de una mejor utilización de las redes sociales digitales en tiempos y espacios definidos.

Justificación

En vista del poco interés de la difusión de las culturas se hace necesario plantear esta propuesta así las personas tendrán diferentes modos y facilidades para conocimiento de la cultura del Pueblo *Kichwa* Salasaka.

Esta será una carta de presentación y una alternativa para que conozcan las culturas del Pueblo *Kichwa* Salasaka, en las redes sociales digitales, mismas que serán un medio digital que llegará a toda la sociedad.

Al ser una propuesta novedosa utilizando las herramientas TIC, entendiéndose de esta manera que la guía y las redes sociales digitales se conviertan en un vínculo positivo para la difundir responsablemente las culturas del Pueblo *Kichwa* Salasaka, sean estos ciudadanos nativos o *millennials* digitales.

Objetivos

Objetivo General

- Diseñar una guía del uso adecuado de las redes sociales digitales que contribuirá a mejorar la difusión de la cultura del pueblo *Kichwa* Salasaka.

Objetivos Específicos

- Motivar el compromiso y participación de los jóvenes y niños en la guía del uso adecuado de redes sociales digitales para promocionar la cultura.
- Establecer las características de la guía de orientación del uso adecuado de redes sociales digitales para promocionar la cultura.
- Desarrollar la guía del uso adecuado de redes sociales digitales para promocionar la cultura del Pueblo *Kichwa* Salasaka.

Análisis de Factibilidad

Fundamentación Filosófica

El Pueblo *Kichwa* Salasaka es rico en costumbres, tradicionales, leyendas y festividades, las que remontan al “Taita Salasaka”, a los “kaporales”, “*Jatun Piesta*”, “Danzantes” al “*Kishwar* o árbol de Dios”, Siendo los más importantes. Las culturas se realizan basadas en el calendario *inka* basado en el ciclo de la *Killa*, luna, el mismo que es el eje de convivencia de la sociedad indígena. El más importante de entre las culturas es el *Kaporal*, el mismo tiene su origen en el *inkario*, que con la llegada de los españoles huye con las *Pallas*, princesas del Sol y el Salasaka su contraste con la llegada de los negros a América que estaban urgidos del placer sexual. Otro de los personajes más importantes es el Glorioso Paje, esto se manifiesta en la fiesta de los capitanes que es la participación en la revolución liberal con Genera Eloy Alfaro, donde los Salasakas participaron y llegaron hasta el grado de Capital, e, inteligentemente el Pueblo Salasaka contrasta al paje.

Esta etnia es considerada como uno de los grupos más interesantes, por la conducta social que muestran, arisca y rebelde, sin querer integrarse con los blancos, viviendo aislados, conservando sus tradiciones y costumbres; cultivan la cabuya y con sus fibras tejen cuerdas y sacos. La transmisión de los conocimientos es oral y práctica

y de padres a hijos; y constituye el espacio de socialización de la familia y la comunidad.

Axiológica

La aplicación de valores es fundamental, en donde a más de aprovechar el tiempo libre en los eventos culturales, formar la persona a través de la práctica de la riqueza cultural, orienta y guía hacia la formación del ser humano, por medio de la aplicación de valores como el respeto, dentro y fuera de la Parroquia *Kichwa Salasaka*, aceptar victorias y derrotas, tener una capacidad de reacción positiva ante los diferentes estímulos sociales, unión, colaboración, espíritu de compromiso y sobre todo responsabilidad convirtiéndose estos en un hábito de vida.

La práctica de esta cultura estimula el crecimiento integral enriqueciendo el aspecto conector, social, psicológico y propulsor. A través de la participación de los miembros de las comunidades, logrará que los niños y jóvenes no sólo se formen cognitivamente sino que establezca una relación de armonía con la cultura.

Socio-Cultural

Cada uno de los miembros del Pueblo *Kichwa Salasaka* está dispuesto a contribuir en el desarrollo de la propuesta y mejorar el uso de las redes sociales digitales en los jóvenes y niños y a su vez mantener la cultura siendo significativo y funcional, creando una conciencia responsable frente a la sociedad a su *Allus* (familia) y a sí mismo para valorarse y respetarse.

Política

La base organizativa es la comuna. La autoridad máxima es la Asamblea y luego el Cabildo; el ser Alcalde confiere status en la comunidad.

El trabajo para la comunidad se realiza en minga y las decisiones se toman democráticamente en las asambleas.

Gran parte de las comunidades se encuentran organizadas en la Unión de Indígenas Salasaka, Concejo de Gobierno y en la Corporación de Organizaciones Campesinas de Pelileo, filiales del Movimiento Indígena de Tungurahua, MIT, que forma parte del ECUARUNARI y de la CONAIE.

Ambiental

La guía del uso adecuado de las redes sociales digitales para generar conciencia al Pueblo *Kichwa* Salasaka protegerá y mantendrá un ambiente sano y limpio ya que el material que se utilizará para las distintas actividades, serán reciclados una vez finalizada la guía por lo que no representa peligro alguno de contaminación, Además el pueblo *Kichwa* Salasaka cuenta con espacios y medios adecuados para la difusión de mensajes.

Equidad de género

La presente propuesta ha sido diseñada para los jóvenes y niños sin distinción de sexo, raza, cultura, etnia o religión; por lo que tendrán acceso y se beneficiarán de ella tanto hombres como mujeres del Pueblo *Kichwa* Salasaka.

Legal

Constitución de la República del Ecuador del 2008 aprobada en Montecristi.

CAPÍTULO PRIMERO

Principios fundamentales

Art. 1.-El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.

La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución.

Sección tercera

Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

Sección cuarta

Cultura y ciencia

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Art. 22.-Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse

de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

Art. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Art. 25.- Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales.

Sección quinta

Cultura

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

Art. 380.- Serán responsabilidades del Estado:

1. Velar, mediante políticas permanentes, por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que configuran la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador.
2. Promover la restitución y recuperación de los bienes patrimoniales expoliados, perdidos o degradados, y asegurar el depósito legal de impresos, audiovisuales y contenidos electrónicos de difusión masiva.

3. Asegurar que los circuitos de distribución, exhibición pública y difusión masiva no condicionen ni restrinjan la independencia de los creadores, ni el acceso del público a la creación cultural y artística nacional independiente.
4. Establecer políticas e implementar formas de enseñanza para el desarrollo de la vocación artística y creativa de las personas de todas las edades, con prioridad para niñas, niños y adolescentes.
5. Apoyar el ejercicio de las profesiones artísticas.
6. Establecer incentivos y estímulos para que las personas, instituciones, empresas y medios de comunicación promuevan, apoyen, desarrollen y financien actividades culturales.
7. Garantizar la diversidad en la oferta cultural y promover la producción nacional de bienes culturales, así como su difusión masiva.
8. Garantizar los fondos suficientes y oportunos para la ejecución de la política cultural.

Ley Orgánica de comunicación

TÍTULO I

Disposiciones preliminares y definiciones

Art. 5.- Medios de comunicación social.- para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitaria, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que presten el servicio público de comunicación masiva que usan como herramientas medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y video por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

TÍTULO II

Principios y derechos

CAPÍTULO I

Principios

Art. 16.- principios de transparencia.- los medios de comunicación social difundirán sus políticas editoriales e información y su código deontológico en portales web o en un instrumento a dispersión del público.

Art. 31.- derecho a la protección de las comunicaciones personales.- Todas las personas tienen derecho a la inviolabilidad y al secreto de sus comunicaciones personales, ya sea que éstas se hayan realizados verbalmente, a través de las redes y servicios de telecomunicaciones legalmente autorizadas o estén soportadas en papel o dispositivos de almacenamiento electrónico.

Queda prohibido gradar o registrar por cualquier medio las comunicaciones personales de terceros sin que ellos hayan conocido y autorizado dicha grabación o registro, salvo el caso de las investigaciones encubiertas autorizadas y ordenadas por un juez competente y ejecutadas de acuerdo a la ley.

La violación de este derecho será sancionada de acuerdo a la ley.

SECCIÓN II

Derechos de igualdad e interculturalidad.

Art. 35.- derecho al acceso universal a las tecnologías y comunicación.- Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.

SECCION I

Medios de comunicación públicos

Art.- Objetivos.- Los medios de comunicación social públicos tendrán los siguientes objetivos:

2. Ofrecer servicios de información de relevancia pública veraz y verificada, oportuna y contextualizada, con respeto a los principios de independencia profesional y pluralismo
4. Fomentar la igualdad de género y la interculturalidad;
9. Ofrecer contenidos educativos, culturales, de recreación y entretenimiento que contribuyan al buen vivir.

Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) Es una ley que tiene por objeto garantizar y proteger, en lo que concierne al tratamiento de los datos personales, las libertades públicas y los derechos fundamentales de las personas físicas, y especialmente de su honor, intimidad y privacidad personal y familiar. Su objetivo principal es regular el tratamiento de los datos y ficheros, de carácter personal, independientemente del soporte en el cual sean tratados, los derechos de los ciudadanos sobre ellos y las obligaciones de aquellos que los crean o tratan.

Económico – Financiero

Cuadro N° 6

N	RECURSO	MONTO	TOTAL
50	Recopilación de información	20	1,000

500	Recopilación de fotografía	2	800
1	Diseño	900	900
1	Diagramación	800	800
500	Publicación	3	1,500
	TOTAL		5,000

Fuente: investigador

Elaborado por: José Masaquiza

Guía del uso adecuado de las redes sociales para los nativos y *millennials* digitales.

Nadie duda de que internet ha cambiado para siempre el paradigma de la vida, la manera de comunicarse empresas y personas, las relaciones, los hábitos de ocio y de consumo.

A lo largo de las últimas décadas, las funcionalidades y posibilidades que ofrece Internet han ido evolucionando, primero de la mano de la Web 1.0, luego las herramientas digitales de la Web 2.0 y a futuro las ventajas vendrán en forma de Web 3.0.

Asimismo, las TIC han llegado y se han instalado definitivamente en las personas, la exigencia de entender la revolución digital es una condición necesaria para liderar el cambio; a su vez el desafío profesional al que nos enfrentamos en el terreno de la comunicación no consiste simplemente en “adaptarse al cambio”, el nivel de exigencia en el planteamiento es mucho mayor y pasa por comprender y controlar las nuevas características de los medios de comunicación sociales.

Por otro lado, se trata de ser protagonistas de la revolución tecnológica, no meros espectadores; las redes sociales digitales que se han desarrollado en la Web 2.0 representan la materia viva de su filosofía, la parte más humana de la tecnología, donde entran las personas que son principales protagonistas (Jané, 2017).

Evolución. De la Web 1.0 a la 2.0.

Lo que denominamos Web 1.0 y 2.0 se define como las fases evolutivas que ha sufrido Internet en sus años de historia; la diferencia principal entre las dos está fundamentada en que durante la fase 1.0 el usuario sólo tenía acceso a la información como receptor, sin posibilidad de participar en la creación de contenidos, las páginas son estáticas; por otro lado en la fase 2.0 el usuario puede interactuar con los contenidos de páginas dinámicas, ya sea creándolo o comentando, expresando opiniones y recibiendo información de otros usuarios (Delgado, 2012).

Al hablar de Web 2.0 refiere a la fase de la Web basada en un conjunto de herramientas que permiten que los usuarios produzcan y compartan contenido teniendo el usuario en todo momento control de sus datos; además las herramientas de la Web 2.0 permiten el aprovechamiento de la inteligencia colectiva y a estas herramientas se les denomina Medios Sociales o Social Media; siendo el término “Social Media” utilizado como contraste al término “Mass Media” o Medios de Comunicación de Masas, protagonistas absolutos de la comunicación del siglo XX.

Por otro lado los medios masivos (televisión, radio, prensa) tenían como finalidad formar, informar y entretener al público que tenía acceso a ellos, siendo el único emisor sin interacciones de sus públicos; de hecho los Medios Sociales traen con su filosofía, un modelo de comunicación en el que diversos usuarios producen y comparten información.

Las Redes Sociales para los nativos y *millennials* digitales.

Las Redes Sociales digitales son aplicaciones Web destinadas a construir o reflejar relaciones sociales entre personas, que permiten compartir información y contenido entre ellas; son un mero reflejo de las redes de contactos que se establecen en la vida real y a ese hecho se le debe gran parte de su éxito, ya que ayuda a las personas a construir y mantener lazos que tienen con las personas de su entorno (Ponce, 2012)

En la innovación está el éxito y para conseguirlo, no basta con adaptarse al cambio, sino liderarlo y explotar los recursos que nos trae la Web 2.0; es por ello que la guía es el instrumento con orientación técnica para los jóvenes y niños del Pueblo *Kichwa* Salasaka, que incluye toda la información necesaria para el correcto uso y manejo de los elementos y actividades digitales que se desarrollan en el Pueblo *Kichwa* Salasaka, incluyendo las actividades de aprendizaje y de estudio independiente de los contenidos de la riqueza cultural del pueblo.

La guía didáctica apoyará a los jóvenes y niños (*millennials* y nativos) a promocionar la cultura del Pueblo *Kichwa* Salsaka, a fin de mejorar la difusión de la cultura en el tiempo disponible y maximizar el aprendizaje y su aplicación; a su vez; permitirá investigar la cultura, de acuerdo a los objetivos generales y específicos planteados, así como el desarrollo de todos los medios para la difusión de la riqueza cultural.

Características de la guía de los nativos y *millennials* digitales.

- Ofrece información acerca del contenido cultural del pueblo *Kichwa* Salasaka.
- Define los objetivos específicos y las actividades culturales de pueblo *Kichwa* Salasaka para:
 - Orientar en la difusión de la cultura.
 - Informa a los jóvenes y niños de lo que ha de lograr.
 - Orientar culturalmente.

Funciones básicas de la guía del uso de las redes sociales de los nativos y *millennials* digitales.

- Establece las recomendaciones oportunas para conducir al desarrollo del Pueblo *Kichwa* Salasaka.
- Aclara en su desarrollo las dudas que previsiblemente puedan obstaculizar el progreso de la difusión de la cultura.
- Especifica en su contenido, la forma física y metodológica en que los jóvenes y niños deberán realizar sus productos culturales.

- Es una herramienta valiosa que complementa y dinamiza la cultura; con la utilización de estrategias creativas, simula y reemplaza situaciones reales.
- Facilita a las autoridades y padres de familias la guía sobre las TIC que le permite integrar en su práctica cultural y mantener la riqueza cultura (Roig, 2012).

Clases de guías de los nativos y *millennials* digitales.

- Guías de motivación
- Guías de aprendizaje de la cultura
- Guías de antropología
- Guías de fotografía
- Guía de videos de la cultura
- Guías de Aplicación
- Guías de lectura

Para qué sirve la guía de los nativos y *millennials* digitales de las actividades y cómo la aplico.

Es un recurso instructivo dispuesto en el Pueblo *Kichwa* Salasaka en el cual se explican detalladamente las actividades que se deben realizar para el cumplimiento de un objetivo de la difusión de la cultura; donde plantea estrategias, procedimientos, técnicas y herramientas para que los jóvenes y niños activen estructuras de pensamiento autónomo.

La guía de actividades es entonces una estrategia para la planificación y realización en torno al Pueblo *Kichwa* Salasaka para lograr la difusión de la cultura.

**DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA PARA LOS NATIVOS Y
MILLENNIALS DIGITALES.**

PROPUESTA

“GUÍA DEL USO ADECUADO DE LAS REDES SOCIALES DE LOS NATIVOS Y *MILLENNIALS* DIGITALES PARA MEJORAR LA DIFUSIÓN DE LA CULTURA DEL PUEBLO *KICHWA* SALASAKA”.

Gráfico N° 15: Propuesta



Elaborado por: José Masaquiza
Fuente: Pueblo *Kichwa* Salasaka

CONTENIDOS

PRESENTACIÓN

INTRODUCCIÓN

OBJETIVOS

**REDES SOCIALES DE INTERNET EN LA CULTURA
PARA LOS NATIVOS Y *MILLENNIALS* DIGITALES.**

- 1.1. Concepto.
- 1.2. Metodologías activas en el uso de redes sociales para los nativos y *millennials* digitales.
- 1.3. Sitios de referencia de la cultura de redes sociales para los nativos y *millennials* digitales.
- 1.4. Tipos de redes sociales en internet para los nativos y *millennials* digitales
- 1.5. Dimensiones de la difusión de la cultura que brindan las redes sociales para los nativos y *millennials* digitales.

II. **FUNCIONES BÁSICAS DE LAS REDES SOCIALES DE LOS NATIVOS Y *MILLENNIALS* DIGITALES EN LA CULTURA.**

- 2.1. El Facebook y sus aplicaciones de los nativos y *millennials* digitales en el campo cultural
- 2.2.1. Educanetwork te brinda múltiples beneficios para los nativos y *millennials* digitales
- 2.2.3. Twitter y sus oportunidades en el campo cultural para los nativos y *millennials* digitales
- 2.2.4. Youtube y sus fascinantes videos culturales para los nativos y *millennials* digitales
- 2.2.5. Google navegador predeterminado para los nativos y *millennials* digitales
- 2.2.6. Diipo y su interrelación en el campo educativo para los nativos y *millennials* digitales

III. **RECOMENDACIONES PARA EL USO ADECUADO DE LAS REDES SOCIALES PARA LOS NATIVOS Y *MILLENNIALS* DIGITALES EN PUEBLO KICHWA SALSACA:**

IV. **MENSAJE CLAVE PARA LOS JÓVENES Y NIÑOS NATIVOS Y *MILLENNIALS DIGITALES* ACERCA DEL**

MANEJO DE REDES SOCIALES EN EL PUEBLO KICHWA SALASAKA.

PRESENTACIÓN

En esta guía vamos a tratar las diferentes redes sociales para los nativos y *millennials* digitales, con el propósito de concientizar a padres de familia y autoridades su importancia y darles un uso adecuado, centrándonos en las que más se utilizan en la actualidad y que forman parte en nuestra vida cotidiana.

Si seguimos sus prácticas recomendaciones, conseguiremos que los jóvenes, niños y autoridades den un adecuado uso a las redes sociales digitales, mediante ello lograrán obtener una gama de beneficio en el ámbito cultural y con ello mejoraran de la difusión de la cultura.

Gráfico N° 16: Presentación



Elaborado por: José Masaquiza
Fuente: Google.

INTRODUCCIÓN

Definitivamente los tiempos han cambiado la tecnología ha crecido a pasos acelerados mediante las redes sociales digitales de Internet que han traído consigo una serie de herramientas que facilitan la generación de contenidos y la interacción entre los nativos y *millennials* digitales.

Las redes sociales digitales constituyen un medio nuevo que exige conocer si queremos hacer un uso libre y responsable de ella. Este es un apartado de gran importancia, pues todos los jóvenes están participando de forma activa en las redes sociales digitales sin entender correctamente las particularidades del medio y las implicaciones que se pueden derivar de un mal uso.

Los menores deben ser conscientes de la importancia que tienen los actos en la red y la correcta gestión de su Identidad Digital, conocer los riesgos que generan, gestionar correctamente su privacidad y aprender normas de un adecuado uso de las redes sociales digitales.

En ese sentido, es necesario conocer y descubrir el uso de dichas redes sociales digitales y lograr resultados favorables en la formación intelectual de los jóvenes y niños.

OBJETIVOS.

Objetivo General:

- Utilizar las redes sociales digitales por parte de los jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales desde un propósito de promoción cultural.

Objetivos Específicos

- Analizar la utilidad de las redes sociales digitales en el ámbito cultural.
- Utilizar de manera adecuada las redes sociales digitales.

I. REDES SOCIALES DE INTERNET PARA LOS NATIVOS Y *MILLENNIALS* DIGITALES.

1.1. Concepto.

Son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e sociedad nativos y *millennials* digitales. 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, 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 (Haro, 2011).

1.2. Metodologías activas en el uso de redes sociales de los nativos y *millennials* digitales.

Jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales creadores de contenidos

Jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales participativos

Jóvenes y niños, nativos y *millennials* motivados Toman decisiones

Reflexivos

El proceso es más importante que los resultados Aprendizaje cooperativo y comunicativo Redes de aprendizajes jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales activos padre de familias y autoridades como facilitadores

Gráfico N° 17: El uso de las redes sociales digitales en los nativos y *millennials* digitales.



Elaborado por: José Masaquiza
Fuente: Pueblo *Kichwa* Salaska.

1.3. Tipos de redes sociales en Internet para los nativos y *millennials* digitales.

Redes Masivas: Son aquellas donde cualquier persona o institución puede crear o participar. En estos espacios el internauta se registra con el fin de compartir contenidos y de hacer nuevos contactos entre los nativos y *millennials* digitales (Hernandez, 2015).

La interacción entre los usuarios es mayor. Las redes sociales masivas más conocidas son:

Gráfico N° 18: Tipos de redes sociales en Internet para los nativos y *millennials* digitales.



Elaborado por: José Masaquiza
Fuente: Google.

Redes Cerradas: Son aquellas creadas para permitir el acceso sólo a un grupo de personas selecto o que pertenezcan a un grupo en particular. Ejemplos: Redes universitarias.

1.4. Dimensiones del aprendizaje cooperativo que brindan las redes sociales para los nativos y *millennials* digitales.

- Proveen los jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales de un entorno creativo con múltiples herramientas y materiales (sonidos, imágenes, vídeos...) que envuelven a los jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales en su adquisición de conocimiento, logrando un compromiso activo con cada integrante del pueblo *Kichwa* Salasaka.
- Facilitan el contacto entre jóvenes, niños nativos y *millennials* digitales y padres de familia y autoridades, permitiendo que realicen actividades en conjunto y que compartan sus ideas.
- Rompen la barrera de espacio y de tiempo, ya no es necesario esperar a estar físicamente con cualquier integrante del pueblo *Kichwa* Salasaka para plantear alguna pregunta o compartir algún conocimiento; por medio de estas herramientas los jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales es capaz de conectarse con la sociedad o amigos a cualquier hora, sin importar el lugar; mientras tenga un ordenador e Internet.
- Ofrece a los jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales el acceso a un mundo de información que les permite una conexión con el contexto del mundo real, abriéndoles las puertas sobre cualquier tema impartido.
- Las nuevas tecnologías, al ser utilizadas como herramientas constructivistas, crean una experiencia diferente en el proceso de aprendizaje entre los jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales, se vinculan con la forma en la que ellos aprenden mejor, y funcionan como elementos importantes para la construcción de su propio conocimiento (Guerrero, 2009).

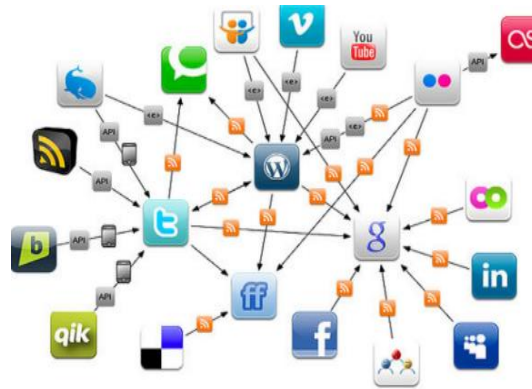
Gráfico N° 19: Dimensiones del aprendizaje cooperativo que brindan las redes sociales digitales.



Elaborado por: José Masaquiza
Fuente: Google.

Las redes sociales son un material importante para la cultura cumplen con las siguientes funciones:

Gráfico N° 20: Las redes sociales son un material importante para la cultura.



Elaborado por: José Masaquiza
Fuente: Google.

Ofrecen un entorno global propicio para desarrollo del contraste, integración y recreación cultural como parte de la vida indígena.

Metáfora tecno social que recupera el valor de la participación en redes sociales digitales y, con ello, abre una oportunidad para potenciar el papel de la interacción como condición social de la vida indígena.

Brinda información de situaciones sociales específicas acerca de los intereses y obligaciones de los pueblos indígenas (noticias, eventos culturales, calendarización incaicas y aspectos generales a lo largo del ciclo la vida).

Comparte con la sociedad, padres de familia y autoridades: recursos descubiertos o propios publicados en las redes sociales digitales: Imágenes, videos, músicas, artesanías, platos típicos, etc.

I. FUNCIONES BÁSICAS DE LAS REDES SOCIALES PARA LOS NATIVOS NILLENNIALS DIGITALES EN LA CULTURA.

1.1. El Facebook y sus aplicaciones en el campo cultural de los nativos y *millennials* digitales.

- Intercambiando cultural mediante el Facebook entre los nativos y *millennials* digitales.
- Se acuerda con calendarios culturales con los *mashis* (amigos) del pueblo *Kichwa* Salasaka.
- Cada uno de los jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales investigan el calendario de los eventos culturales y comparte mediante Facebook.
- Todos los jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales del pueblo *Kichwa* Salasaka analizan comparten las publicaciones de otras culturas.
- Cada uno de los jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales realizan publicaciones de sus vidas cotidianas dentro y fuera del pueblo *Kichwa* Salasaka.
- Poco joven y niño nativo y *millennials* digital trata con una persona anciana relacionados con un tema cultural a través de las redes sociales.
- Jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales del pueblo *Kichwa* Salaska crean un álbum de fotos para que quede de recuerdo de sus años de vida.
- Los jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales crean sus propios videos para difundir en las redes sociales digitales (C., 2001)

Gráfico 21: El Facebook y sus aplicaciones en el campo cultural para los nativos y *millennials* digitales.



Elaborado por: José Masaquiza

Fuente: Foto de perfil Facebook.

2.2. Twitter y sus oportunidades en el campo cultural para los nativos y *millennials* digitales.

- Les da la oportunidad de que lea un artículo o capítulo y, a continuación, hacer un resumen o síntesis de los principales puntos
- Pueden compartir con sus amigos enlaces interesantes que haya descubierto.
- Ponte al acecho siguiendo a un personaje famoso y documentar su progreso.
- Pueden elegir una persona famosa del pasado, crear una cuenta de Twitter para ella y en un plazo de tiempo estipulado escribir Tweets asumiendo el rol de ese personaje, con un estilo y vocabulario acorde (por ejemplo, Cervantes, William Shakespeare, Julio César). Ideal para estudios sociales.
- Mantener conversaciones en las que participen todos los jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales suscritos a la cuenta de Twitter. Generar debates o reflexionar sobre la cultura del pueblo *Kichwa* Salasaka.
- Crear tu propio micro relatos en 228 caracteres. De acuerdo con tus amigos se turnan para contribuir a un cuento o “historia” en un período de tiempo.
- Comenzar un tema (de acuerdo a una etiqueta única precedida por #) para que todo el contenido creado sea capturado automáticamente por Twemes u otro agregado.
- Tienen la ventaja de conocer amigos de otros países y conversar regularmente con él durante un período de tiempo para conocer su cultura (Segovia, 2011) .

Gráfico N° 22: Twitter y sus oportunidades en el campo cultural para los nativos y *millennials* digitales.



Elaborado por: José Masaquiza

Fuente: Foto de Twitter.

2.3. YouTube y sus fascinantes videos culturales para los nativos y *millennials* digitales.

- Descubren sitios mágicos de consulta cultural.
- Tutorial para editar videos
- Multimedia para desarrollar el pensamiento crítico-creativo acerca de una determinada temática cultural.
- Los jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales y el lenguaje audiovisual.
- Explore el fascinante material de videos cultural.
- Sitio de YouTube del Taller de Cine El Mate
- Videos tutoriales sobre Macromedia Flash
- Comparte con la sociedad, padres de familia y otros amigos y autoridades: recursos descubiertos o propios publicados en las redes sociales digitales: Imágenes, videos, músicas, artesanías, platos típicos, presentaciones culturales etc.

- As brillar tu imaginación la memoria, el pensamiento, la atención, la comprensión tridimensional y la imaginación se estimulan con la exploración que el cerebro realiza al practicar el origami (Gutiérrez, 2016).

Grafico N ° 23: You Tube y sus fascinantes videos culturales para los nativos y *millennials* digitales.



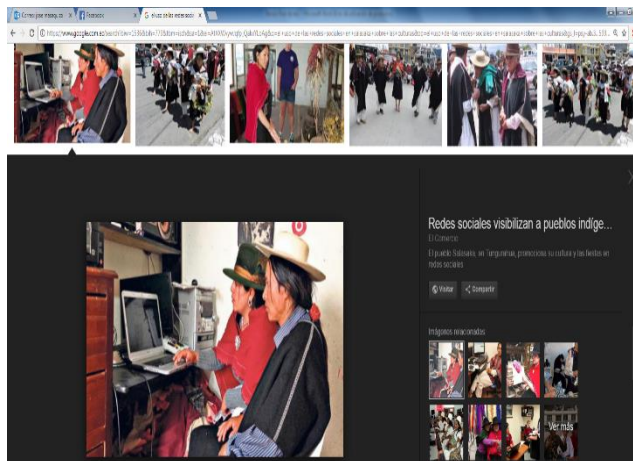
Elaborado por: José Masaquiza
Fuente: Videos de YouTube.

2.4. Google para los nativos y *millennials* digitales.

- Creando y compartiendo videos en línea con amigos
- Colaborar en grupo actividades culturales.
- Puedes crear una nueva presentación en las redes sociales digitales, subir una ya creada o utilizar una plantilla de nuestra galería de plantillas.
- Dibujan o hacen representaciones gráficas culturales
- Formularios destinados a crear encuestas.
- También puedes ordenar las fotos por título, fotos destacadas, última foto abierta y última foto modificada a través del menú Ordenar situado en la parte superior derecha.

- Encuentran una amplia gama de imágenes culturales (Gardy, 2010).

Gráfico N° 24: Google para los nativos y *millennials* digitales.



Elaborado por: José Masaquiza

Fuente: Google.

2.5. Diipo y su interrelación en el campo cultural con los nativos y *millennials* digitales.

- Es una red social didáctica y colaborativa para los nativos y *millennials* digitales.
- Pero también permite la creación de blogs y proyectos.
- Jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales desarrollan más sus conocimientos en el idioma inglés, español, *kichwa*.
- Contáctate con amigos y participa en foros culturales con una sola temática.
- Unirnos a grupos con temáticas, escribir en un blog o ver los blogs de la red. Podemos tener un blog personal dentro de la red para publicar.
- Puedes inscribirte en talleres Culturales.
- Puedes comunicarte con autoridades de otras áreas culturales (Hidalgo, 2011).

Gráfico N° 25: Diipo y su interrelación en el campo cultural para los nativos y *millennials* digitales.



Elaborado por: José Masaquiza

Fuente: Google.

II. **RECOMENDACIONES PARA EL USO ADECUADO DE LAS REDES SOCIALES PARA LOS NATIVOS Y *MILLENNIALS* DIGITALES EN EL PUEBLO *KICHWA* SALASAKA:**

1. Use las redes sociales digitales dosificadamente.
2. Aproveche las bondades de las redes sociales digitales para compartir conocimientos y experiencias con sus *mashis* (amigos) del pueblo *Kichwa* Salasaka y fuera del pueblo.
3. Intercambie conocimientos y experiencias con jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales de otros pueblos indígenas.
4. Hable con sus padres para conocer las reglas del uso de redes sociales digitales, que incluyen las páginas que puedo visitar, lo que puedo hacer, cuándo me puedo conectar y cuánto puedo estar en línea.
5. No dar nunca información personal: mi dirección particular, número de teléfono, dirección o número de teléfono del trabajo de mis padres, números de tarjeta de crédito o el nombre y la ubicación de la casa sin el permiso de los padres
6. Hablar inmediatamente con sus padres si ven o reciben algo en Internet que les haga sentir incómodo/a o amenazado/a; esto incluye mensajes de correo

electrónico, sitios web o incluso el correo normal de los amigos de redes sociales digitales.

7. No acordar nunca citas con persona que no han conocido en línea sin el permiso de mis padres.
8. No enviar nunca fotografías tuyas ni de otros familiares a otras personas a través de Internet o el correo ordinario sin el permiso de sus padres.
9. No decir nunca su contraseña de Internet a nadie.
10. Tener buen comportamiento en línea y no hacer nada que pueda molestar o hacer enfadar a otras personas.
11. Nunca descargar, instalar o copiar nada de discos o de Internet sin el permiso correspondiente.
12. No hacer nunca nada en Internet que valga dinero.
13. Dejar que mis padres sepan mi nombre de inicio de sesión en redes sociales digitales y los nombres de chat, que se indican a continuación:
14. Naveguen sólo cuándo haya un adulto en casa. Siempre que sea posible debería haber un adulto en casa para supervisar o dar soporte al menor cuando está conectado a Internet (Antonanzas, 2014).

IV: MENSAJES CLAVE PARA LOS JÓVENES Y NIÑOS NATIVOS Y *MILLENNIALS* DIGITALES ACERCA DE LAS REDES SOCIALES EN EL PUEBLO *KICHWA* SALASAKA.

1. No te creas todo lo que veas en Internet o redes sociales digitales, hay mucha información falsa y errónea.
Cualquier persona con escasos conocimientos de informática puede crear una página web. Debemos ser críticos a la hora de seleccionar la información y buscar páginas oficiales o con suficiente crédito, que nos garanticen la fiabilidad de su contenido.

2. Haz caso sólo a la información que estás buscando, sin distraerte con otras. Es importante tener siempre presente el objetivo por el que te conectas a las redes sociales digitales.
Todo lo que se te vaya ocurriendo hacer lo apuntas en una lista y cuando hayas terminado, entonces repasas la lista y descubrirás que muchas de esas cosas ya no te interesan.
Recuerda que el tiempo en Internet vuela, no dejes que se te escapen.
3. Evita usar tu nombre, apellido o fecha de nacimiento en tu dirección de correo.
4. Desconfía cuando te toque algo o te ofrezcan algún premio, es probable que te pidan algo a cambio. Este tipo de mensajes siempre tienen un objetivo concreto, nadie regala nada por estar conectado a una hora determinada a Internet o por ser el internauta número un millón.
5. No respondas a mensajes o mails en los que te amenacen o te digan cosas que te hagan sentir mal. Si alguna vez te sucede habla con tus padres para que puedan ayudarte a solucionar el problema. Si ignoras a la persona que te mandó ese mensaje o que te hizo sentir mal, es posible que se aburra y termine por dejarte en paz. Si contestas, entras en su juego y sin querer le animas a que continúe.
6. Cuando renvíes mails, escribe las direcciones con copia oculta (CCO) para no revelarlas. Recuerda borrar las direcciones anteriores si aparecen en el mensaje. Debemos proteger nuestra dirección de correo y las de nuestros *mashis* (amigos).
7. Piensa bien las cosas que publicas en las páginas de redes sociales digitales, ya que cualquier persona puede ver esa información. Usa los filtros de privacidad que estén a tu disposición para proteger tu información (nivel privado, que lo vean sólo mis *mashis* (amigos), que puedan ver las fotos pero no se puedan descargar, etc.)
8. No des información personal a personas que no conozcas ni la publiques en redes sociales digitales o blogs. Ten cuidado con la información que, a veces sin ser conscientes, damos en Internet: “voy a estudiar, que llegan mis padres”, “este fin de semana nos vamos de viaje”.
9. No hables en los chats con desconocidos, Internet es una valiosísima herramienta para mantener contacto con tus *mashis* (amigos), pero no

olvidos que sólo son aquellos a los que has conocido físicamente antes. Todos los demás son desconocidos. Desconfía cuando alguien que has conocido en Internet te proponga una cita. Es posible que se trate de una persona distinta de quien dice ser (Gañán, 2015).

Modelo Operativo

Cuadro N° 7 Modelo Operativo

FASES O ETAPAS	OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABILIDADES	TIEMPO	PRODUCTO
Socialization	Motivar a los jóvenes y niños para usar de manera adecuada las redes sociales digitales	Convocar a las distintas dignidades que colaboren con la ejecución de las actividades.	Autorización de padres familia y autoridades convocatoria Proyector Marcadores	Investigador Tutor	Viernes 11 de Mayo a las 13:h30	100% de jóvenes y niños involucrados
Planificación	Diseñar la guía de alimentos para su ejecución	Capacitar a los jóvenes y niños en el uso adecuado de redes sociales digitales.	<ul style="list-style-type: none"> • Hojas • Laptop • Impresora 	Investigador Tutor	Lunes 16 de Mayo al 21 de Mayo	100% de jóvenes y niños involucrados
Ejecución	Entregar la guía de redes sociales digitales a los jóvenes y niños.	Fase 1 Socialización y motivación Fase 2 Redes sociales digitales de internet. Funciones básica de las redes sociales digitales Recomendaciones para el uso adecuado de las redes sociales digitales. Mensajes clave. Propuesta cultural	Guía Hojas Computadora	Un facilitador comisión técnica pedagógica.	Permanente	100% de jóvenes y niños involucrados
Evaluación	Efectuar monitoreo a la ejecución de la guía.	Seguimiento a los indicadores de evaluación	Guía Convocatorias Registro de Asistencia.	Investigador Tutor.	Evaluación A los jóvenes y niños del pueblo <i>Kichwa</i> Salasaka.	Propuesta cumplida en un 90%.

Elaborado por: José Masaquiza

6.9. ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA.

La guía de un adecuado uso de redes sociales digitales será posible llevarlo a ejecución con todo el Pueblo *Kichwa* Salasaka es decir jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales, padres de familia y autoridades del “Pueblo *Kichwa* Salasaka” de su administración estará a cargo del investigador José Masaquiza, con el apoyo y la apertura de las autoridades del Pueblo *Kichwa* Salasaka. Se aplicará entre otras, las siguientes estrategias:

- Diálogo con las autoridades: Del Pueblo *Kichwa* Salasaka
- Motivación a los jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales del pueblo *Kichwa* Salasaka
- Ejecutar la guía de un adecuado uso de las redes sociales digitales en sus diferentes fases de forma secuencial
- Evaluar qué nivel de aceptación tendrá la guía del uso de redes sociales digitales en la difusión de la cultura.

6.10. PLAN DE MONITOREO Y EVALUACIÓN.

Cuadro N° 8. Plan de monitoreo y evaluación.

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Qué evaluar?	La guía de un adecuado uso de redes sociales
¿Por qué evaluar?	Porque hay que realizar seguimiento a cada actividad de la guía.
¿Para qué evaluar?	Para hacer un buen uso de las redes sociales.
¿Con qué criterios evaluar?	Critico-analítico.
¿Con que Indicadores?	Aspectos cualitativos obtenidos en las encuestas.
¿Quién evalúa?	Nora Irene Narváez
¿Cuándo evaluar?	Durante y después del proceso del desarrollo de la propuesta
¿Cómo evaluar?	Aplicación de ficha de evaluación y avance de la propuesta.
¿Con que fuentes de Información se evaluar?	Ficha de seguimiento
¿Con qué evaluar?	Indicadores establecidos.

Elaborador por: José Masaquiza

Se evaluará la propuesta “guías para el uso adecuado de las redes sociales digitales” con la aplicación de indicadores establecidos que permitirán el monitoreo, intervención y seguimiento a las actividades propuestas en el proyecto y que serán revisadas periódicamente para su auto regulación. La autorregulación del programa será el resultado de los avances y logros en el cumplimiento de cada tarea, revisados periódicamente y plasmados en un informe.

Formato de Evaluación de la propuesta.

Instrucciones: Estimados jóvenes y niños nativos y *millennials* digitales la presente investigación tiene el carácter cultural por lo tanto le solicito veracidad en sus respuestas, la información es anónima y será tratada de forma seria y responsable Marque con una X la respuesta que usted considere correcta. Escala Valorativa: 3: Si se cumple; 2: Cumplió parcialmente; 1: No se cumplió.

Cuadro N° 9: Formato Evaluación de la propuesta

INDICADORES CUMPLIDOS	NIVELES DE CUMPLIMIENTO		
	1	2	3
Asisten los jóvenes y niños nativos y <i>millennilas</i> digitales a la guías establecidas			
Se planifico las actividades, responsables, recursos y tiempos.			
Se registró la asistencia a las diferentes etapas de socialización de la guía.			
Los jóvenes y niños nativos y <i>millennials</i> digitales aplican guía del uso de redes.			
Se desarrolló en la guía los siguientes temas			
I: Redes sociales digitales de internet en la cultura para los nativos y <i>millennials</i> digitales.			
II: Funciones básicas de las redes sociales digitales en la cultura de los nativos y <i>millennials</i> digitales			
III: Recomendaciones para el uso adecuado de las redes sociales para los nativos y <i>millennials</i> digitales.			
IV: Mensajes clave para los jóvenes y niños nativos y <i>millennials</i> digitales acerca del manejo de redes sociales.			
Se estableció indicadores de seguimiento de evaluación.			

Elaborado por: José Masaquiza

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACOSTA, J. C. (01 de 06 de 2012). *Aprendizaje combinado, aprendizaje electrónico centrado en el alumno y nuevas tecnologías*. Obtenido de Aprendizaje combinado, aprendizaje electrónico centrado en el alumno y nuevas tecnologías: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/19306/Documento_completo.pdf?sequence=1

AGUIRRE, Ángel, 1988 *Diccionario temático de Antropología*, PPU

ALATAS, H. S. 2006. *The Autonomous, the Universal and the Future of Sociology*. Obtenido de <http://csi.sagepub.com/content/54/1/1>

ANDER Egg, E. 2012. *Concepto de Comunidad*. Recuperado el 9 de junio de 2014, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Concepto-De-Comunidad-Por-Distintos-Autores/5280527.html>

ANGULO, M. L. 2011. *Escuela, familia y sociedad*. EDUCAR, 102.

ANTONANZAS, Tamara. 2014 *Recomendaciones del uso de las redes sociales*. Disponible en: <https://educacionenusa.com/2014/12/23/10-consejos-para-un-correcto-uso-de-las-redes-sociales/>

ÁREA Moreira, Manuel; Borrás Machado, José F. y San Nicolás Santos, Belén. 2015. *Educación a la generación de los millennials como ciudadanos cultos del ciberespacio. Apuntes para la alfabetización digital. Revista de Estudios de Juventud* núm. 109, pp. 13-32. Recuperado de http://www.injuve.es/sites/default/files/2016/05/publicaciones/cap1_109.pdf

ARNAIZ, A. (s.f.) 2008. *Sociedad y Estado*. México, México: Instituto de investigaciones Jurídicas de la UNAM. Recuperado el 25 de agosto de 2014, de <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/facdermx/cont/20/dtr/dtr5.pdf>
Asamblea Nacional. (20 de Octubre de 2008).

AUZO, A. 2012 *Chatear con amigos en Facebook. País Vasco (España). Instituto de Máquina-Herramienta.* Recuperado en <http://www.imh.eus/es/comunicación/dokumentazio-irekia/manuales/manual-facebook-redes-sociales-para-usuario-y-para-empresa/perfiles-de-usuario-participar-comentar-chatear>

BACALLAO Pino, L. 2016. *Redes sociales, acción colectiva y elecciones: los usos de Facebook por el movimiento estudiantil chileno durante la campaña electoral de 2013*

BARVIN, SL, Heerman, WJ, Warren, MD, y Renhoff, C, 2010. *Millennials y el mundo del trabajo: el impacto de la obesidad en la salud y la productividad. Revista de Negocios y Psicología*, Pp.25, 239-245. Google Académico.

BASTARDAS Boada, Albert. 1995. *Comunicación humana y paradigmas holísticos. Claves de razón práctica*, 51, pp. 78-80.

BENEDICT, Ruth. 1964. *El hombre y la cultura. Sudamericana.* Buenos Aires. — (1976): *El crisantemo y la espada.* Alianza Editorial. Barcelona.

BERASATEGUI, E. 2016. *Los "nativos digitales" Millennial pronto serán consumo dominante.* Recuperado el 11 de 10 de 2017, de <http://www.estefaniaberasategui.es/de-tu-interes/consumidor/los-nativos-digitales-millennial-pronto-seran-el-segmento-de-consumo-dominante.html>

BOAS, Franz. 1964. *Cuestiones fundamentales de antropología cultural.* Solar/Hachette. Buenos Aires.

BORJA, F. 2010. *Las Redes Sociales.* En F. Barja.

CARRI, Paula. 2012. *“Lenguas que buscan sobrevivir”.* Argentina: Página 12

CASTELLS Manuel. 2006. *La sociedad RED: una visión global.*

CIBANAL, Luís. 2006. *Teoría de la comunicación humana.*

CONSTITUCIÓN de la República del Ecuador. Quito: Asamblea Nacional. Recuperado el 8 de Octubre de 2017, De http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

CORONA Núñez, José. 1992. *Estudios de antropología e historia. Morelia [México]*: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Secretaría de Difusión Cultural y Extensión Universitaria, Editorial Universitaria

DE HAUW, S., y De Vos, A. 2010. Perspectiva de la carrera de los *millennials* y expectativas contractuales psicológicas: ¿la recesión conduce a una reducción de las expectativas? *Journal of Business and Psychology*, Pp. 25, 293-302. Google Académico.

DELGADO, H. (31 de 08 de 2012). *Evolución de la Web 1.0, 2.0 y 3.0 - características y diferencias*. Recuperado el 03 de 05 de 2018, de Evolución de la Web 1.0, 2.0 y 3.0 - características y diferencias: Evolución de la Web 1.0, 2.0 y 3.0 - características y diferencias

DÍAZ, F. 2010. *Técnicas de Elaboración de Tesis*. Ambato: UTA.

DOMÍNGUEZ Pozos, Fernando de Jesús y López González, Rocío. 2015. *Uso de las redes sociales digitales entre los jóvenes universitarios en México. Hacia la construcción de un estado del conocimiento (2004-2014)*. Revista de Comunicación, núm. 14, pp. 48-69. Recuperado de <http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2015/Art048-069.pdf>

DOMINGUEZ, C. 2016. Recuperado el 13 de 10 de 2017, de <http://www.puromarketing.com/12/27152/nativos-digitales-comienzan-usar-mobile-redes-sociales-cada-vez-mas-pronto.html>

DONALD Levine, 1971 (ed) *'Simmel: On individuality and social forms'* Chicago University Press, pxix.

DURKHEIM, E. D. 1997. *Las reglas del método sociológico*. Obtenido de <https://books.google.com/books?id=iyssOp3tnoic>

EDUVIN. 2010. Newscred. Obtenido de Newscred. com

EFFLAND, R. 2003. *The Cultural Evolution of Civilizations*. Obtenido de http://www.mc.maricopa.edu/dept/d10/asb/anthra2003/glues/model_complex.html

FEMXA, M. 2017. *Marketing Digital y TICS*. Recuperado el 13 de 11 de 2017, de <https://www.cursosfemxa.es/blog/marketingdigital-tics/generacion-x-millennials-y-nativos-digitales>

FERNÁNDEZ, Borja. 2015” *Las Redes Sociales. Lo que hacen sus hijos en Internet. Pero que son las redes sociales*”

FERRER Teresa –Mico, 2012. *Nativos Digitales Journal of Feelsynapsis (JoF)*. "Comunicación". Pp. 52-56. En: Significados.com. Disponible en: <https://www.significados.com/comunicacion/> Consultado: 18 de abril de 2018, 06:00 pm.

FLORA Davis. 1996. *La comunicación no verbal*.

FROW, John. 1995. *Cultural Studies & cultural Value*.

GAÑÁN, Víctor Manuel. 2015. *Consejos de seguridad en redes sociales*. Disponible en: <http://blog.servilia.com/consejos-de-seguridad-en-redes-sociales-para-adolescentes/>

GARCÍA Cuadrado, José Ángel. 2001. *Antropología filosófica, Eunsa, Pamplona*.

GARDY, J. P. (20 de 05 de 2010). *Definición de Google*. Obtenido de Definición de Google: <https://definicion.de/google/>

GOFFMAN, E. 1959. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amarrarte. Buenos Aires.

GÓMEZ, M. 2006. *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Córdoba: Brujas.

GONZÁLEZ, I. 1999. *Identidad Cultural de un Pueblo (Mensaje en un blog)*. Recuperado de <http://loslugarestienenmemoria.blogspot.com/2011/07/elconcepto-de-identidad-cultural-de-un.html> (2014-06-05)

GONZÁLEZ, J. C. 2014. *Blog PERIODISMO EN LAS AMERICAS*. Recuperado el 18 de 11 de 2017, de <https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-17223-medios-nativos-digitales-informan-y-capacitan-comunidades-rurales-e-indigenas-en-ameri>

GRANADOS Díaz, J. E. 2004. *Tecnologías de información y comunicación (TIC): Un comparativo entre América*. Recuperado el 12 de junio de 2014, de <http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/ger/ticg7al.htm>

www.google.com 2013

<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis73.pdf> (Tomado 05 – 05 – 2017)

GUERRERO, C. S. (20 de 05 de 2009). *Las claves para la dinamizacion eficiente de grupos de trabajo colaborativo*. Recuperado el 03 de 05 de 2018, de Las claves para la dinamizacion eficiente de grupos de trabajo colaborativo: <https://es.slideshare.net/cristobalsuarez/dimensiones-del-aprendizaje-cooperativo>

GUITIÉRREZ, M. J. (28 de 03 de 2016). *Mejores Alternativas (o complementos) a la aplicación oficial de You Tube*. Recuperado el 03 de 05 de 2018, de Mejores Alternativas (o complementos) a la aplicación oficial de You Tube: Mejores alternativas (o complementos) a la aplicación oficial de YouTube

GUTIERREZ, Francisco, 2000. *Hacia una pedagogía basada en los medios de comunicación social: (La Educomunicación un desafío para el cambio)*, Compilación realizada por Paulina Naranjo y Diego Tapia F. 1era Edición, Edit.U.P.S. Quito. Ecuador.

HANNERZ, Ulf. 1998. *Conexiones trasnacionales. Cultura, gente, lugares*. Madrid: Cátedra y Universidad de Valencia.

HARO, J. D. (01 de 04 de 2011). *Las redes sociales en educación*. Recuperado el 03 de 05 de 2018, de Las redes sociales en educación: <http://jjdeharo.blogspot.com/2008/11/la-redes-sociales-en-educacin.html>

HARRIS, M. 1987. *El desarrollo de la teoría antropológica: una historia de las teorías de la cultura*. Madrid: Siglo XXI de España.

HARRIS, Marvin. 1996. *Vacas, cerdos, guerras y brujas*. Alianza Editorial. Barcelona.

HERAS, L., & Villareal, J. 2003. *La Realidad Aumentada: Una tecnología en espera de Usuarios*. Recuperado el 27 de Octubre de 2017 de UNAM México: http://www.revista.unam.mx/vol.8/num6/art48/jun_art48.pdf

HERNANDEZ, I. 2001. *Discriminación étnica y cultural. Algunas razones para meditar. Presentado en Reunión de Expertas sobre Racismo y Género CEPAL*. Santiago de Chile, 4 y 5 de junio de 2001

HERNANDEZ, R. (28 de 08 de 2015). *Funciones Basicas*. Recuperado el 03 de 05 de 2018, de Funciones Basicas: <https://es.slideshare.net/HernandezRios/funciones-principales-de-las-redes-sociales-52182277>

HERRERA, E. L., Medina, F. A., & Naranjo, L. G. 2010. *Tutoría de la investigación científica*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.

HERRERA, L., Medina, A., & Naranjo, G. 2008. *Tutoría de la Investigación Científica*. Ambato: Empredane Gráficas Cía. Ltda.

HIDALGO, J. (01 de 04 de 2011). *Diipo - red social didáctica y colaborativa para profesores y alumnos*. Recuperado el 03 de 05 de 2018, de Diipo - red social didáctica y colaborativa para profesores y alumnos: <https://www.whatsnew.com/2011/04/01/diipo-red-social-didactica-y-colaborativa-para-profesores-y-alumnos/>

HOWE, N.; Strauss, W. 2000. *Millennials Rising: the next great generation*, New York, Vintage Original.

ISAIAS, Berlin. 1967. Marx Karl: *His Life and Environment*. Time Inc Book Division, New York.

JANÉ, Carmen – Ibáñez María Jesús, 2017. Niños y adolescentes en redes sociales. Disponible en: <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20170602/ninos-adolescentes-redes-sociales-manual-para-padres-6080518>

- LARRAZ, D. A. 2017. *Tecnología*. Recuperado el 11 de 10 de 2017, de <http://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/09-2017-cuales-son-las-aplicaciones-que-mas-utilizan-los-millennials>
- LAZO Marta, C. y Martínez Rodríguez, E. 2011. *Jóvenes interactivos: nuevos modos de comunicarse*. Netbiblo.
- LENSKI, Gerhard, 1974. *Human Societies: An Introduction to Macrosociology*.
- LINTON, Ralph.1972. *El estudio del hombre*. Fondo de Cultura Económica, México.
- LLAMAS, F. & Pagador, I. 2014. *Estudio sobre las redes sociales y su implicación en la adolescencia*. Enseñanza & Teaching, volumen 32, pp. 43-57.
- LLUNA, S. 2017. *Millennials*. Recuperado el 22 de 10 de 2017, de <https://www.centrodeinnovacionbbva.com/sites/default/files/ebook-cibbva-innovation-trends-generacion-millennials.pdf>
- LOPÉZ, A. 2015. *La red social facebook y la identidad cultural de los y las adolescentes de la unidad educativafiscomicional Fray Bartolome de las casas Salasaka*.
- LUHMANN, N & De Georgi, R. 1993. *Teoría de la sociedad*, Mexico: Universidad Iberoamericana.
- LUJÁN, S. M. (2001). *Programación en Internet*. Club Universitario.
- MACIONIS, J. J., & Plummer, K. 2007. *Sociología*. Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/sociolog%ada.cite_ref-12
- MARTÍN, M. 2009. *Evolución de los servicios de redes sociales en internet*. Recuperado el 25 de agosto de 2014, de <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2009/septiembre/09.pdf>
- MARTINEX, C. 2016. *Las TIC en el Ecuador*. Recuperado el 11 de 10 de 2017, de www.uta.edu.ec

MARZAL Manuel 1998, *Historia de la Antropología 2: Antropología Cultural*, 6.
ª edición, editorial Abya Yala, Quito – Ecuador.

MEAD, G. H. 1999. *Espíritu, persona y sociedad: Desde el punto de vista del conductismo social*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/sociolog%
c3/ada-cite_ref-:3_16-0](https://es.wikipedia.org/wiki/sociolog%c3/ada-cite_ref-:3_16-0)

MERINO, J. P. (23 de 07 de 2011). *Desinicion de*. Obtenido de Definición de Chat: <https://definicion.de/chat/>

MERINO, J. P. 2008. *Definicion de la sociedad*. Obtenido de <http://definicion.desociedad/>

MERODIO, J. (24 de 12 de 2015). *Las redes sociales verticales como estrategia de nicho*. Obtenido de Las redes sociales verticales como estrategia de nicho: <https://www.juanmerodio.com/redes-sociales-verticales-estrategia-nicho/>

MICHELL, D. G. 1994. *Diccionario de la lengua Española. Vigésimotercera edición. Versión normal*. Obtenido de <https://books.google.com.ar/books?>

MOLINA, H. 2014. *Manual de Internet*. Recuperado el 10 de junio de 2014, de <http://www.angelfire.com/la/hmolina/internet.html>

MORDUCHOWICZ, R. 2009. *Los jóvenes y las pantallas: nuevas formas de sociabilidad*. Gedisa.

MORGAN Henry Lewis. 2001. *La Antropología es el estudio de la realidad humana, es la ciencia que trata de los aspectos biológicos y sociales del hombre*.

MOSTERÍN, Jesús, 2009 *La cultura humana*. Madrid: Espasa-Calpe.

PELLÓN, Ricardo, 2013. Socioliga. *Revista Colombiana de Psicología*., <https://es.wikipedia.org/wiki/Sociedad>. Obtenido de [http://es.wikipedia.org/wiki/sociolog%
ada-cite_ref-12](http://es.wikipedia.org/wiki/sociolog%ada-cite_ref-12)

PÉREZ Porto Julián & Merino María. Publicado: 2008. Actualizado: 2012. Definiciones: Definición de antropología (<https://definicion.de/antropologia/>)

PINSANI, F. 2005. *Los nativos del mundo digital y el futuro de las TIC*. Recuperado el 20 de 11 de 2017, de https://elpais.com/diario/2005/10/27/ciberpais/1130377882_850215.html

PISCITELLI, Alejandro, 2012. Inmigrantes Digitales vs Nativos Digitales

PONCE, I. (17 de 04 de 2012). *Observaciones tecnologicas*. Obtenido de Nonografías Redes Socilaes: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043-redes-sociales?showall=1>

PORTAL, M. A. 1991. *La identidad como objeto de estudio de la antropología. Alteridades*. pp. 3-5

POZO, M. U. 2014. *Diferencia y desigualdad. des;dades*, 15.

PRENSKY, Mark. 2001. *Digital game based learning*, New York, McGrawHill Press.

PROAKIS, John G.; Manolakis, Dimitris G. 2007. *Digital Signal Processing*. Pearson Prentice Hall.

REAL Academia Española. (22 de junio de 2016). *Diccionaria de la lengua Española Vigesima tercera edición normal*. Obtenido de <https://books.google.com/books?id=huficwaqbaj>

RENFREW, Colin; Bahn, Paul.1998. *Introducción: la Naturaleza y los Propósitos de la Arqueología*.

RIDEOUT, V. J., Vandewater, E. A., & Wartella, E. A. 2003. *Zero to Six. Electronic Media in the Lives of Infants, Toddlers and Preschoolers*. Menlo Park: The Henry J. Kaiser Family Foundation.

RITZER, G. 2001. *Teoría sociológica moderna* . Obtenido de <http://books.google.com/books?id=ke91qwaacaaj>

ROIG, R. V. (01 de 01 de 2012). *Redes sociales educativas. Propuestas para la intervencion en la aula*. Recuperado el 03 de 05 de 2018, de Redes sociales

educativas. Propuestas para la intervencion en la aula: •
https://www.researchgate.net/publication/280050529_Redetes_sociales_educativas_Propuestas_para_la_intervencion_en_el_aula

ROITMAN, M. 2008. *Pesar América Latina: el desarrollo de la sociología latinoamericana*. Obtenido de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/libros/campus/roitman/>

SAN Martín, Javier.1985. *La antropología: ciencia humana, ciencia crítica, Montesinos*.

SÁNCHEZ-Parga, J. 2013. *Qué significa ser indígena para el indígena. Más allá de la comunidad y la lengua. Ecuador*. Editorial Universitaria Abya-Yala

SAN DOVAL-Forero, Eduardo A. 2013. *Los indígenas en el ciberespacio. Agricultura, sociedad y desarrollo*. Pp. 235-256. Recuperado en 25 de mayo de 2015, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-54722013000200006&lng=es&tlng=es.

SANTACRUZ, R. 2016. *Sociedad_ Monografías.com*. Obtenido de <http://monografías.com/trabajos35/sociedad/sociedad.shtml>

SANTACRUZ, Rafael, 2000. *Sociedad - Monografias.com. Monografias.com*. Consultado el 18 de noviembre de 2017.

SEGOVIA, A. (03 de 05 de 2011). *Las oportuniddaes de Twitter en el ecosistema de los medios*. Recuperado el 03 de 05 de 2018, de Las oportuniddaes de Twitter en el ecosistema de los medios: <http://blogs.elpais.com/estrategia-digital/2011/05/twitter-ecosistema-informativo.html>

SHANNON, Claude El wood. 1948. *A Mathematical Theory of Communication*. The Bell System Technical Journal. P.

SIERRA, Francisco y Gravante, Tommaso, 2012. “Apropiación tecnológica y mediación. Líneas y fracturas para pensar otra comunicación posible” en Javier Encina y María Ángeles Ávila (Eds.). *Autogestión de la vida cotidiana*, UNILCO/Editorial Atrapasueños, Sevilla.

SPENCER, H. 2007. *Sociedad*. (M. Beltran, Trad.) Recuperado el 15 de agosto de 2014, de http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_107_121168250759211.pdf

TIBAN, Á. 2009. *Escuela de Formación Política del MIC*. Cotopaxi.

TORRES, F. C. 2009. Nativos Digitales: ¿Ocultamiento de Factores Generadores de Fracaso Escolar? *Iberoamericana de Educación* N°. 50, 116.

VERGARA, Carlos, 2012. “*Pedro Cayuqueo: la resistencia mapuche en clave 2.0*”. Argentina: La Nación

WEBER, M. 1977. *Economía y Sociedad*. México DF, Fondo de Cultura Económica.

WHITE, A. 1992: “*La energía y la evolución de la cultura*”. En: Bohannan, P & Glazer, M. (comp): *Antropología. Lecturas*. McGraw-Hill. Madrid.

Anexo

|

Redes sociales

Ventajas

- Se puede conectar con gente que está a kilómetros de distancia.
- Reencuentro con conocidos
- La comunicación puede ser en tiempo real.
- Se puede conseguir trabajo y consejos mediante ellas.
- Para conocer nuevas personas para distintas cosas como: búsqueda de pareja, amistad o compartir intereses.
- Compartir momentos especiales con las personas cercanas a nuestras vidas.

Desventajas

- Son peligrosos, porque exponen nuestra vida.
- Pueden darse casos de suplantación de personalidad.
- Falta en el control de datos.
- Pueden ser adictivas y devorar gran cantidad de nuestro tiempo, pues son ideales para el ocio
- Pueden apoderarse de todos los contenidos que publicamos.
- Pueden ser utilizadas por criminales para conocer datos de sus víctimas en delitos.



EL USO ADECUADO DE LAS REDES SOCIALES PARA LOS NATIVOS Y MILLENNIALS DIGITALES DEL PUEBLO KICHWA SALASAKA

1. Use las redes sociales digitales doctóricamente.
2. Aproveche las bondades de las redes sociales digitales para compartir conocimientos y experiencias con sus meshis (amigos) del pueblo Kichwa Salasaka y fuera del pueblo.
3. Intercambie conocimientos y experiencias con jóvenes y niños de otros pueblos indígenas.
4. Hable con sus padres para conocer las reglas del uso de redes sociales digitales, que incluyen las páginas que puedo visitar, lo que puedo hacer, cuándo me puedo conectar y cuánto puedo estar en línea.
5. No dar nunca información personal: mi dirección particular, número de teléfono, dirección o número de teléfono del trabajo de mis padres, números de tarjeta de crédito o el nombre y la ubicación de la casa sin el permiso de los padres.

MENSAJES CLAVE PARA LOS JÓVENES Y NIÑOS ACERCA DE LAS REDES SOCIALES EN EL PUEBLO KICHWA SALASAKA.

1. No te creas todo lo que ves en Internet o redes sociales digitales, hay mucha información falsa y errónea.
2. Haz caso solo a la información que estás buscando, sin distraerte con otras. Es importante tener siempre presente el objetivo por el que te conectas a las redes sociales digitales.
3. Evita usar tu nombre, apellido o fecha de nacimiento en la dirección de correo.
4. Desconfía cuando te toque algo o te ofrezcan algún premio, es probable que te pidan algo a cambio.
5. No respondas a mensajes o mails en los que te amenacen o te digan cosas que te hagan sentir mal. Si alguna vez le sucede habla con tus padres para que puedan ayudarte a solucionar el problema. Si ignoras a la persona que le mandó ese mensaje o que le hizo sentir mal, es posible que se aburra y termine por dejarte en paz. Si contestas, entras en su juego y sin querer le animas a que continúe.

EL USO ADECUADO DE LAS REDES SOCIALES PARA LOS NATIVOS Y MILLENNIALS DIGITALES DEL PUEBLO KICHWA SALASAKA

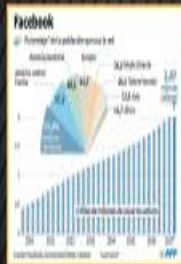


Las redes sociales ventajas peligrosas desventajas el uso adecuado de las redes sociales mensajes claves para el uso de las redes sociales.



Facebook.

Es la red social por antonomasia. Nació en 2004 en un ambiente universitario con la finalidad de hacer contactos entre estudiantes. Netamente fue para estudiantes de Harvard a pesar de esto la plataforma esta habilitada para desde los 13 años de edad y cuenta de correo electrónico. Actualmente cuenta con más de 800 millones de usuarios en todo el mundo. Es una red social donde los usuarios pueden agregar amigos, enviar mensajes, jugar juegos, formar grupos y construir un perfil propio.



Twitter.

Nació en 2006, pero fue en 2007 cuando se lanzó al mercado. Tuvo un crecimiento rápido como la plataforma de Facebook. A mediados de abril de 2010 Biz la herramienta contaba con 105 millones de usuarios registrados y se generaban 55 millones de tweets por día, contando con un crecimiento de 300.000 nuevos usuarios diarios. En septiembre del 2010 alcanzó un crecimiento de 160 millones de usuarios cinco meses después alcanzó a 200 millones. De los 95 millones de mensajes lanzados al día a través de la plataforma en diciembre, se ha pasado a los 100 millones de "tweets" en enero de 2011. Es un sistema web gratuito que permite a los usuarios enviar mensajes de textos de 288 caracteres.



YouTube.

Se cataloga como un medio social multimedia, no como una red social. En las redes sociales compartimos contactos y en esta plataforma hacemos las relaciones a través de videos. Fue fundada en 2005 y la clave de su éxito radica en su sencillez de uso. Consumo de material audiovisual tenemos una campaña cuyo soporte principal o auxiliar es el video. En este caso, ni siquiera Facebook puede sustituir a YouTube. La población no entiende otra manera de visualizar videos en Internet.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUBENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL
ENCUESTA PARA SER APLICADA EN EL PUEBLO KICHWA
SALASAKA

Tema: Redes sociales DIGITALES en el Pueblo *Kichwa* Salasaka: estudio comparativo entre nativo y millennial digital

Objetivo: Conocer el uso de las redes sociales en la cultura de los nativos y millennial digitales del Pueblo *Kichwa* Salasaka.

Indicaciones: La encuesta está orientada a niños y jóvenes de 12 – 17 y 18 – 30 seleccione la respuesta de acuerdo a sus experiencias sobre las redes sociales digitales y la cultura del Pueblo kichwa Salasaka.

Fecha:.....

1.- ¿Cuántos años tiene usted?

.....

2.- ¿Sexo?

Hombre () Mujer ()

3.- ¿Qué idioma habla usted?

Kichwa () Español () Otros () Indique cuál:

4. ¿Sabe usted qué son las redes sociales digitales?

Ari (Sí) () Mana (No) ()

5. ¿Utiliza usted alguna red social digital?

Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre () Siempre ()

6.- Si su respuesta anterior fue positiva, indique en que red social digital tiene una cuenta

Facebook () Twitter () YouTube () Google + () Skype. ()

Otros:

7. ¿Para qué utiliza usted estas redes sociales digitales?

Comunicarse con los amigos () Informar () Por moda () Difundir la cultura () Investigar () Otros ()

8. ¿Cuáles son los contenidos que más le gustan revisar en las redes sociales digitales?

Informativos () Atractivos () Publicidad () Cultura () Otros ().....

9. ¿Qué difunde o publica en las redes sociales digitales sobre el Pueblo Kichwa Salasaka?

Takina (Música) () Tushuna (Danza) () Raymi (Fiestas) () Mikuna (Platos típicos) () Shuyuna (Artesanías) () Nimash (Ninguno) () Otros:

10. ¿Qué idioma utiliza para difundir la cultura del Pueblo Kichwa Salasaka en las redes sociales digitales?

Español () Inglés () Kichwa () Otro ().....

11. ¿Considera usted que es importante difundir la cultura del Pueblo kichwa Salasaka por medio de las redes sociales Digitales para mantener la identidad?

Si () No ()

12. ¿Considera importante el uso de nuevas tecnologías para el acceso y difusión de la cultura del Pueblo Kichwa Salasaka?

Si () No ()

13. ¿Con qué frecuencia escribe o publica usted en el idioma kichwa en las redes sociales digitales?

Nunca () Casi nunca () A veces () Casi siempre () Siempre ()

14.- En su red social digital ¿Cuál es el número de contactos aproximado que tiene usted?

Menos de 80. () Entre 80 - 200. () 200 – 500 () Más de 500 ()

15. ¿Qué tipo de dispositivo usa usted para acceder a las redes sociales digitales?

Teléfono móvil () Tablet () Portátil () otros ()

FICHA DE OBSERVACIÓN

Tema: Redes sociales DIGITALES en el Pueblo *Kichwa* Salasaka: estudio comparativo entre nativo y millennial digital

Objetivo: Determinar el manejo de las redes sociales en la cultura de los nativos y millennial digitales del pueblo *Kichwa* Salasaka.

Fecha: **Hora:**.....

Nombre de la Parroquia.....

Tema.....

ASPECTOS	S i	N o
El perfil en red social digital es real		
Realizan publicaciones de las culturas del Pueblo Kichwa Salasaka		
Realizan publicaciones de la música autóctona del Pueblo Kichwa Salasaka		
Realizan publicaciones de las fiestas del Pueblo Salaska		
Promocionan lugares sagrados del Pueblo Salasaka		
El idioma kichwa prevalece en las publicaciones		
Mantienen las vestimentas en las publicaciones en las redes sociales digitales		
Realizan las publicaciones de las actividades comerciales de la artesanía		
Comparten con las personas autóctonas del Pueblo Kichwa Salasaka la cosmovisión indígena de la cultura		
Publican las actividades diarias que realizan dentro del Pueblo Kichwa Salasaka		
Observaciones:		