



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

---

LAS REDES SOCIALES Y LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EN  
LOS ESTUDIANTES DE LAS UNIDADES EDUCATIVAS AMBATO E  
HISPANO DE LA CIUDAD DE AMBATO

---

Trabajo de Graduación previa a la obtención del Título de Licenciada en  
Comunicación Social

**AUTORA:**

Sylvia Paulina Jiménez Cobo

**TUTORA:**

Lic. Mg. María Elena Medina

Ambato – Ecuador

2014

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En calidad de Tutora del Trabajo de Investigación, sobre el tema LAS REDES SOCIALES Y LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EN LOS ESTUDIANTES DE LAS UNIDADES EDUCATIVAS AMBATO E HISPANO DE LA CIUDAD DE AMBATO de la Srta. Sylvia Paulina Jiménez Cobo, Egresada de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, Marzo 26 de 2014

.....  
Lcda. Mg. María Elena Medina  
TUTORA

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema LAS REDES SOCIALES Y LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EN LOS ESTUDIANTES DE LAS UNIDADES EDUCATIVAS AMBATO E HISPANO DE LA CIUDAD DE AMBATO, presentado por la Srta. Sylvia Paulina Jiménez Cobo, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la U.T.A.

Ambato,.....

Para constancia firma:

.....  
Presidente

.....  
Miembro

.....  
Miembro

## **AUTORÍA**

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación LAS REDES SOCIALES Y LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EN LOS ESTUDIANTES DE LAS UNIDADES EDUCATIVAS AMBATO E HISPANO DE LA CIUDAD DE AMBATO, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de responsabilidad de la autora.

Ambato, Marzo 26 de 2014

## **AUTORA**

.....  
Sylvia Paulina Jiménez Cobo  
C.I: 180463910-0

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Marzo 26 de 2014

**AUTORA**

.....  
Sylvia Paulina Jiménez Cobo  
C.I: 180463910-0

## ***DEDICATORIA***

El presente trabajo se lo dedico de manera especial y primordial a Dios y mis amados padres, quienes han sido el motor y pilar fundamental en mi vida, a quienes agradezco por la persona y profesional que soy, porque gracias a su amor, cariño y tenacidad forjaron en mí un carácter luchador, y me convirtieron en una mujer de bien. Se lo dedico también a mi novio, hermanos y sobrinos a quienes amo con mi vida; pues han estado conmigo en los buenos y malos momentos. A mis amigas y amigos que más que eso son mis hermanas y hermanos, **gracias y Dios les pague** por todo; por jamás haberme dejado sola.

*Sylvia Paulina Jiménez Cobo*

## ***AGRADECIMIENTO***

Agradezco enormemente a mis queridos profesores, que más allá de eso, son unos verdaderos maestros. Gracias por impartir sus sabios conocimientos a diario en las aulas y mostrarnos lo valioso y hermoso de esta profesión.

Les quedaré eternamente agradecida, los llevaré siempre presente, con un sincero cariño.

Gracias Universidad Técnica de Ambato, por abrirme tus puertas, encaminándome hacia el conocimiento y el saber.

En fin, agradezco a todas y todos quienes de una u otra manera formaron parte de mi vida a lo largo de este camino, un Dios les pague desde el fondo de mi corazón.

*Sylvia Paulina Jiménez Cobo*

## INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

	<b>Pag</b>
TÍTULO O PORTADA .....	i
APROBACIÓN POR EL TUTOR.....	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iii
AUTORÍA.....	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
INDICE GENERAL DE CONTENIDOS .....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1

### CAPÍTULO I

#### EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema.....	3
Contextualización.....	3
Macro.....	3
Meso.....	8
Micro.....	10
Árbol De Problemas.....	11
Análisis Crítico.....	12
Prognosis.....	13
Formulación del Problema.....	14
Preguntas Directrices .....	14
Delimitación de la Investigación.....	14



Justificación.....	14
Objetivos.....	16
Objetivo General.....	16
Objetivos Específicos.....	16

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

Antecedentes de Investigación.....	17
Fundamentaciones.....	18
Fundamentación Filosófica.....	18
Fundamentación Axiológica.....	18
Red Conceptual Variable Independiente.....	23
Red Conceptual Variable Dependiente.....	24
Hipótesis.....	47
Señalamiento de Variables.....	47

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

Enfoque de la Investigación .....	48
Modalidad Básica de la Investigación.....	48
Población.....	49
Operacionalización de Variables.....	51
Plan para la Recolección de Información .....	53
Plan de Procesamiento y Análisis de Información.....	53

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Análisis e Interpretación de Resultados .....	55
Comprobación de la Hipótesis.....	82

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Conclusiones.....	87
Recomendaciones.....	88

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

Datos informativos.....	89
Antecedentes de la Propuesta .....	90
Presupuesto .....	90
Justificación.....	92
Objetivos.....	92
Objetivo General.....	92
Análisis de Factibilidad.....	94
Línea Base .....	95
Fundamentación Conceptual.....	97

Estrategias de Monitoreo .....	106
Evaluación de los Resultados .....	107
Evaluación de la Propuesta .....	108

## **MATERIALES DE REFERENCIA**

BIBLIOGRAFÍA.....	109
LINKOGRAFIA.....	111
ANEXOS.....	112

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Pag</b>
Gráfico 1: Relación Causa – Efecto .....	11
Gráfico 2: Categorías Fundamentales.....	22
Gráfico 3: Red Conceptual Variable Independiente.....	23
Gráfico 4: Red Conceptual Variable Dependiente.....	24
Gráfico N 5: Pregunta .....	56
Gráfico N 6: Pregunta 2 .....	57
Gráfico N 7: Pregunta 3 .....	59
Gráfico N 8: Pregunta 4 .....	60
Gráfico N 9: Pregunta 5 .....	62
Gráfico N 10: Pregunta 6 .....	63
Gráfico N 11: Pregunta 7 .....	65
Gráfico N 12: Pregunta 8 .....	66
Gráfico N 13: Pregunta 9 .....	68
Gráfico N 14: Pregunta 10 .....	69
Gráfico N 15: Pregunta 11 .....	71
Gráfico N 16: Pregunta 12 .....	72
Gráfico N 17: Pregunta 13 .....	74
Gráfico N 18: Pregunta 14 .....	75
Gráfico N 19: Pregunta 15 .....	77
Gráfico N 20: Pregunta 16 .....	78
Gráfico N 21: Pregunta 17 .....	79
Gráfico N 22: Pregunta 18 .....	80
Gráfico N 23: Pregunta 19 .....	81

## ÍNDICE DE CUADROS

	<b>Pag</b>
Cuadro 1: Operacionalización de Variables, V.I.....	51
Cuadro 2: Operacionalización de Variables, V.D.....	52
Cuadro 3: Procesamiento De la Información.....	54
Cuadro 4: Pregunta 1 .....	55
Cuadro 5: Pregunta 2 .....	57
Cuadro 6: Pregunta 3 .....	58
Cuadro 7: Pregunta 4 .....	60
Cuadro 8: Pregunta 5 .....	61
Cuadro 9: Pregunta 6 .....	63
Cuadro 10: Pregunta 7 .....	64
Cuadro 11: Pregunta 8 .....	66
Cuadro 12: Pregunta 9 .....	67
Cuadro 13: Pregunta 10 .....	69
Cuadro 14: Pregunta 11 .....	70
Cuadro 15: Pregunta 12 .....	72
Cuadro 16: Pregunta 13 .....	73
Cuadro 17: Pregunta 14 .....	75
Cuadro 18: Pregunta 15 .....	76
Cuadro 19: Pregunta 16 .....	78
Cuadro 20: Pregunta 17 .....	79
Cuadro 21: Pregunta 18 .....	80
Cuadro 22: Pregunta 19 .....	81
Cuadro 23: Preguntas del Chi Cuadrado .....	84
Cuadro 24: Tabla de Contingencia.....	85
Cuadro 25: Presupuesto de la Propuesta .....	91
Cuadro 26: Análisis de Factibilidad.....	94
Cuadro 27: Línea Base .....	95
Cuadro 28: Fundamentación (Matriz de Marco Lógico).....	102
Cuadro 29: Componentes y Actividades.....	103
Cuadro 30: Estrategias de Monitoreo .....	106

Cuadro 31: Evaluación de los Resultados .....	107
Cuadro 32: Evaluación de la Propuesta .....	108

## RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad las redes tecnológicas de comunicación se convirtieron en herramientas muchas de ellas necesarias para el desarrollo del ser humano, vivimos en una era tecnológica en donde estar a la vanguardia en tecnologías comunicativas es una prioridad para el desarrollo.

Cuando hablamos de Redes Sociales, nos referimos en aspectos técnicos a una página web que tiene el fin de que entre nosotros nos relacionemos online y en la poca actual una de las maneras más fáciles de poder comunicarnos entre los seres humanos han sido las redes sociales, es un medio tan fácil de llevar y en el cual cualquiera puede ser lo que quiera ser, el mentir se vuelve en una realidad que con el tiempo podemos aceptar y ¿En dónde queda la comunicación no verbal? Desde una manera simple de analizar podríamos decir que la comunicación no verbal no tiene ningún sentido, pero al momento en que vemos que nuestras frases van acompañadas de los famosos emoticones estamos comunicando gesticulaciones que sentimos y queremos comunicar esto hace que el mensaje escrito sea muy diferente, influye mucho el que el mensaje tenga o no tenga una gesticulación virtual pues esto hace que el receptor realiza un análisis muy diferente del mensaje que se quiere comunicar.

Puede ser impresionante como las redes sociales se han convertido en nuestra guía para podernos comunicar, sin darnos cuenta nos hemos entregado totalmente a esta tecnología que a mi parecer no es del todo honesta, la comunicación que existe es algo de lo que deberíamos dudar la comunicación interpersonal es algo que tendríamos que desarrollar de una manera muy intuitiva, aunque es cierto que puede ser que con el paso del tiempo logremos deducir lo que la otra persona nos quiere comunicar, pero nunca lo podremos codificar de una manera clara y exacta y la base de esto es conocimiento sobre la otra persona.

En las Unidades Educativas juegan un papel en el que su utilización está encaminada al desarrollo académico entendido esto como el aporte positivo que las redes sociales representan en el contexto educativo, sin embargo el estudio se enfoca en cómo su utilización interviene en el desplazamiento de la Comunicación

Interpersonal, el dejar de lado las relaciones inmediatas de Comunicación entre compañeros se pierde el elemento fundamental para las relaciones sociales que es el diálogo entendiéndose este como vínculo esencial para una comunicación efectiva



## INTRODUCCIÓN

El fenómeno de Las Redes Sociales está “transformando” al mundo, con un desarrollo explosivo que sobrepasa fronteras.

Con las redes sociales tenemos la posibilidad de interactuar con otras personas aunque no las conozcamos, el sistema es abierto y se va construyendo obviamente con lo que cada suscripto a la red aporta, cada nuevo miembro que ingresa transforma al grupo en otro nuevo, la red no es lo mismo si uno de sus miembros deja de ser parte. Las redes cuentan con una serie de herramientas tecnológicas muy sencillas de utilizar y permiten la creación de comunidades de personas en que se establece un intercambio dinámico y comunicativo.

Esta investigación tiene como propósito, analizar los métodos de comunicación utilizados por los estudiantes de las Unidades Educativas Ambato e Hispano, y así situar la principal causa por la que se encuentra desplazada la Comunicación Interpersonal, con el fin de mejorar la comunicación “cara a cara”, entre los estudiantes.

De tal modo que con este estudio se pretende la creación de un Plan de Comunicación Educativa para mejorar las relaciones interpersonales en las Unidades Educativas Ambato e Hispano de la Provincia de Tungurahua, fortaleciendo la Comunicación Interpersonal.

De esta manera el presente trabajo de investigación se encuentra desarrollado de la siguiente manera:

**Capítulo I.** El Problema; Tema, planteamiento del problema, contextualización, análisis crítico, prognosis, formulación del problema, interrogantes, delimitación del objeto de investigación, justificación, objetivo general y específicos.

**Capítulo II.** Marco Teórico contiene; antecedentes investigativos, fundamentación filosófica, fundamentación legal, categorías fundamentales, hipótesis, señalamiento de las variables, las mismas que ayudan en el desarrollo del tema planteado.

**Capítulo III.** Metodología, contiene; modalidad básica de la investigación, nivel o tipo de investigación, población y muestra, operacionalización de las variables, plan de recolección de información, plan de procesamiento de la información obtenido en el lugar donde se realizó la investigación.

**Capítulo IV.** Análisis e Interpretación de Resultados contiene; análisis de resultados, interpretación de datos, verificación de hipótesis.

**Capítulo V.** Conclusiones y Recomendaciones.

**Capítulo VI.** Propuesta contiene; datos informativos, antecedentes de la propuesta, justificación, objetivos, análisis de factibilidad, fundamentación, metodología, modelo operativo (Diseño de una guía de formatos radiofónicos), administración, previsión de la evaluación; materiales de referencia, anexos.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **TEMA**

Las Redes Sociales y la Comunicación Interpersonal en los estudiantes de las Unidades Educativas “Ambato” e “Hispano” de la ciudad de Ambato.

#### **Planteamiento del Problema**

##### **Contextualización**

###### **Macro**

En la actualidad las redes tecnológicas de comunicación se han convertido en herramientas que permiten prácticas de distintos tipos, entre las que pueden mencionarse las de distracción, comunicación, intercambio, colaboración, etcétera; lo anterior ha permitido que se idealice a estos espacios de comunicación como ambientes en los que se puede llegar a aprender o al menos utilizarlos como una técnica de aprendizaje.

En este sentido, es que las herramientas de la Web 2.0 entre las que se destacan las redes sociales, deben estudiarse ya que el gran arraigo y fascinación que los estudiantes tienen ante ellas, permite que se consideren como posibilitadoras de técnicas didácticas y de aprendizaje.

El fenómeno de Las Redes Sociales está “transformando” al mundo, con un desarrollo explosivo que sobrepasa fronteras. Las redes sociales son sitios donde los usuarios pueden crear un perfil y contactar a otras personas de cualquier parte del mundo, aquí sus usuarios son quienes crean contenidos los mismos que pueden compartir con el resto de sus amigos dentro de la red.

En los últimos años estas han tenido un crecimiento fenomenal mundial, siendo Latinoamérica la región que cada vez más está utilizando este tipo de

comunicación, así lo demuestra el estudio reciente realizado por ComScore, Inc., una empresa encargada de la medición de audiencias de internet, acerca de redes sociales en América Latina.

La investigación arroja como resultado que los 127 millones de latinos mayores de 15 años de edad visitaron al menos un sitio de redes sociales desde su hogar o trabajo en abril del 2012. Llegando, además, a un promedio de consumo de 7,5 horas por visitante al mes en la región. Durante este mismo mes, la audiencia de las redes sociales en Latinoamérica llegó a los 127 millones de visitantes, aumentando en un 12% respecto al año anterior.

"No solo casi el 100% de la audiencia latina de Internet accede a destinos de redes sociales cada mes, sino que también consumen mucho tiempo en estos sitios", dijo Alejandro Fosk, Senior VP comScore Latinoamérica.

"Si bien las redes sociales no son un nuevo fenómeno, continuamos viendo un fuerte crecimiento en el mercado, cambios en la dinámica entre los actores principales, y la aparición de nuevos sitios sociales que hacen que éste sea un mercado especialmente interesante para ver en estos momentos", agregó.

El informe también habla sobre la red que presenta mayor tiempo de uso, siendo esta Facebook con un promedio de consumo de 7,7 horas en el sitio. Esto significa que 1 de cada 4 minutos consumidos en total en línea en Latinoamérica pertenecen a esta red social. En tanto, en segundo lugar se encuentra Twitter con 27,4 millones de visitantes.

Emergente Pinterest, fue la página que más llamó la atención a los principales de esta investigación ya que la misma octuplicó sus usuarios en los primeros meses del año llegando a 1,3 millones de latinoamericanos.

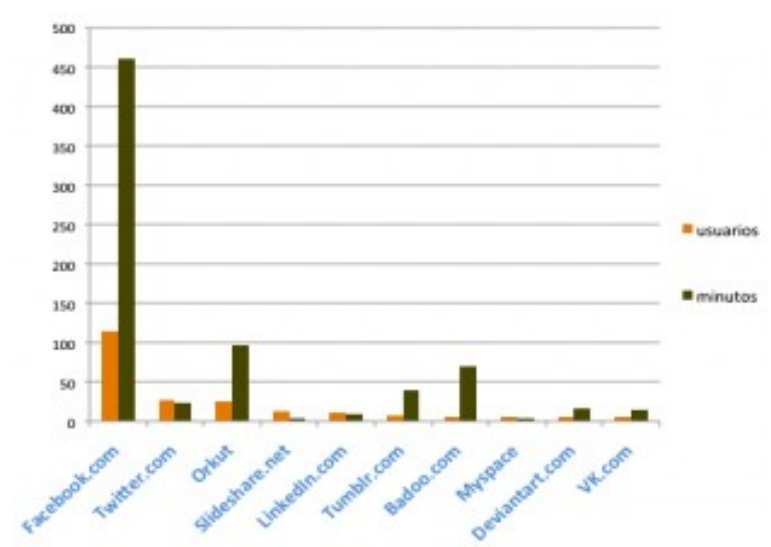
Para los que se preguntan qué uso se obtiene de Pinterest, pues es un sitio que permite a los usuarios crear y compartir imágenes en una plataforma filtrada sobre varios temas. A pesar de ser uno de los participantes más recientes y de más

rápido crecimiento de los medios sociales, ha alcanzado de manera rápida una audiencia global de casi 30 millones de visitantes.

Los usuarios latinos de Pinterest llegaron a 1,3 millones de visitantes en abril de 2012, frente a sólo 153.000 visitantes al comienzo del año. Un análisis geográfico de la audiencia muestra que Brasil cuenta con el mayor número de visitantes con un 27,8%, seguido por México (16,1%) y Argentina (10,2%). Chile se encuentra recién en el quinto lugar de la región con solamente un 4,2%.

Como dato extra, se habla que las mujeres constituyen la mayor parte de los visitantes y una proporción aún mayor del consumo de contenido, algo que también se ha observado en los mercados del resto del mundo.

Estas son las 10 principales redes en América Latina y el promedio de uso por sesión de cada persona, de acuerdo con el reciente informe de Comscore.



Datos de redes sociales en Latam. Fuente Comscore:

1-Facebook – 114.496.000 visitas únicas – 460 minutos/promedio de uso persona

2-Twitter – 27.371.000 – 22,5 minutos/promedio de uso persona

3-Orkut – 25.717.000 – 96,6 minutos/promedio de uso persona

4-Slideshare.net – 12.811.000 – 3,6 minutos/promedio de uso persona

5-Linkedin – 10.467.000 – 28,8 minutos/promedio de uso persona

6-Tumblr – 7.239.000 – 39 minutos/promedio de uso persona

7-Badoo – 6.128.000 – 70,1 minutos/promedio de uso persona

8-MySpace – 5.441.000 – 3,6 minutos/promedio de uso persona

9-Devianart – 5.260.000 – 17 minutos/promedio de uso persona

10-VK.com – 4.910.000 – 14,9 minutos/promedio de uso persona

Otro estudio realizado por Infolatam en junio del 2012, informa que: “Latinoamérica tiene cinco de los mercados más afines a Redes Sociales a nivel mundial. Los usuarios de Internet en Argentina tuvieron un promedio de 10,7 horas en sitios de redes sociales en Diciembre 2011, seguidos por chilenos (9,5 horas por visitantes), peruanos (8,7 horas), colombianos (7,6 horas) y mexicanos (7,1 horas).” **Facebook, Twitter, Orkut, LinkedIn, Pinterest, SlideShare, Google+, Tumblr, Tuentien** España y otras muchas son plataformas esenciales de comunicación que actualmente deben conocer y utilizar todas aquellas personas, entidades, empresas y grupos sociales que quieran tener eco social, y especialmente entre los más jóvenes.

Algo importante dentro de las Redes Sociales, que da mucho de qué hablar y sobre lo que ha llevado a muchas investigaciones, son los tan comentados “**Trendingtopics**” como su mismo nombre indica son tendencias temáticas que existen y se comentan en la red. La idea surgió en Twitter dependiendo de los hastags (#) que se utilizan para marcar términos muy comentados por una comunidad de usuarios.

¿Tan importantes son las tendencias de una red social? Parece que así es; desde luego reflejan el interés temático de una pequeña parte de la población porque aunque puede alcanzar el 90% de los usuarios de internet, en el mejor de los

casos, quienes realmente participan y escriben de manera frecuente y regular son muchos menos. Pero es que esta pequeña parte de la población es muy activa en la red y lo que comunica en Twitter lo comentará en Facebook, en mensajes de su celular, en conversaciones de su entorno. Lo que un “twitterero” comenta, se comenta en su entorno personal. La perfecta adaptación de aplicaciones de redes sociales a celulares es uno de los aspectos que les caracteriza y les da un enorme potencial comunicador.

Es importante hablar sobre la red más visitada y con más seguidores no solo de Latinoamérica si no del mundo que es el Facebook, está en primer puesto del ranking, con mucha diferencia del resto: 114,5 millones de visitantes, un 37% más que el año pasado. ¿Qué, cuánto y cómo comunica la gente en las redes sociales? En Facebook se comenta de todo, se suben vídeos, fotos, comentarios, se va a ver y a ser visto. Facebook se lanzó en español entre los años 2007 y 2008 y rápidamente se extendió por Latinoamérica. Ahora en 2012 “1 de Cada 4 Minutos Online consumidos en Latinoamérica pertenecen a Facebook”, se comenta en Comscore.

En segundo lugar dentro de la red más usada, se encuentra Twitter, está es una red más específica en donde los mensajes cortos y los hastags son la esencia, aunque ahora ya se pueden subir imágenes y vídeos. En Twitter no se gasta el tiempo, la rapidez de la comunicación es esencial y por ello es una plataforma excelente de movilización de masas.

Los países de habla hispana más importantes en Facebook de acuerdo con los datos de Socialbakers.com son: México (34 M con un crecimiento del 9,80%), Chile (9 M. con crecimiento 1,73%), Argentina (18 M y crecimiento de 6,33%), Colombia (16 M. Crecimiento 4,98%); Venezuela (9 M con un crecimiento negativo -1,35%) y Brasil (50 M. con crecimiento del 42%) y España (16 M. con un crecimiento del 6,04%).

Más allá de ser también un vínculo comercial entre empresas y consumidores también es un medio revolucionario de comunicación hay que resaltar la importancia comercial que suponen estos millones de personas que permanecen

en sitios sociales mirando, comentando, buscando. Las redes sociales en Latinoamérica aumentan las vías de mercado on-line con consumidores perfectamente segmentados a los que es más fácil que nunca llegar a través de campañas publicitarias.

Pero más allá de ser un vínculo comercial es sin lugar a duda un medio de comunicación, comunicación entre familiares, amigos, compañeros, etc. El hecho de ser un medio de fácil accesibilidad y uso hace que cada día gane más adeptos.

### **Meso**

Ecuador no se queda lejos de ser uno de los países dentro de Latinoamérica con un mayor uso de redes sociales, y como el resto de países, la que cuenta con mayor uso es Facebook.

Precisamente esta red social registra como dato estadístico que 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. Estas estadísticas de redes sociales muestran que la penetración 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. 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.

La comparación con otros países más cercanos por la penetración de usuarios de Facebook, demuestra que Ecuador tiene un 0,02% mayor penetración FB que Grecia y un 0,66% menor penetración de FB que República Checa.

Las estadísticas actualmente en el 2013 hablan que el grupo de edad más numeroso es de 18-24 años con un total de 786,420 usuarios, seguido por los usuarios en la edad de 25 a 34 años.



En cuanto al sexo de los usuarios existen 52% varones usuarios y 48% mujeres usuarias.

Según un estudio realizado en el año 2007 sobre calidad y costos de internet en el país, existe un promedio de 1.3 millones de ecuatorianos que se conectan a internet de acuerdo a la tendencia estadística, pero cabe recalcar que dentro de este estudio no están consideradas las personas que se conectan desde sus oficinas en horas de trabajo y los dispositivos móviles que en su mayoría cuentan con acceso a internet , esto crea que el número de personas con acceso a leer y publicar información en la web sea mucho más alto.

Hoy en día también se habla de la “hiperconectividad”, esto quiere decir que la gente ya no solo se conecta desde un computador al internet sino también lo hacen desde sus teléfonos celulares. Diario Hoy, el 8 de diciembre del 2009 menciona que en el mundo existen 41,4 millones de smartphones, con capacidad de navegación en la red, lo que permite que podamos estar conectados y comunicados por medio de las redes sociales las 24 horas del día y desde cualquier lugar.

Además mediante el reporte de indicadores de uso de internet en Latinoamérica, se segmenta a los usuarios como expertos, medios, avanzados y básicos; de los cuales en Ecuador tenemos la siguiente distribución:

- Experto: 8% (Desarrolla y crea páginas web, sube podcasts)
- Avanzado: 23% (baja y sube fotos, baja y sube música)
- Medio: 44% (suscrito a webs, chatea, hace transacciones)
- Básico: 25% (envía mails, utiliza buscadores)

Algo real y verdaderamente importante, es la función que se cumple dentro de ellas; es decir, la interacción de las personas, las reacciones y la forma de comunicación, existe un canal que no solo es una vía, no solo se entrega un mensaje sino que lo más seguro es recibir la respuesta en donde se encuentren

emitidas opiniones, criterios, sentimientos, emociones; propias de la comunicación.

## **Micro**

A diferencia de generaciones precedentes, los estudiantes 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.

La televisión, Internet, el cine, la publicidad, la radio, permanentemente están difundiendo acontecimientos, noticias, opiniones e ideas que llegan como una avalancha interminable.

El problema educativo que se puede visualizar en los estudiantes de las Unidades Educativas Ambato e Hispano, es la cantidad de información que poseen sobre los acontecimientos de la realidad sea de tipo político, deportivo, musical, o de sucesos.

Pero mucha información, no significa necesariamente más conocimiento, y por tanto la gran mayoría utiliza las redes sociales más que un pasatiempo una forma de vida por lo tanto la interacción es escasa, buscando las pantallas de una computadora como su mejor amigo.

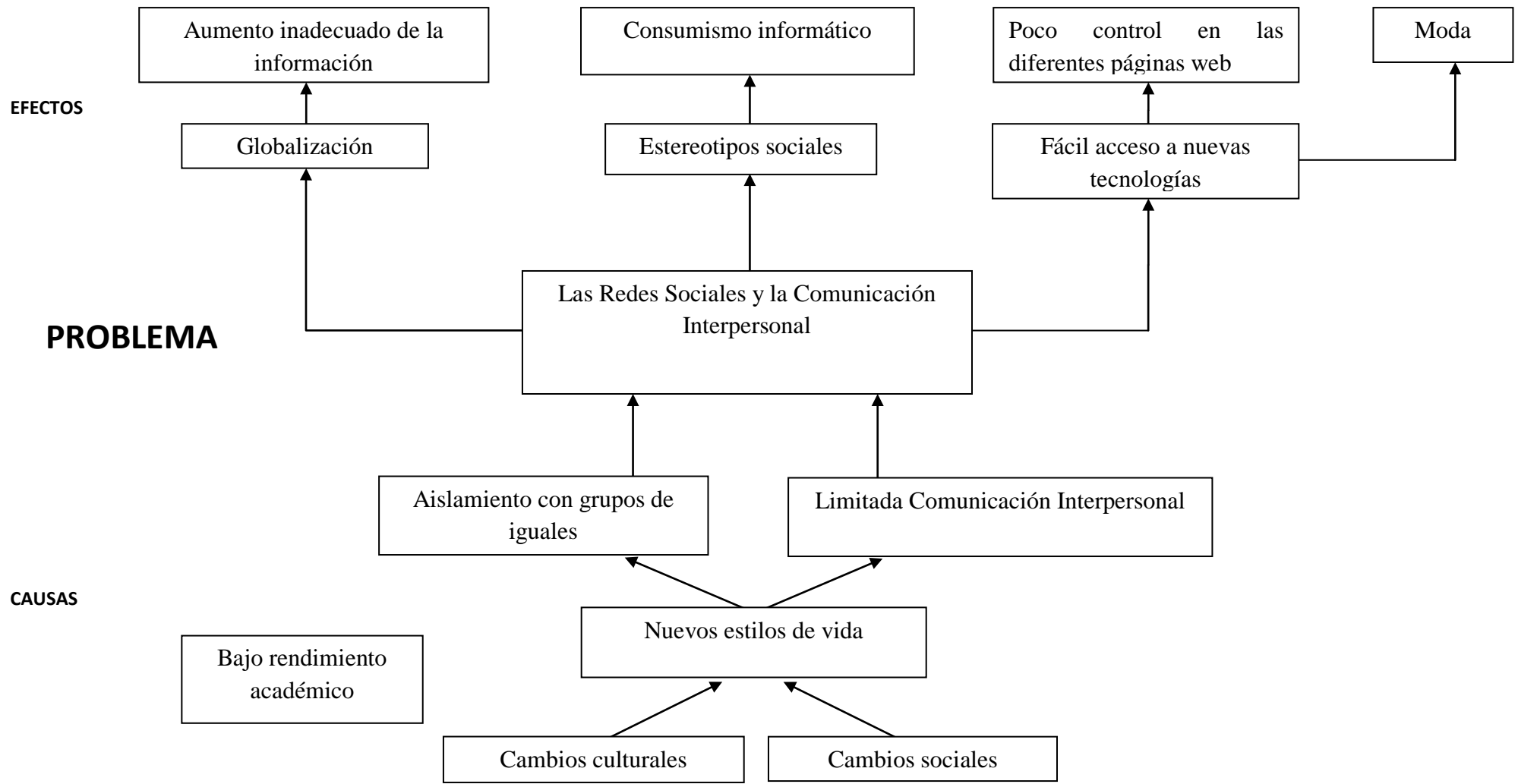


Gráfico 1: Relación Causa - Efecto  
Fuente: Investigador

## **Análisis Crítico**

Las Redes Sociales se han convertido en una forma de comunicación en la mayor parte de los ciudadanos, al nivel educativo en los colegios de igual manera, en ese sentido y teniendo en cuenta el tema de estudio las Redes Sociales y el desplazamiento de la comunicación interpersonal las causas para que la comunicación cara a cara pierda espacio son varias entre ellas y una de las principales es sin duda el auge de las redes informáticas producto de la globalización en donde el aumento inadecuado de la información hace que las relaciones interpersonales se vayan deteriorando y no exista una comunicación eficaz.

Otra de las causas que causa desapego los diferentes estereotipos marcados por la sociedad que obligan prácticamente a los estudiantes se vean sumidos en un consumismo informático por el miedo a la exclusión social, provocando consumismo ilimitado de todo lo que oferta el Internet.

El fácil acceso a las nuevas tecnologías es uno de los factores importantes que vale la pena mencionar pues con su avance es muy fácil hoy en día a acceder a la web no importa el lugar donde se está, esto por el poco control que existe ante la oleada informativa y de entretenimiento. Esta tendencia ocasiona que se dé un consumismo informático en donde el ser humano se vuelve pasivo a la hora de discernir la información.

Otra de las causas que llama la atención es la moda es uno de los factores tal vez más influyentes para que se desplace a la comunicación interpersonal ya que todos quieren estar al tanto e inmiscuidos de cierta modo con lo que la tecnología ofrece, de esta manera se crea un consumismo por decirlo exagerado de los servicios que presta la web.

Estas causas antes mencionadas traen consigo consecuencias entre ellas, el bajo rendimiento académico producto de una deficiente utilización de las Redes Sociales,

provocando un cambio cultural es decir nuevos estilos de vida, entre ellos el aislamiento de los grupos de iguales es decir el desapego de los amigos, familia y con ello una limitada comunicación interpersonal. Es evidente por tanto que las Redes Sociales son un factor para que la comunicación interpersonal, disminuya y por ende las relaciones sociales se ven desplazadas a un segundo plano

### **Prognosis**

Si el problema en mención no es tratado, sin duda que los Estudiantes de las Unidades Educativas Ambato e Hispano América de la ciudad de Ambato no tendrán un círculo social adecuado al no tener una comunicación interpersonal por la dependencia propia de las Redes Sociales se convertirán en personas carentes de sentimientos e incluso bajará su rendimiento académico.

Si se sigue con el incremento de uso de tecnología y sobre todo abuso de las redes sociales, las personas que tienen acceso a estas van a ser personas menos sociables, es decir personas con menos capacidad de relacionarse en su entorno, pues la dependencia los harán acabar con la facilidad de una comunicación interpersonal.

Otro problema es que un gran uso de Internet o páginas sociales, crea un decremento en la comunicación, con los miembros de la familia en el hogar, en el tamaño del círculo social y un incremento probablemente para ciertas personas de depresión y soledad ocasionando aislamiento y creando una dependencia que puede llegar a una adicción a la Internet.

Claramente se podrá ver problemas que trasciendan el ámbito de lo intrapersonal. Desde un punto de vista general, los efectos negativos de la adicción se expresan en los ámbitos familiar, académico y profesional. El adicto se aísla del entorno y no presta atención a otros aspectos que llevan consigo las diferentes actividades de carácter social.

## **Formulación del problema**

¿Las Redes Sociales afectan la Comunicación Interpersonal en los estudiantes de las Unidades Educativas Ambato e Hispano América de la ciudad de Ambato?

## **Preguntas Directrices**

- ¿Qué son las Redes Sociales?
- ¿Qué es la Comunicación Interpersonal?
- ¿Cuál es la alternativa adecuada al problema planteado?

## **Delimitación de la Investigación**

**Campo:** Educación

**Área:** Comunicación alternativa

**Aspecto:** Redes Sociales

**Espacio:** Unidades Educativas de la ciudad de Ambato (Ambato - Hispano América).

**Tiempo:** Enero – Mayo 2012.

**Unidades de observación:** estudiantes de las Unidades Educativas de la ciudad de Ambato (Ambato – Hispano América)

## **Justificación**

Esta investigación se realizó para identificar, analizar y proponer una solución al problema en este caso las Redes Sociales y el desplazamiento interpersonal en las Unidades Educativas Ambato – Hispano América de la ciudad de Ambato, pues sin duda al ser las nuevas tecnologías una herramienta importante para el desarrollo, se han convertido en una forma de hacer comunicación dejando de lado la interacción con el vínculo social inmediato. Es por eso que el tema en mención necesitó una

investigación clara para poder solucionar el problema teniendo en cuenta que los medios de información como las redes sociales son necesarias pero no indispensables para una comunicación efectiva es por eso que las relaciones interpersonales se deterioran en tal virtud de la dependencia a las mismas.

Este tema es importante porque no se puede dejar de lado la comunicación interpersonal en instituciones educativas puesto que es necesario establecer lazos comunicativos efectivos cara a cara para el desarrollo social.

Este tema es nuevo en cuanto a su investigación, si bien es cierto la comunicación es un tema conocido de amplio espectro de análisis pero la relación de la comunicación interpersonal con el auge tecnológico como son las redes sociales se consideraron como un factor necesario e inherente al ser humano en esta época de globalización pero no indispensable a la hora del desarrollo y la interacción con el medio.

Esta investigación fue factible porque se tienen las condiciones necesarias, para el correcto desenvolvimiento de la investigación, se contó con los recursos adecuados, y el medio es óptimo para realizar una indagación completa del problema.

Esta investigación causa interés porque beneficia no solo a los representantes de las Instituciones Educativas sino al colectivo, a toda la comunidad en donde los procesos comunicativos interpersonales mejorarán.

Este tema causó impacto en los Unidades Educativas antes mencionados porque al determinar las necesidades y las acciones que se deben realizar para el mejoramiento de la comunicación interpersonal, se propone una solución al problema no solo al nivel interno sino que a través de su organización la relación interpersonal con la comunidad mejore.

Los beneficiarios directos son los estudiantes así como la comunidad en general que son elementos fundamentales para que la comunicación interpersonal sea el medio

más claro de información dejando de lado en cierto aspecto a la tecnología, las redes sociales.

La Universidad Técnica de Ambato busca formar profesionales de excelencia y por medio de la investigación estuvo en la capacidad de proponer una alternativa de solución, por medio de métodos adecuados que beneficien a la educación y al desarrollo social.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

- Estudiar de qué manera las Redes Sociales afectan en la comunicación interpersonal, en los jóvenes de las Unidades Educativas Ambato e Hispano América de la ciudad de Ambato.

### **Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la influencia de las Redes Sociales en los jóvenes de las Unidades Educativas (Ambato e Hispano) del cantón Ambato.
- Analizar la influencia de las redes sociales en el desplazamiento de la Comunicación Interpersonal en los jóvenes de las Unidades Educativas (Ambato e Hispano) del cantón Ambato.
- Proponer una alternativa de solución al problema planteado.



## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Antecedentes de investigación**

En el trabajo investigativo realizado por BARBOSA Daysi, con el tema “El inadecuado uso que le dan los jóvenes a los canales de comunicación afecta a las relaciones interpersonales entre profesionales y alumnos del Instituto Tecnológico Vicente León en el primer semestre del 2010”, concluye que el tiempo que ocupan los profesores y estudiantes en el uso de la tecnología, debe ser aprovechado con páginas educativas o de materias específicas con el fin de mejorar su rendimiento académico. Además que los estudiantes por lo general tienen comunicación directa con sus hermanos, tíos, abuelos, entre otros; en este caso los padres son los que deberían mantener una relación directa con sus hijos para que la misma no sea remplazada por la tecnología.

El objetivo de su investigación es elaborar las estrategias de intervención para mejorar las relaciones interpersonales entre profesores, alumnos y padres de familia del I.T. Vicente León y darle un adecuado uso a los canales de comunicación.

Para RODRÍGUEZ José, con su investigación “La aplicación de nuevos códigos escritos en la comunicación de los jóvenes vía celular y su incidencia en la ortografía”, concluye que el internet con su uso no se socializa y se pierde casi por completo el contacto humano.

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

Dentro del mismo contexto, en el estudio realizado por la Lcda. LÓPEZ Lorena, con el tema: “Generaciones Interactivas. Estudio en los niños y jóvenes frente a la pantalla realizada en las Instituciones Educativas una de ellas el Colegio Pedro Frías Carrasco de la ciudad de Ambato” realizado en la Universidad Técnica Particular de Loja modalidad a distancia en el año 2011 concluye que: la utilización de las Tics está copando el tiempo de los niños y adolescentes en el aspecto educativo y social, dejando en un segundo plano a la comunicación interpersonal, reduce el tiempo de compartir con la familia, pues no existe una supervisión directa y con acceso a todo tipo de información lo que repercute a las relaciones interpersonales y por ende se reducen los niveles de comunicación.

## **Fundamentaciones**

### **Fundamentación Filosófica**

La investigación se fundamentó en el paradigma crítico propositivo en donde la indagación no se detiene en la contemplación pasiva de los fenómenos; crítico porque analiza las causas, los efectos de las redes sociales y la influencia en la comunicación interpersonal y es propositivo porque mediante la interpretación de los resultados y las conclusiones de la investigación se realizó una propuesta acorde a las necesidades para solucionar el problema antes mencionado.

### **Fundamentación Axiológica**

La investigación se centró en los valores, pues el investigador no se conformó con el saber sino que asumió el compromiso de cambio, tomando en cuenta el contexto socio-cultural en el que desarrolló el problema, respetando valores religiosos, morales, éticos y políticos de todos quienes estuvieron inmersos en la investigación. Otros valores en los que se fundamentó el trabajo fueron: La puntualidad se construye por el esfuerzo de estar a tiempo en el lugar adecuado. El respeto es una de las bases sobre la que se sustenta la ética y la moral en cualquier campo y en cualquier época.

## **Fundamentación Epistemológica**

El análisis de la relación que existe entre las redes sociales y el desplazamiento de la comunicación interpersonal en el presente 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. 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 de los establecimientos educativos , son un factor importante en la realización de la investigación porque formar, educar, guiar, impartir conocimientos es una tarea difícil, este proyecto se fundamentó en la capacidad cognoscitiva del ser humano porque es necesario conocer las bases y fundamentos teóricos prácticos de comunicación Institucional para proponer una solución al problema planteado.

## **Fundamentación Legal**

La investigación está amparada en la Constitución de la República del Ecuador, en los artículos:

**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 precautelaré 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:

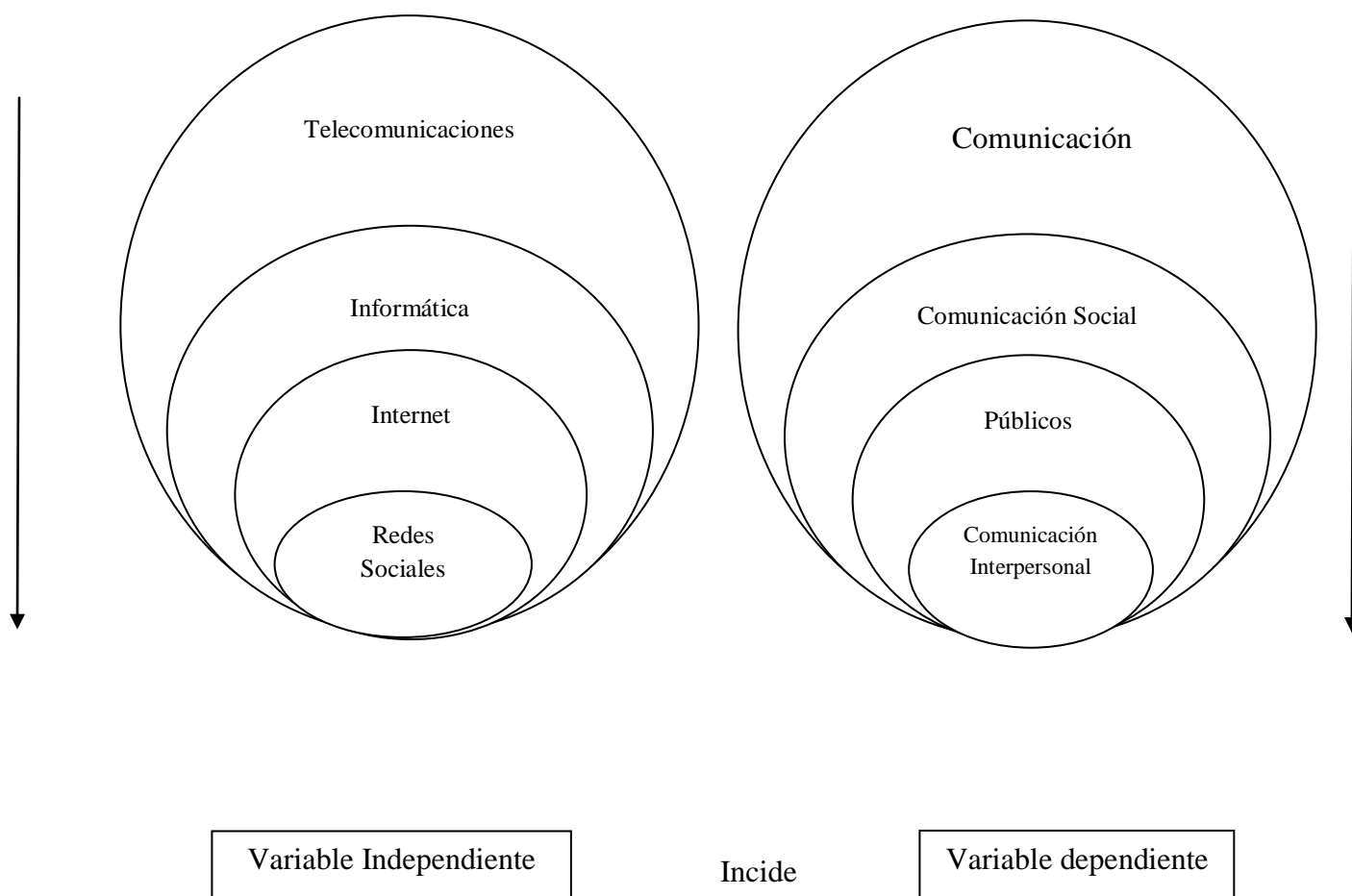
**Artículo 385** literal 3, establece lo siguiente: Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir.

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.

## Categorías Fundamentales

### Red de Inclusiones Fundamentales



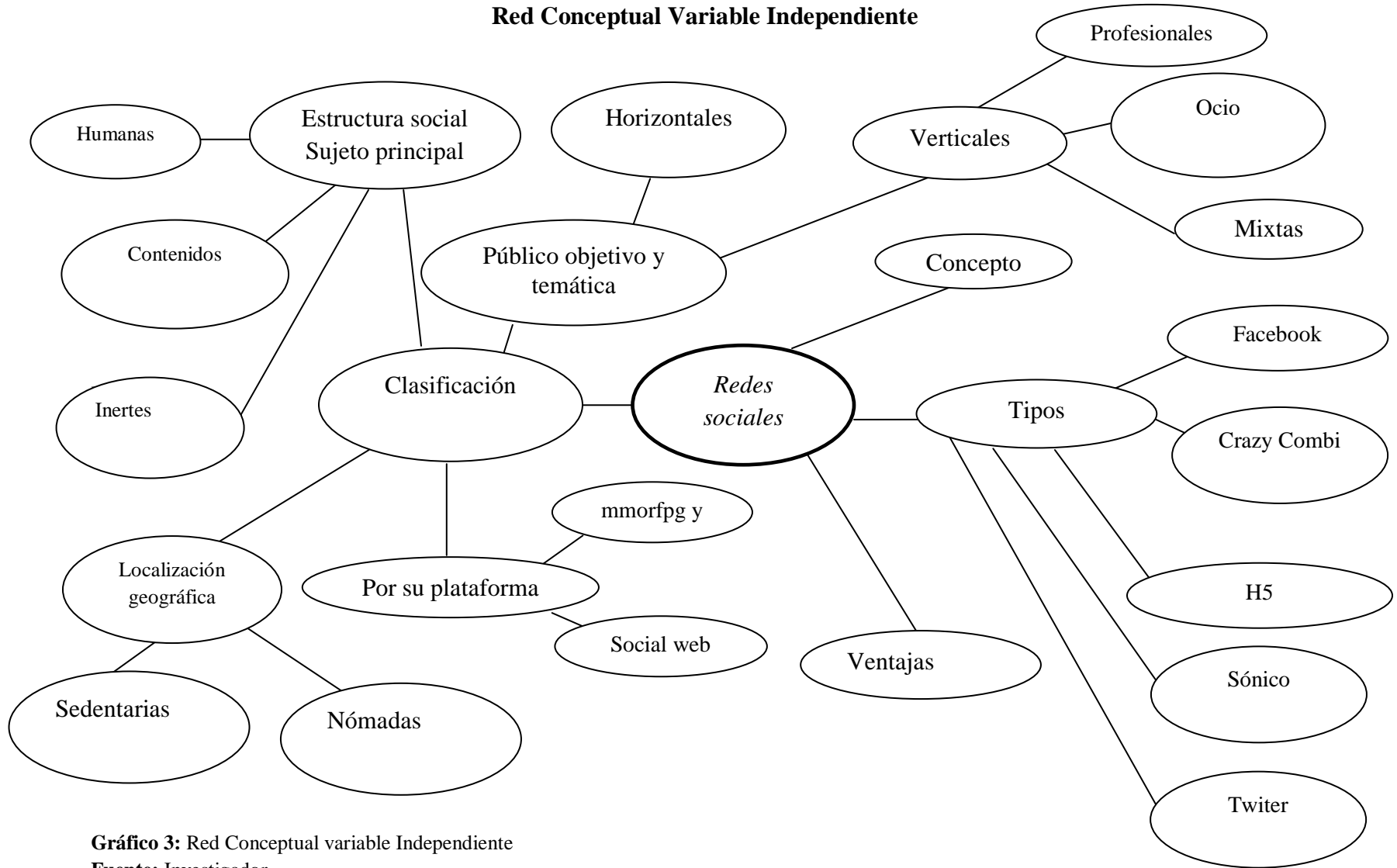
**Gráfico 2:** Categorías fundamentales

**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:**

Investigador

### Red Conceptual Variable Independiente

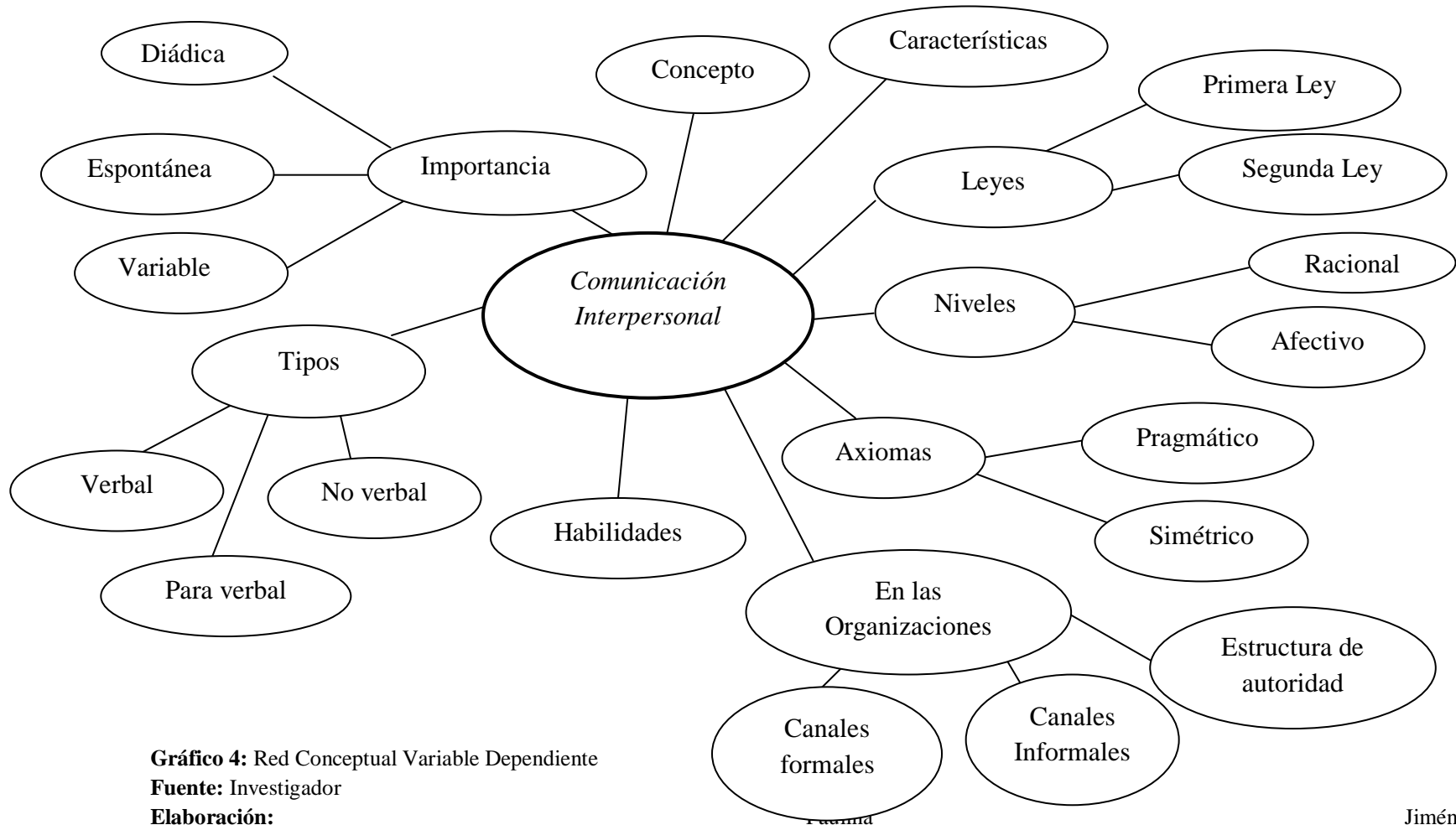


**Gráfico 3:** Red Conceptual variable Independiente

**Fuente:** Investigador

**Investigación:** Paulina Jiménez

### Red Conceptual Variable Dependiente



**Gráfico 4:** Red Conceptual Variable Dependiente

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:**

Jiménez



### **-Telecomunicaciones:**

En telecomunicaciones cada canal de comunicación está definido por las siguientes características:

- El medio por el cual se transmite (la atmósfera, el agua, el vacío, por cable, hilo, fibra óptica, etc.)
- Las señales propias del canal (de tipo electromagnético, sonoro, eléctrico, etc.)
- La velocidad de transmisión.
- El ancho de banda.
- Las interferencias. La distancia máxima a la que puede llegar la señal.
- Los sistemas emisor y receptor.

Cuando se logra transferir información a una gran cantidad de personas situadas lejos de nosotros (aunque lo hagamos utilizando distintos canales de transmisión intercomunicados) decimos que hemos creado una red de comunicaciones.

IES La Aldea Departamento de Tecnología. Tecnología de la Comunicaciones. Qué es Telecomunicaciones, año (2009). [www.google.com](http://www.google.com) 2013. Disponible en: <http://www.ieslaaldea.com/documentos/tecnologia/tecnocomunic01.pdf> (tomado 10 - 05 – 2013)

## **VARIABLE INDEPENDIENTE**

### **-Informática:**

La informática es esencial para este estudio que se basa en las redes sociales es por eso que es necesario definir claramente lo que es informática:

Teniendo en cuenta esta premisa se entiende por informática según la revista de Informática año (2009) manifiesta que:

*“El término Informática proviene de la unión de las palabras información y automática. De una forma muy general se puede decir que la informática se ocupa del tratamiento automático de la información. Se define entonces a la Informática como la ciencia o conjunto, de conocimientos científicos*

*qu permiten el tratamiento automático de la información por medio de ordenadores”.*

Para PROAÑO Marcelo (2005) afirma que:

*“Es la ciencia del procesamiento racional de la información en los diferentes campos del desarrollo humano especialmente por medio de máquinas automáticas”*

Entonces teniendo en cuenta la información anterior la palabra informática provienen de dos voces importantes:

- Información, y
- Ordenador.

Por información se entiende cualquier conjunto de símbolos que represente hechos, objetos o ideas.

#### **-Un ordenador o computadora:**

Es básicamente una máquina compuesta de una serie de circuitos electrónicos que es capaz de recoger unos datos de entrada, efectuar con ellos ciertos cálculos, operaciones lógicas, operaciones aritméticas y devolver los datos o información resultante por medio de algún medio de salida.

Todas estas acciones las realiza la computadora sin necesidad de intervención humana y por medio de un programa de instrucciones previamente introducido en ella.

[www.google.com](http://www.google.com) 2013. Informática. Concepto de Informática. Disponible en: [http://wwwdi.ujaen.es/~mcdiaz/docencia/cur05\\_06/fi/teoria/tema1.pdf](http://wwwdi.ujaen.es/~mcdiaz/docencia/cur05_06/fi/teoria/tema1.pdf) (tomado 10 – 05 – 2013)

#### **-Internet:**

El Internet ha sido descrito como una enorme “red de redes.” Una red es un grupo de computadoras que están conectadas para que se puedan comunicar la una con

la otra y compartir información. El Internet está compuesto por millones de redes y computadoras en distintos hogares que están conectadas alrededor del mundo.

Public Library Foundation 19. Internet Básico. Qué es Internet. Año, 2008. www. Google.com 2013. Disponible en: <http://bpcc.bpl.org/wp-content/uploads/2011/03/Internet-Basics-Curriculum-Spanish.pdf> (tomado 10 - 05 - 2013)

**-Para MARTUSCELLI, Marcelo Director IUSNEWS (2001):**

*“El Internet es una red mundial descentralizada que conecta a más de un millón de computadoras. También conocida como la Red de Redes o autopista de la información”.*

**-Redes Sociales:**

Las redes sociales propician la interacción de miles de personas en tiempo real, con base en un sistema global de relaciones entre individuos basados en la estructura social SIMMEL Gerge, (2009). Si se tiene en cuenta en cuenta que toda actividad humana genera consecuencias, se puede afirmar que:

*“Las redes sociales no son otra cosa que máquinas sociales diseñadas para fabricar situaciones, relaciones y conflictos con multitud de efectos”.*

Para Michell( 1969) las redes sociales se definen como:

*“Un conjunto bien delimitado de actores –individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades glo- bales, etc.- vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales.*

En este mismo contexto para Freeman (1992: 12):

*“Es una colección mis o menos precisa de conceptos y procedimientos analíticos y metodológicos que facilita la recogida de datos y el estudio sistemático de pautas de relaciones sociales entre la gente)”.*

La teoría de redes sociales Carlos Lozares. LOZARES, Carlos. La teoría de las redes Sociales. Qué son las redes sociales?. Universidad Autónoma de Barcelona. Departament de Sociologia. Barcelona – España, año 1996. [www.google.com](http://www.google.com). Disponible en: <http://alejandrogg.com.mx/temario3/Carlos-redes%20sociales.pdf> (tomado 05 – 05 – 2013).

**-Tipos:**

•**Analógicas o Redes sociales Off-Line:** Son aquellas en las que las relaciones sociales, con independencia de su origen, se desarrollan sin mediación de aparatos o sistemas electrónicos.

•**Digitales o Redes sociales On-Line:** Son aquellas que tienen su origen y se desarrollan a través de medios electrónicos.

**-Pueden ser:**

**-Facebook.-** Es un sitio web formado por muchas redes sociales relacionadas con una escuela, universidad, trabajo, región, etc.

La gente utiliza Facebook para mantenerse al día con sus amigos o compañeros compartiendo fotos, enlaces, vídeos, etc. Cualquier persona puede hacerse miembro de Facebook, 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.

**-Hi5.-** Es un popular sitio web que funciona como **red social**. Consiste en un sitio interactivo en el que las personas pueden estar conectadas de manera sencilla y entretenida. Más de **70 millones de personas** lo usan en el mundo y es especialmente usado en **Latinoamérica**. Su crecimiento ha sido tan grande que ya está entre los **20 sitios web más visitados en el mundo**. [www. Google.com](http://www.google.com).2013 Tipos de Redes sociales. Disponible en <http://www.tecnologiabit.com/hi5-red-social-para-hacer-amigos/> (tomado 05 – 05 – 2013)

- **Sonico.**- Es la red social de Latinoamérica que organiza la vida online de las personas. Le permite a individuos, organizaciones y marcas poder relacionarse de una manera fácil, útil y entretenida, teniendo control sobre sus opciones de privacidad. Esta plataforma de comunicación social fue fundada en julio de 2007 en Buenos Aires, Argentina y está disponible en español, portugués e inglés para todo el mundo.

BURGUEÑO Pablo, 2009. Redes Sociales. Tipos de Redes Sociales. [www.google.com](http://www.google.com) 2013 Enviado por Pablo F Burgueño el 2 marzo, 2009 <http://www.pabloburgueno.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>

#### **-Clasificación:**

##### **• Por su público objetivo y temática:**

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

**-Redes Sociales Verticales:** Están concebidas sobre la base de un eje temático agregador. Su objetivo es el de congregar en torno a una temática definida a un colectivo concreto. En función de su especialización, pueden clasificarse a su vez en:

**-Redes Sociales Verticales Profesionales:** Están dirigidas a generar relaciones profesionales entre los usuarios. Los ejemplos más representativos son Viadeo, Xing y Linked In.

**-Redes Sociales Verticales De Ocio:** Su objetivo es congregar a colectivos que desarrollan actividades de ocio, deporte, usuarios de videojuegos, fans, etc. Los ejemplos más representativos son Wipley, Minube, Dogster, Last.FMyMoterus.

**-Redes Sociales Verticales Mixtas:** Ofrecen a usuarios y empresas un entorno específico para desarrollar actividades tanto profesionales como personales en torno a sus perfiles: Yuglo, Unience, PideCita, 11870

**•Por el sujeto principal de la relación:**

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

**-Redes Sociales de Contenidos:** Las relaciones se desarrollan uniendo perfiles a través de contenido publicado, los objetos que posee el usuario o los archivos que se encuentran en su ordenador. Los ejemplos más significativos son Scribd, Flickr, Bebo, Friendster, Dipity, Stumble Upon y FileRide.

**-Redes Sociales de Inertes Objetos:** Conforman un sector novedoso entre las redes sociales. Su objeto es unir marcas, automóviles y lugares. Entre estas redes sociales destacan las de difuntos, siendo éstos los sujetos principales de la red. El ejemplo más llamativo es Respectance.

**•Por su localización geográfica:**

**-Redes Sociales Sedentarias:** Este tipo de red social muta en función de las relaciones entre personas, los contenidos compartidos o los eventos creados. Ejemplos de este tipo de redes son: Rejaw, Blogger, Kwippy, Plaxo, Bitacoras.com, Plurk

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

Soy de los que consideran que una de las primeras redes sociales digitales en consolidarse fueron los MMORPG. Por lo tanto, creo que también se podría añadir la plataforma como factor diferenciador de redes sociales. Así, añadiría:

•**Por su plataforma:**

**-Red Social MMORPG y Metaversos:** Normalmente contruidos sobre una base técnica Cliente-Servidor (WOW, SecondLife, Lineage), pero no tiene por qué (Gladius, Travian, Habbo).

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

## VARIABLE DEPENDIENTE

**-Comunicación Interpersonal:**

MILLER Gerard, y STEINGBER, Mark (1985) sobre la explicación de este concepto en donde para estos autores dijeron que la comunicación interpersonal es:

*“En la que el sujeto desarrolla cuando basa primariamente su predicción de las acciones, motivaciones y formas de actuar de los demás en información psicológica, es decir, en información que diferencia los estímulos”.*

También SULLIVAN , O, 1997 afirmó que la Comunicación Interpersonal es:

*“Es el intercambio y la negociación del sentido entre dos o más participantes situados en contextos sociales”.*

Para MILLER, Gerald 1986

*“Es el proceso que ocurre entre una fuente-emisor y un receptor que están enviando y recibiendo mensajes en una transacción continua. Es el*

*hecho de hablar cara a cara, en un nivel de interacción persona a persona.*

En concordancia con lo antes mencionado la comunicación interpersonal es:

*“Una interacción que tiene lugar en forma directa entre dos o más personas físicamente próximas y en la que pueden utilizarse los cinco sentidos con retroalimentación inmediata”.*

*“Es una interacción que implica intercambio de información verbal y no verbal entre dos o más participantes en un contexto cara a cara”.*

*“Es una forma de relación interpersonal que comprende el intercambio de información sobre la realidad. Implica la organización de la interacción entre las personas, la transmisión de experiencias y la aparición y satisfacción de necesidades espirituales”*

Entonces: La comunicación interpersonal es el nivel donde se produce la relación humana directa con mayor intensidad y es el más efectivo en la comunicación humana. La comunicación interpersonal es un indicador del funcionamiento de las relaciones interpersonales.

La comunicación interpersonal expone a las personas a contactos directos entre los ejecutantes (ejecutores) que se interrelacionan, enriquecen y crean nuevas relaciones y vínculos a través de su propia personalidad.

En el proceso de la comunicación interpersonal las personas operan de un modo activo, cada cual reflexiona, valora, expresa, tanto verbal como extra verbalmente sus pensamientos, ideas, estados emocionales, experiencias y vivencias personales.

**-La comunicación interpersonal utiliza tres canales o vías:** verbal, vocal y visual. La comunicación interpersonal en el nivel de las relaciones se logra con los cinco sentidos: oído, vista, tacto, olfato y gusto; siendo los puntos de contacto



con el mundo exterior. La comunicación interpersonal se logra sin medios técnicos o con muy poca tecnología.

**-Importancia:**

**-Diádica:**

Porque se da recíprocamente entre dos personas, como “forma básica de comunicación entre humanos” (MILLER, 1978 citado en Fernández Collado, 1986: 30). De acuerdo a la situación y el número de participantes, se considera la interacción más personal, uno a uno.

**-Espontánea:**

Porque surge naturalmente, casi siempre sin planeación y su eficacia depende de la flexibilidad y de la sensibilidad de la fuente y del receptor para lograr la identificación, confianza y empatía.

**-Variable:**

Porque es afectada constantemente debido a diversos factores internos a las personas quienes pueden cambiar sus pensamientos, actitudes...

[www.google.com](http://www.google.com) 2013. Importancia de la Comunicación Interpersonal Disponible en: <http://www.buenastareas.com/ensayos/La-Comunicacion-Interpersonal/5799526.html> Tomado 06 - 05 – 2013)

**-Tipos de Comunicación Interpersonal:**

Existen tres tipos de comunicación interpersonal que combinadas generan impresiones en las demás personas:

**La comunicación verbal** es la transmisión de mensajes a través de las palabras, la **comunicación no verbal** son todos los mensajes corporales que acompañan a las palabras, y la **comunicación paraverbal** es la forma de decir las palabras, la cual puede cambiar el sentido del mensaje Por otro lado, en la figura del receptor, es

necesario analizar la escucha activa, ya que es indispensable para una buena retroalimentación.

FLORE, Liliana. Trabajo de Grado para optar por el título de Comunicadora Social. Comunicación Organizacional Director Manuel Otálora Pontificia Universidad Javeriana Facultad de Comunicación y Lenguaje Comunicación Social Bogotá 2008 Disponible en : [www.google.com](http://www.google.com) 2013 <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis73.pdf> ( Tomado 05–05–2013)

### **-Leyes básicas de la comunicación interpersonal**

La comunicación interpersonal requiere un enfoque complejo, sistémico y multidimensional. La comunicación es una ciencia compleja, por tanto tiene objeto, leyes y métodos.

### **-Las leyes de la comunicación interpersonal son:**

#### **-La primera ley de toda comunicación:**

Lo que dice A no es verdadero, sino lo que entiende B. En la comunicación interpersonal las personas pueden percibir más o menos lo que una fuente emite. Ninguna persona actuando capta y percibe un mensaje precisamente tal y como lo tenía en su mente el emisor. Lo importante es lo que el otro percibe más que lo que se emite.

#### **-La segunda ley:**

Cuando B interpreta erróneamente un mensaje de A, la responsabilidad es siempre de A. El peso de la comunicación interpersonal siempre recae en el emisor, por eso el receptor tiene que cerciorarse si el oyente lo ha entendido correctamente. Si el emisor obvia esta retroalimentación, no debe responsabilizar al receptor con una comprensión errónea.

Los axiomas son una verdad tan evidente que no necesita demostración. Existen cuatro axiomas relacionados con el proceso comunicativo:

**-Primer axioma pragmático:**

**-Las personas no pueden vivir sin comunicación:**

La comunicación es un proceso inherente al ser humano .El hombre no puede vivir sin ella porque es un ser social.

**-Segundo axioma pragmático:**

**-La comunicación tiene dos niveles:**

**-Nivel racional:** Es el mensaje, el contenido: “lo que se dice”, siguiendo un orden, de una forma objetiva y según una lógica rigurosa.

**-Nivel afectivo:** Es la relación que se establece entre las personas: “cómo se dice”, el nivel emocional es importante, porque si no se establece un ambiente favorable que facilite el proceso entre los dos actores, puede afectar la eficacia del contenido emitido.

J. Stoner (1994) plantea que: *“En el nivel de relación mediante imágenes, se utiliza un lenguaje cargado de emoción, mediante el cual se sugiere, por lo que es poco adecuado expresar correctamente hechos estrictamente objetivos que necesitan ‘mente fría’, serena”*

**-Tercer axioma**

Los procesos de comunicación interpersonales, según la relación entre los sujetos se basa en la igualdad o la diferencia; éstos pueden ser:

**-Simétricos:** Cuando intercambian criterios, opiniones, puntos de vista, dudas entre sí entre las personas que poseen igual cargo, jerarquía o status.

**-Complementarios:** Cuando se intercambian criterios, puntos de vistas entre las personas con diferentes status, cargo.

### **-Comunicación Interpersonal en las Organizaciones**

La comunicación interpersonal en las organizaciones SCHEIN. E., (1993), plantea: “... *significa que los miembros del grupo reconocen un sentimiento, experiencia de un sistema de comunicación común, que incluso puede ser no verbal, en el cual los signos poseen el mismo significado para todos los miembros*” Hay máxima que dice “*la comunicación no es todo, pero hay que comunicar con todos*”

La comunicación en las organizaciones son procesos complejos, que pueden parecer oscuros, subjetivos, pero es un proceso en gran parte cualitativo, sin ellos los empleados no conocen que hacer, no pueden hacer las coordinaciones con sus compañeros de trabajo y los directivos no reciben información por lo que y no pueden dar instrucciones.

### **-Objetivos de la comunicación en la actividad laboral**

Los objetivos del uso de la comunicación en el trabajo son:

- Alcanzar los objetivos del trabajo
- Facilitar y mantener las relaciones en el trabajo
- Mantener o mejorar la relación con las otras personas
- Mantener la autoestima de la persona.

La comunicación en el trabajo no debe limitarse a transmitir disposiciones, sino también la retroalimentación a través de haber definido la misión y la visión de la organización.

Hay varios factores que inciden en la comunicación interpersonal en las organizaciones que son:

- **Canales formales de comunicación:**

Están definidos por la autoridad y abarcan dentro y fuera de la organización

- **Canales informales de comunicación:**

Son los canales informales de comunicación por las relaciones afectivas, y de simpatía que se produce entre ellos, independientemente del cargo o la posición que ocupen.

- **Estructura de autoridad:**

Las diferencias de poder, de posición, status en la organización determinan quiénes podrán comunicarse entre sí.

El contenido y la precisión también se verán afectados por las diferencias de autoridad entre los individuos.

Entre los cambios del mundo de hoy se encuentran, las transformaciones en las ciencias y la tecnología, surgen la teoría de sistemas, varias teorías de la comunicación, la teoría de las redes y de las innovaciones, emergen la cibernética, la electrónica y la informática que le dan pie a la comunicación, que es uno pilares que se basa la sociedad del futuro.

Las organizaciones dirigen las estructuras de las comunicaciones, ahora la computación ha dado un eslabón fundamental.

Las redes son el espacio donde circula la información. Con respecto a este tema:

A .Nosnik, (2005) señala que *“No puede existir una red sin un receptor que reciba un mensaje de un emisor, lo interprete y evidencie el efecto de dicho mensaje sobre sí mismo además del grado de acuerdo y desacuerdo con el propio mensaje de su emisor”*

El diseño de redes compone una serie de canales por medio de los cuales viaja la información. STONER, J. (1997) plantea que *“Las redes son más libres que tienen un diseño menos rígido, estimulan a los empleados a que se comuniquen en*

*todos los niveles y pueden usarse donde sea grandemente deseado un flujo libre de información.”*

La comunicación por redes aporta que:

-Son más libres

-Un diseño menos rígido

-Búsqueda y recepción de información

-Elaboración de toma de decisiones, la implementación y su retroalimentación.

-La motivación y estimulación de todos los trabajadores.

-Relaciones con las personas del entorno.

-Estimulan a los empleados a que se comuniquen en todos los niveles

**-Las habilidades de la comunicación interpersonal.**

El lenguaje se expresa a través de varias habilidades generales que influyen de forma determinante en la comunicación. Estas son: leer, escribir, interpretar y sintetizar.

En el estudio de las habilidades comunicativas se considera primordial el dominio del lenguaje verbal (oral y escrito), (y,) llegando la oratoria a categorizarlo como la piedra angular de la competencia comunicativa.

La oratoria es la retórica hablada. La retórica define las reglas que rigen toda composición o discurso en prosa que se propone influir en la opinión o en los sentimientos de la gente y, en tal sentido, es una forma de la propaganda. Se ocupa, pues, de todos los asuntos relacionados con la belleza o vigor del estilo.  
Grupo Pi (1982)

La oratoria pretende persuadir por medio de la palabra: discursar, incitar a los ánimos, conferencia, charla por medio del habla.

Las habilidades sociales son acciones simples o complejas que han sido aprendidas, hasta el grado de ejecutarlas con rapidez y son sociales porque es la forma de influir en otras personas, se materializan en la interacción con el grupo, la comunidad y la sociedad y expresan los sentimientos, actitudes, deseos, opiniones que facilitan el comportamiento.

Hay varias clasificaciones de las habilidades de la comunicación interpersonal. Las principales habilidades de la comunicación interpersonal en las organizaciones están más relacionadas con el trabajo son la fluidez verbal, la explicación, interpretación, valoración y la persuasión.

**- Fluidez verbal:**

Es la capacidad de expresar con agilidad ideas, compuestas por la asociación y relación de palabras, de una manera clara y entendible en el entorno lingüístico que le da sentido y significado a lo comunicado.

Es necesario tener fluidez verbal para comunicarse. La fluidez verbal se adquiere, por eso está directamente relacionada con la cultura.

La persona a través de la cultura participa en actividades que desarrollan esta habilidad, que además puede educarse, por eso leer, ver televisión, hurgar en Internet y la participación en eventos sociales son fundamentales.

En los discursos, las conversaciones, las entrevistas y los despachos está siempre presente esta habilidad.

Una forma de apreciar la habilidad fluidez verbal es a través del significado de las palabras.

### **-La explicación:**

La explicación es una habilidad comunicativa que hace que una persona exprese de forma comprensible a otra, cualquier hecho, acontecimiento o idea. Significa que en el proceso de la explicación la acción se efectúa en el cerebro de las personas, el pensamiento, la percepción y en otros procesos cognoscitivos, pero también toca las emociones, sentimientos, vivencias, las experiencias y la voluntad de las personas.

La comprensión no es la aceptación pasiva de la información de otras personas, sino el proceso activo que requiere la reflexión individual, en que pone en tensión todas las capacidades y fuerzas psicológicas.

La explicación son los medios para que haya comprensión acertada y más rápida de aquello que se explica. La persona da explicación activa de su propio cerebro, sus sentidos, sus emociones y su voluntad.

En la explicación no se trata de exponer estructuras gramaticales sino hay que reconocer las líneas directrices, la lógica del pensamiento, la síntesis y las intenciones e identificar la interrelación o incoherencia que puedan suceder en la comunicación. Inciden en esta habilidad el lenguaje comprensible, la lógica, información, datos, también las experiencias de la vida, el desarrollo y la posición ante la filosofía.

El proceso de la explicación es una actividad que manifiesta no solo el que explica, sino también aquel a quien se le explica.

Hay naturalmente leyes específicas de la explicación. La ley de la comprensión es esencial, para el método de la explicación y el objetivo fundamentalmente es en la comprensión de aquello que se explica.

A la hora de dar una explicación es necesario hacer un análisis, un diagnóstico para la determinación de los conocimientos, capacidades y la personalidad de las personas



La información debe estar de acuerdo a su desarrollo, conocimientos, habilidades, capacidades y también corresponder a las experiencias de vida de las personas.

Es necesario conocer a aquellos a quienes se le hacen la explicación. La actividad del que explica se manifiesta en la búsqueda de los medios más efectivos de la explicación. Para ello se debe elegir la información, datos, hechos y/o los objetos para la explicación de ideas, situaciones y sucesos.

El aprendizaje gradual y sistemático de las personas a quienes se explica algo después que comprenden un rasgo importante, a este proceso lo sigue otro. Es necesario comparar, contrastar, verificar, comprobar estos conocimientos con el nuevo contenido. Hay que separar rasgos y características que sean necesarios para distinguir el nuevo contenido con el viejo determinando los rasgos esenciales y cualidades y unirlos en un nuevo conocimiento total, esto exige un gran trabajo de pensamiento de las personas.

En el empleo productivo de los fines del aprendizaje la comprensión de un nuevo material contenido es necesaria para lograr un nivel determinado de sus capacidades de pensamiento y del desarrollo,

La explicación debe realizarse en un lenguaje claro, sencillo, comprensible para la persona que recibe la explicación.

En el proceso de la explicación se expresan la actividad del que explica y también a quien se le explica.

### **-Interpretación de la comunicación:**

La interpretación es la habilidad de la comunicación que permite dar un significado correcto al mensaje. La interpretación es respuesta al mensaje a la explicación.

En la interpretación de la comunicación el receptor trata de entender lo que se le dice y está determinado por las características personales, valores, prejuicios,

escolaridad, educación y cultura de la persona que actúa como receptor, también afectan otros como los canales y la retroalimentación.

Para interpretar la comunicación de un mensaje debe tenerse en cuenta:

- Cuando se está bajo una suposición, un rumor, un hecho, una deducción y una opinión,

- Cuando se está bajo las emociones, los sentimientos y juicios de valor que afectan la comprensión de las situaciones,

- Cuando se está consciente de las diferencias de significación entre los (actores),

- Cuando se está interpretando en función de ideas preconcebidas o de intereses personales.

Una parte de la habilidad la interpretación se puede valorar a través de este ejercicio.

### **-La persuasión**

Platón satirizó el tratamiento más técnico de la retórica, con su énfasis en la persuasión más que en la verdad. Ya Aristóteles, en su "Retórica", definió la función de la retórica basándola, más que en la persuasión, en el descubrimiento de "todos los medios disponibles de persuasión". Recalcó, por tanto, la importancia de la victoria dialéctica mediante un razonamiento persuasivo y ordenado de la verdad, más que en dominar a los oyentes apelando a sus emociones. Grupo Pi (1982).

La persuasión es el proceso de fundamentación lógica, a través de la información, juicio o deducción, con el fin de lograr la conformidad de los participantes con el punto de vista manifestado.

La persuasión es una habilidad directiva en la que el emisor convence al receptor que actúe o haga algo, influyendo en su comportamiento. Es una mezcla de asertividad, interpretación y valoración.

La persuasión es una función del pensamiento desarrollado, maduro en una persona independiente que lo prepara para defender un punto de vista y actuar en correspondencia con la comunicación. Con la persuasión, en el receptor ocurren cambios en la conciencia.

En el proceso de comunicación la persuasión circunscribe a la creación y transmisión de informaciones, las mismas contienen:

- Las leyes y reglas de la lógica
- Una proposición confirmada por evidencias argumentos
- La demostración de la autenticidad y veracidad de la tesis.

Existen factores individuales que contribuyen a explicar este fenómeno. También hay personas que son más fácilmente persuadidas que otras.

La persuasión es un proceso complejo el cual resulta de la acción de varios factores, tales como:

- La calidad de la información
- La aceptación emocional de los argumentos para los participantes
- Su conveniencia para la demostración de la tesis
- Las circunstancias en que tiene lugar la comunicación.

En la comunicación surgen situaciones basados en hechos verdaderos, que parecen tener los argumentos irrefutables, pero que resultan poco convincentes. Los argumentos se reducen a juicios que funcionan dentro de las referencias del individuo y se apoyan o se discuten. Las experiencias en la comunicación

muestran que cuando la persona no quiere convencerse, no sirve la fundamentación ni la lógica.

La motivación de las influencias persuasivas de la comunicación es poco útil cuando no da el resultado esperado.

La persuasión influye en la autoestima, cuanto mayor es la autoestima de la persona, mayor es la fuerza que tiene hacer para cambiar la resistencia a la información que se debe persuadir.

Hay que tener presente el observar a las personas emocionalmente equilibrados (con buen humor) son más fácilmente persuadidos que los que están irritados, impacientes, coléricos, malhumorados, disgustados y resentidos. También en el plano de la comunicación el clima organizacional relajado es más favorable que el clima excesivamente rígido y amenazador en el caso de la persuasión.

### **-Las competencias y la comunicación interpersonal**

Daniel Goleman, en su libro *La Inteligencia Emocional* (1997), “*Enfatiza en las competencias. Se puede elaborar una lista interminable de las competencias de la actividad laboral propuestas por diferentes autores*”.

Hay Group cita y define veinte competencias genéricas, que han sido organizadas en seis grupos fundamentales, tomados como indicadores de análisis para este estudio, y se exponen las competencias de influencia, dentro de ellas:

**-Impacto e influencia:** deseo de producir un impacto o efecto determinado sobre los demás, persuadirlos, convencerlos e influir sobre ellos con el fin de que sigan un plan de acción.

**-Conocimiento organizativo:** capacidad de comprender y utilizar la dinámica existente dentro de las organizaciones.

**-Construcción de relaciones:** capacidad para crear y mantener contactos amistosos con personas que son o serán útiles para alcanzar las metas relacionadas con la actividad laboral.

P. Zayas (2002) plantea que: *”Uno de los principales resultados está vinculado con la definición de las competencias generales en el desarrollo de la actividad laboral y que destacan la capacidad técnico profesional, capacidad de solución de problemas, capacidad de aprendizaje, capacidad de proyección, flexibilidad, capacidad de organización, capacidad volitiva, integridad personal y la capacidad comunicativa que tiene dentro de ella”*

**-Las competencias comunicativas:**

Las competencias comunicativas esenciales son: saber escuchar, capacidad de exponer las ideas de forma coherente y convencer, y capacidad para trabajar en equipo.

**-Saber escuchar:**

Hay quien dice que la verdadera comunicación no comienza hablando, sino escuchando, también que las personas tienen dos oídos y una sola boca lo que indica que hay que escuchar más que hablar.

Simón L. Dolan e Irene Martín (2000) plantean: *“Además, puesto que escuchar parece no requerir un gran esfuerzo -tenemos la capacidad de procesar información tres o cuatro veces más rápidamente que el hablar de las personas-, muchas veces no se le presta atención o se la da por supuesta”*.

El saber escuchar no es escuchar solamente datos, hechos, sucesos, acontecimientos, sino estar atentos también a los gestos, la mímica, el tono, es decir, la situación comunicativa integradora.

Los directivos y empleados tienen que comprender los diferentes estilos de escucha y que respondan de forma coherente con los mismos. Los estilos que no mantienen dicha congruencia aparecen en las barreras comunicativas.

Hay varias clasificaciones de los estilos de escucha.

También la escucha puede clasificarse:

- **La escucha superficial:** cuando aparece algo de interés que el receptor quisiera escuchar.

**-Escucha centrada:** está pendiente de lo que dice el que habla pero está modificando lo que escucha con sus percepciones, pensamientos, ideas, sentimientos, deseos, valores y voluntad, de acuerdo a su personalidad además de reflexionar en lo que, por su parte, va a responder.

- **La escucha proyectiva:** es cuando el receptor escucha tratando de pensar anticipadamente en lo que el otro va a decir, cree e intenta pensar lo que está pensando el otro, es quien se pone en el lugar del que está hablando e intenta imaginar lo que este piensa y siente mientras habla. Este tipo de escucha es necesaria y útil en entrevistas, despachos, reuniones, convenios o cualquier clase de relaciones de negocio, y le son favorables las palabras con carga emotiva, y que sugieren intenciones.

#### **-El proceso de saber escuchar:**

Una de las competencias comunicativas es saber escuchar. El saber escuchar no es la exposición pasiva a los sonidos, es un proceso activo, consciente, que requiere la recepción comprensible de la comunicación cuya base es la atención, requiere también pensamientos, ideas, emociones, sentimientos, deseos, valores y voluntad pero además exige calma y respeto por los demás.

FERNÁNDEZ, L (1995) plantea que *“La capacidad para escuchar, está muy relacionada con la empatía, constituye su condición, pues supone atender de modo activo y sensible, los sentimientos, ideas y conflictos del otro sin anticipar ni evaluar, desprendiéndose de los propios referentes sin perder la propia identidad.”*

En la actividad laboral el directivo desempeña un importante papel en la comunicación interpersonal.

Al escuchar, debe brindarle una especial atención a lo que piensan y dicen los demás, no se trata de hablar y hablar, el saber escuchar, es no sólo oír íntegramente las palabras del interlocutor, sino también entender lo que se dice, captar tonos, gestos, mímicas, ritmos, pausas e incluso silencios, pues son signos no verbales que complementan la comunicación.

Desarrollar la competencia comunicativa interpersonal, saber escuchar, es recibir los criterios del emisor sin cambiarle el sentido a su mensaje, es permitir más entrada de información que puede ser útil para la consecución de metas y objetivos.

**ZAYAS Agüero, P.M.:** (2010) La comunicación interpersonal, Edición electrónica gratuita. Texto completo en [www.eumed.net/libros/2010f/879/](http://www.eumed.net/libros/2010f/879/)

### **Hipótesis**

**H0.** Las Redes Sociales inciden en el desplazamiento de la Comunicación Interpersonal en los estudiantes de las Unidades Educativas (Hispano y Ambato) de la ciudad de Ambato.

**H1.** Las Redes Sociales no inciden en el desplazamiento de la Comunicación Interpersonal en los estudiantes de los colegios urbanos (Hispano y Ambato) de la ciudad de Ambato.

### **Señalamiento de Variables:**

**Variable Independiente:** Redes Sociales

**Variable Dependiente:** Comunicación Interpersonal

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **Enfoque de la investigación**

Esta investigación se basó en el paradigma crítico propositivo. Es crítico porque cuestiona los esquemas sociales y es propositivo cuando la investigación no se detiene en la observación de los fenómenos sino plantea alternativas de solución en un clima de actividad, esto ayudó a la interpretación y comprensión de los fenómenos sociales en su totalidad.

Por tal razón el paradigma Crítico-propositivo contribuyó a alinear a los protagonistas para buscar un beneficio en común.

Como propósito único fue analizar y buscar una solución a la realidad educativa para que de esta manera buscar una solución al problema en mención.

#### **Modalidad básica de la investigación**

##### **De campo**

Esta investigación realizó su indagación con la modalidad de campo, pues el estudio se efectuó en el lugar de la problemática, es decir se observó la realidad de las dos Instituciones Educativas Ambato e Hispano

#### **Bibliográfica – Documental**

Para la elaboración del proyecto de investigación consistió en buena parte para revisar que se ha escrito, y para ello, se realizó la búsqueda y recopilación de las fuentes de información, posteriormente se analizó, interpretó y clasificó la información de acuerdo a las necesidades de la investigación.



## **Nivel o tipo de investigación**

### **Descriptivo**

Es descriptivo porque recogió los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponiendo y resumiendo la información de manera cuidadosa para luego analizar minuciosamente los resultados.

### **Población**

La población es no probabilística porque cualquier parte del universo a trabajarse puede ser parte de la investigación.

La población que se utilizó es de 682 personas entre estudiantes, docentes y personal administrativo de las Instituciones en mención.

### **Fórmula para calcular la muestra**

#### **Datos:**

**n** = Tamaño de la muestra

**N**= población

**p**= Probabilidad de ocurrencia 0,5

**q**= probabilidad de no ocurrencia. 0,5

**E**= el error admitido será 5% = 0,05

**K**= 2

#### **Fórmula: Aleatoria simple**

$$n = \frac{N \times p \times q}{(N - 1) \times (E/K)^2 + P \times q}$$

$$n = 682 * 0,5 * 0,5$$

$$\frac{681 * (0,05/2)^2 + 0,5 * 0,5}{}$$

$$n = 252,35 = 252$$

La muestra que se utilizará para la recopilación de la información es de 252 personas entre estudiantes, docentes y personal administrativo de los Colegios que se investigaron, por lo tanto la recolección de la información es cuasi cualitativa porque existe un orden no numérico en cada una de las preguntas de la encuesta.

## OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

### Variable Independiente: Redes Sociales

**Cuadro:** Operacionalización de Variables: Variable Independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS
			BÁSICOS	INSTRUMENTOS
<p>Estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común</p> <p>www.google.com                      2013</p> <p>http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=1 (tomado 21 - 06 - 2013)</p>	<p>Estructura Social</p> <p>Redes Sociales</p>	<p>- Tipos de redes</p> <p>- Grupos de iguales</p> <p>- Públicos</p> <p>- Niveles de comunicación</p> <p>- Niveles de impacto social</p>	<p>¿Es necesario establecer los grupos sociales que integran las redes?</p> <p>¿Es necesario formar parte de un grupo social conectado?</p> <p>¿El público que pertenece a las redes sociales posee amplio niveles comunicativos'?</p>	<p>Encuesta - cuestionario</p> <p>Entrevista – guía de entrevista</p>

**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Paulina Jiménez

**Cuadro N 1**

**Variable Dependiente:** Comunicación Interpersonal

**Cuadro:** Operacionalización de Variables: Variable Dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
<p>Es la actividad humana mediante la cual un sujeto promotor manifiesta sus contenidos de conciencia mediante una forma perceptible por los sentidos, a un sujeto receptor, con el objeto de que éste tenga acceso a esos mismos contenidos de conciencia, de esta manera esos contenidos pasan a ser de ambos o comunes intencionalmente promoviendo la comunicación presentada en diferentes aspectos".</p> <p><a href="http://www.google.com">www.google.com</a>2013 Disponible en <a href="http://www.expreoralyescrita.blogspot.com/2012/03/el-concepto-de-comunicacion.html">http://www.expreoralyescrita.blogspot.com/2012/03/el-concepto-de-comunicacion.html</a></p>	<p>Objetivos y Tácticas de comunicar</p> <p>Estados emocionales</p> <p>Organizaciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de Estrategias de Comunicación Interpersonal</li> <li>- Cumplimiento de objetivos</li> <li>- Niveles de compromiso</li> <li>-Niveles de Comunicación Interpersonal en la Organización</li> <li>- Tipos de mensajes</li> <li>- Grado de Percepción Laboral</li> <li>- Tipos de grupos laborales</li> <li>- Relaciones laborales</li> <li>-Tipos de Organizaciones</li> </ul>	<p>¿Es necesario establecer objetivos dentro de la Organización?</p> <p>¿Qué tipos de estrategias comunicacionales se utilizan en la Institución?</p> <p>¿Qué tipo de comunicación Interpersonal se utiliza en la Institución?</p> <p>¿Las relaciones laborales son óptimas en la Organización?</p>	<p>Entrevista – guía de entrevista</p> <p>Encuesta - Cuestionario</p> <p>Encuesta - Cuestionario</p>

**Elaborado por:** Paulina Jiménez  
**Fuente:** Paulina Jiménez  
**Cuadro:** N 2

### **Plan para la recolección de información**

Para la recolección de datos previamente se diseñaron estrategias basadas en objetivos, para poder construir y adquirir información.

Se hizo énfasis en las personas y escenarios donde se investigó como método de recolección de datos, se planificó cuidadosamente para que reúna los requisitos de validez y confiabilidad. Se condujo de manera hábil y sistemática, se tuvo destreza en el registro de datos, diferenciando los aspectos significativos de la situación y los que no tienen importancia. La muestra que se utilizó fue de forma cuasi- cualitativa en donde los estudiantes tuvieron la oportunidad de optar por la opción más adecuada de acuerdo a su criterio, en ese sentido la Estudiante Graciela Espín del 5to curso de la Unidad Educativa Hispano América dijo: “La encuesta es interesante porque pude escoger lo que me agrada y en ese sentido las Redes Sociales son un tema de amplio alcance y que juegan un papel importante en la educación.”

### **Plan de procesamiento y análisis de información**

Una vez realizada la recolección de datos a través de los cuestionarios descritos, para la investigación, se revisaron cuidadosamente, eliminando datos incompletos, que fueron tabulados y representados en gráficos y tablas para proceder al análisis del mismo, por medio de un análisis cuasi - cualitativo.

¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación
¿De qué personas u objetos?	De las autoridades, docentes y estudiantes de la Institución.
¿Sobre qué aspectos?	Sobre las Redes Sociales y la Comunicación Interpersonal
¿Quién o quiénes?	Investigador
¿Cuándo?	2012
¿Dónde?	Unidades Educativas Hispano y Ambato
¿Cuántas veces?	Una vez
¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta y entrevista
¿Con qué?	Boleta de encuesta, y guía de entrevista.
¿En qué situación?	En los diferentes horarios de clase y oficina

**Cuadro:** Procesamiento de la Información

**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Paulina Jiménez

**Cuadro N 3**

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Encuesta dirigida a los estudiantes de las Unidades Educativas, Hispano y Ambato

#### 1.-Pregunta 1.- Edad del encuestado

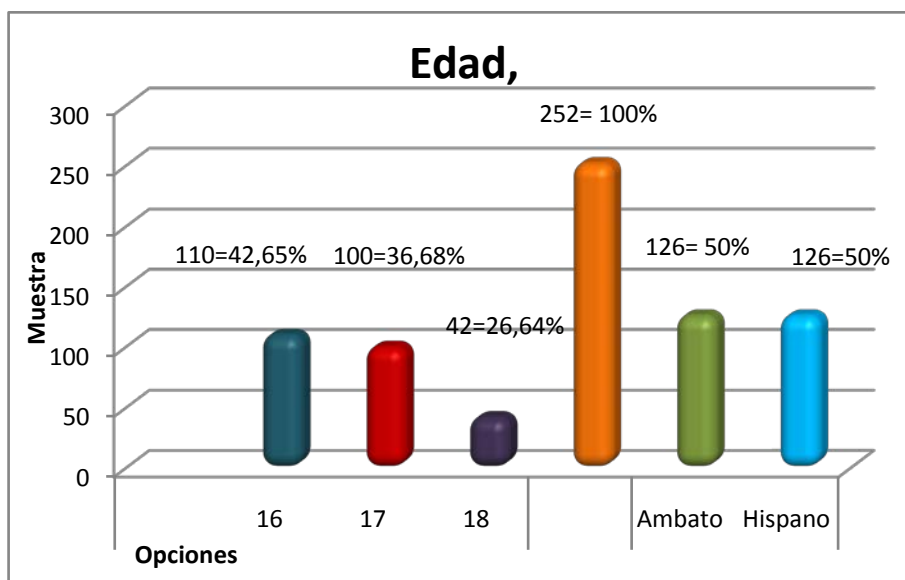
**Cuadro 4:** Edad del encuestado

Opciones		Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Relativa (fi)
Edad	16	110	43,65%
	17	100	36,68%
	18	42	26,64%
Total		252	100%
Institución	Ambato	126	50%
	Hispano	126	50%
Total		252	100%

**Elaborador por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** Edad del Encuestado



**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** N 5

**Análisis:**

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas en relación a la edad y la Institución a la que pertenecen los encuestados, de la muestra de 252 personas (100%), de 16 años, 110 estudiantes 42,65%, 100 de 17 años (36,68%) y 42 (26,64%) de 18 años. De acuerdo a los estudiantes de la Institución para mantener una equidad se tomó la mitad de la muestra para cada Institución es así que 126 estudiantes (50%) fueron encuestados en el Colegio Ambato y 126 (50%) en el Hispano.

**Interpretación**

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de estudiantes de la muestra están entre los 16 y 17 años y pocos son de 18. Por lo tanto se trata con una muestra de adolescentes, que se encuentran en un proceso de consolidación, sin embargo, sus criterios son válidos para que este análisis tenga un criterio asidero y pueden dar su punto de vista en relación a problemas sociales; en este caso sobre la influencia de las Redes Sociales en las relaciones interpersonales en su



Institución. Se tomó de la muestra el 50% de estudiantes del Ambato y 126 del Hispano América, para mantener una equidad y poder establecer comparaciones entre estas dos Instituciones.

**Pregunta 2.- ¿Sabes qué son las redes sociales?**

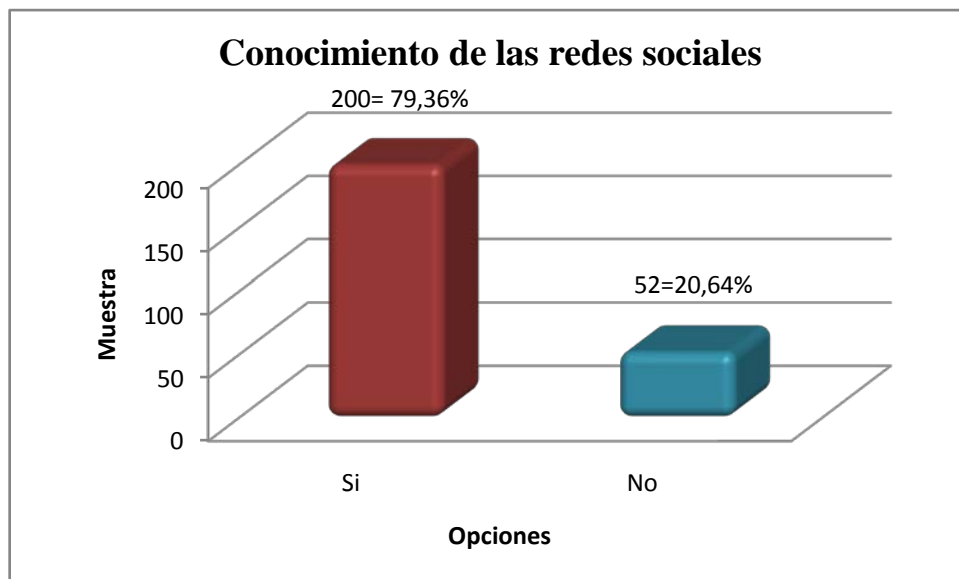
**Cuadro 5:** Conocimiento de las Redes Sociales

Opciones	Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Relativa (fi)
Si	200	79,36%
No	52	20,64%
TOTAL	252	100%

**Elaborador por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** Conocimiento de las redes sociales



**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** N 6

**Análisis:**

De los 252 encuestados (100%), 200 (79,36%) dijeron que si saben qué son las redes sociales, y 52 estudiantes dijeron que no (20,64%).

### **Interpretación:**

Haciendo relación es claro que el 79,36% de la muestra conocen que son las redes sociales y cómo se utilizan y en el mundo globalizado en el que se vive si no se conoce o al menos se tienen una idea de lo que son las redes sociales se romperían los estereotipos pues se han convertido en parte de la vida cotidiana, en este sentido Geovanny Sartori afirma que: *“La cuestión es que, en general, la cultura de la imagen creada por la primacía de lo visible es portadora de mensajes “candentes” que agitan nuestras emociones, encienden nuestros sentimientos, excitan nuestros sentidos y, en definitiva, nos apasionan”*, y eso es lo que hacen las redes sociales apasionarnos a tal punto de depender de ellas.

### **Pregunta 3.- ¿Eres parte de una Red Social?**

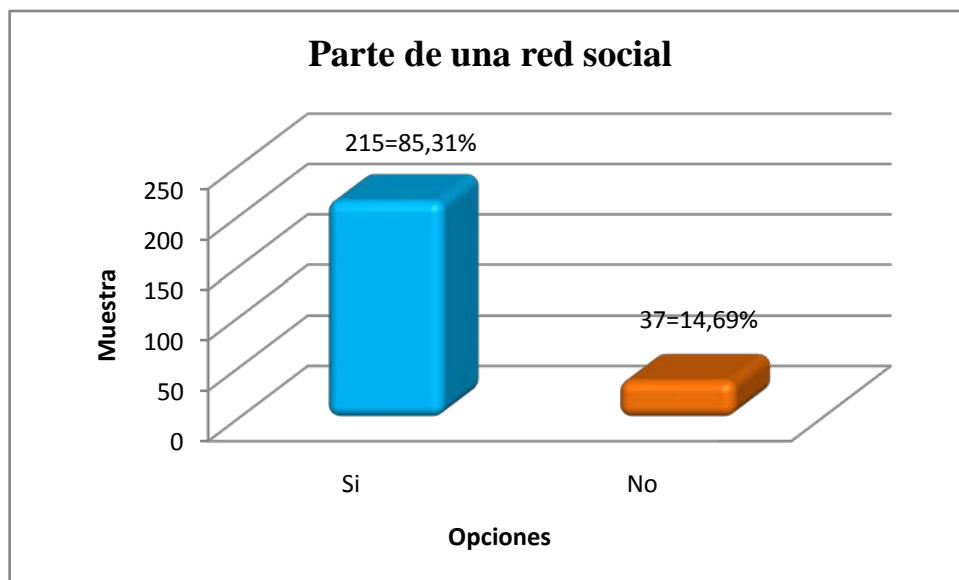
**Cuadro 6:** Parte de una Red Social

Opciones	Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Relativa (fi)
Si	215	85,31%
No	37	14,69%
TOTAL	252	100%

**Elaborador por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** Parte de una Red Social



**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** N 7

### **Análisis:**

De los encuestados 215 estudiantes (85,31%), dijeron que si son parte de una red social, y 37 personas (14,69%) respondieron que no.

### **Interpretación:**

De acuerdo con los resultados obtenidos es evidente que la mayor parte de personas son miembros de una red social, pequeña o grande, de esta manera el hombre se siente parte de un grupo, pero que aparentemente se comunica todo el tiempo pero que pierde interacción con el medio. En este sentido Sartori afirma que. *“La racionalidad del homo sapiens está retrocediendo, y la política emotivizada, provocada por la imagen, solivianta y agrava los problemas sin proporcionar absolutamente ninguna solución”*, por lo tanto las redes sociales hacen retroceder en el tipo e involucionar sin proporcionar solución alguna.

**Pregunta 4.- ¿Para qué utilizas las redes sociales?**

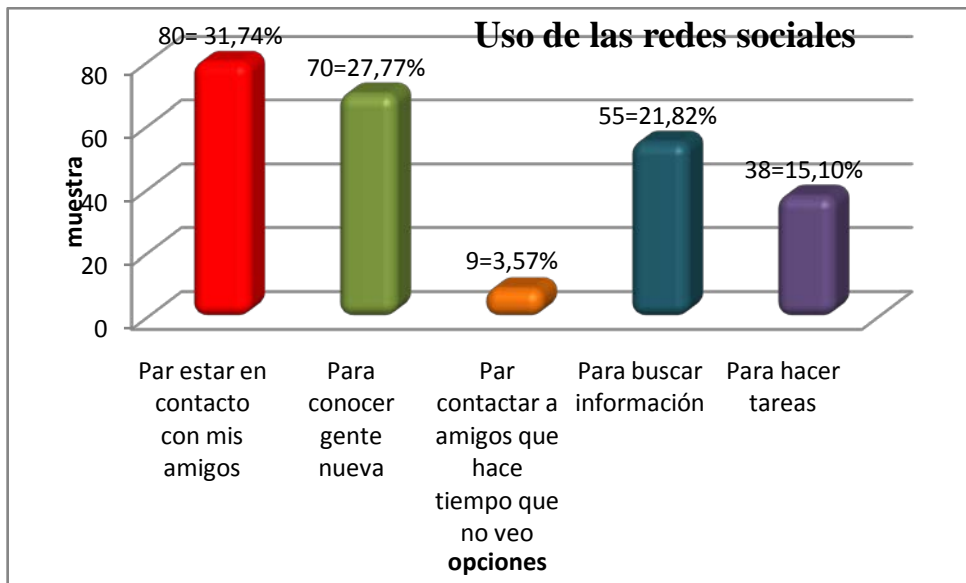
**Cuadro 7:** Uso de las redes sociales

Opciones	Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Relativa (fi)
Par estar en contacto con mis amigos	80	31,74%
Para conocer gente nueva	70	27,77%
Par contactar a amigos que hace tiempo que no veo	9	3,57%
Para buscar información	55	21,82%
Para hacer tareas	38	15,1%
TOTAL	252	100%

**Elaborador por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** Utilización de las redes sociales



**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** N 8

**Análisis:**

De acuerdo con los resultados de las encuestas las redes sociales se utilizan para: estar en contacto con amigos 80 estudiantes 31,74%, para conocer gente nueva 70 27,77%, para contactar amigos que hace tiempo que no veo 9 3,57%, para buscar información 55 estudiantes 21,82% y para hacer tareas 38, 15,1.

**Interpretación:**

Por lo tanto las redes sociales se utilizan para estar en contacto con amigos y teniendo en cuenta que la imagen de acuerdo a Sartori que ofrecen las redes sociales es un vínculo de atracción, el 80% de los estudiantes utilizan la herramienta para estar en contacto con amigos perdiendo de esta manera el nexo de relaciones Interpersonales entre los compañeros de curso.

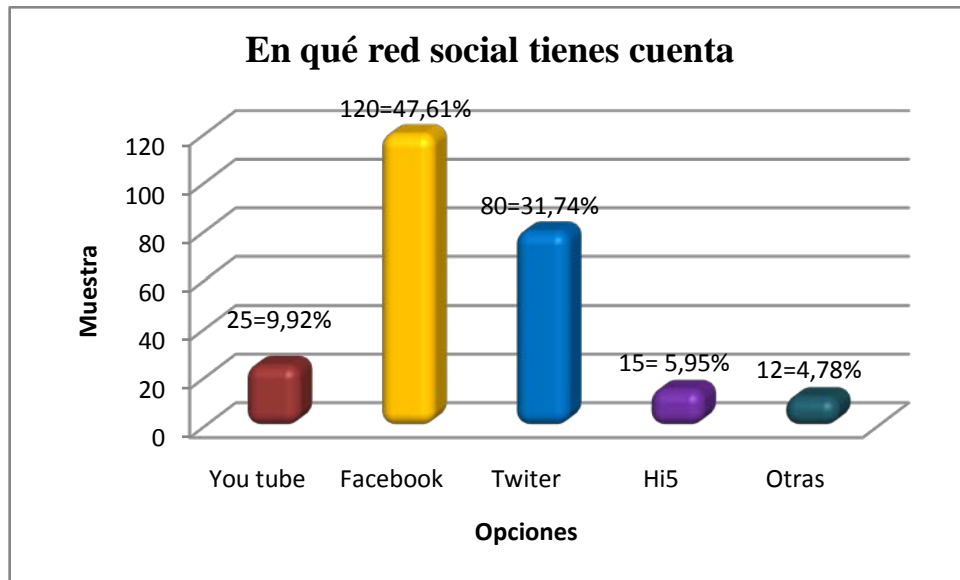
**Pregunta 5.- ¿En qué Red Social tienes una cuenta?****Cuadro 8:** En qué Red Social tienes cuenta

Opciones	Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Relativa (fi)
Youtube	25	9,92%
Facebook	120	47,61%
Twiter	80	31,74%
Hi5	15	5,95%
Otras	12	4,78%
TOTAL	252	100%

**Elaborador por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** En qué red social tienes cuenta



**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** N 9

### **Análisis:**

De acuerdo con los resultados obtenidos 120 estudiantes contestaron que tienen cuenta de red social en Facebook 47,61%, 80 Twiter 31,74%, 25 YouTube, 9,92%, 15 hi5 5,91%.

### **Interpretación:**

Por lo tanto y teniendo en cuenta los resultados es claro que la mayoría de los estudiantes encuestados utilizan el Facebook como red social de su preferencia, y por lo tanto las relaciones Interpersonales están supeditadas a la cantidad de tiempo que se utiliza para su utilización.

### Pregunta 6.- ¿Con qué frecuencia utiliza las Redes Sociales?

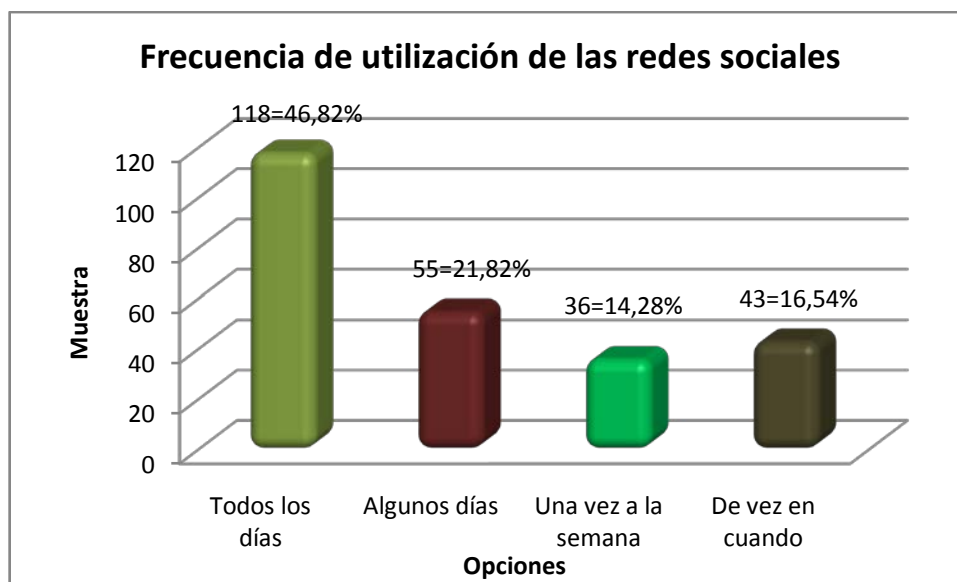
**Cuadro 9:** Frecuencia de utilización de Redes Sociales

Opciones	Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Relativa (fi)
Todos los días	118	46,82%
Algunos días	55	21,82%
Una vez a la semana	36	14,28%
De vez en cuando	43	16,54%
TOTAL	252	100%

**Elaborador por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** Frecuencia de utilización de redes sociales



**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** N 10

### **Análisis:**

De acuerdo con los resultados obtenidos 118 estudiantes 46,82% respondieron que utilizan las redes sociales todos los días, 55 21,82%, algunos días, 36 14,28% una vez a la semana, 43, 16,54% de vez en cuando.

### **Interpretación:**

Por lo tanto al ser las redes sociales en este caso una herramienta de uso habitual, es necesario que se encuentre maneras de regular el consumo hacia una forma orientadora en donde los estudiantes pasen de ser homo videns a homo sapiens, estudiantes que piensan y se relacionan entre sí.

### **Pregunta7.- ¿Aproximadamente cuánto tiempo pasas en las redes sociales?**

**Cuadro 10:** Tiempo en las Redes Sociales

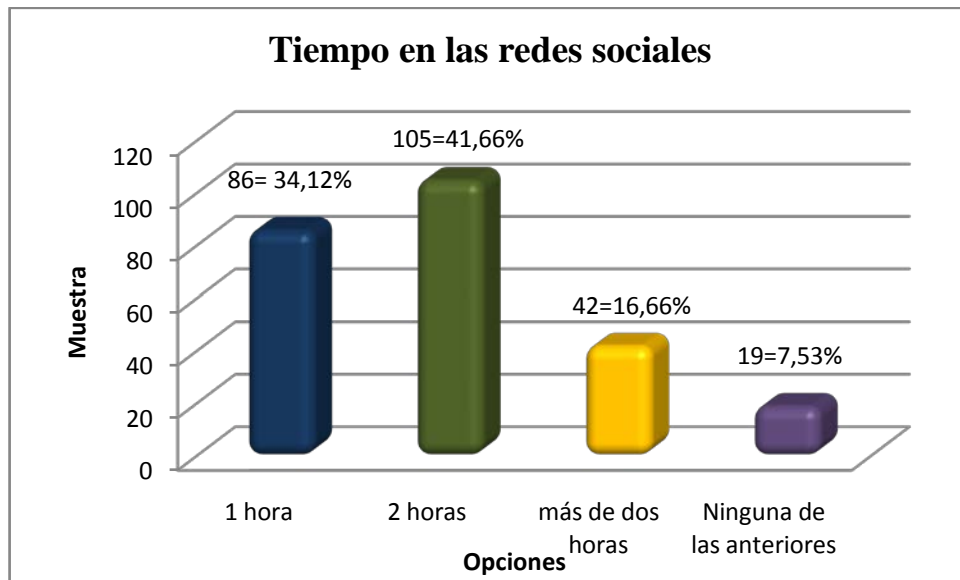
Opciones	Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Relativa (fi)
1 hora	86	34,12%
2 horas	105	41,66%
más de dos horas	42	16,66%
Ninguna de las anteriores	19	7,53%
TOTAL	252	100%

**Elaborador por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador



**Gráfico:** Tiempo en las Redes Sociales



**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** N 11

**Análisis:** De acuerdo con los resultados obtenidos 86 34,12% dijeron que el tiempo que pasan en las redes sociales es 1 hora, 105 41,66 2 horas, 42 16,66% más de 2 horas.

**Interpretación:**

Por lo tanto la mayoría de los estudiantes consumen dos horas al día las redes sociales, de las cuales se utilizarán un 10% para realizar alguna consulta o tarea el demás tiempo lo utilizan para chatear, en ese sentido se pierde la relación comunicacional cara a cara, determinando una relación indirecta sin contacto evidente con la otra persona ni la capacidad de relación directa y recíproca de integración, siendo necesario que en el establecimiento se maneje un sistema de Comunicación Interpersonal que permita la interrelación entre los compañeros de los cursos.

### Pregunta 8.- ¿Por qué ocupas las redes sociales?

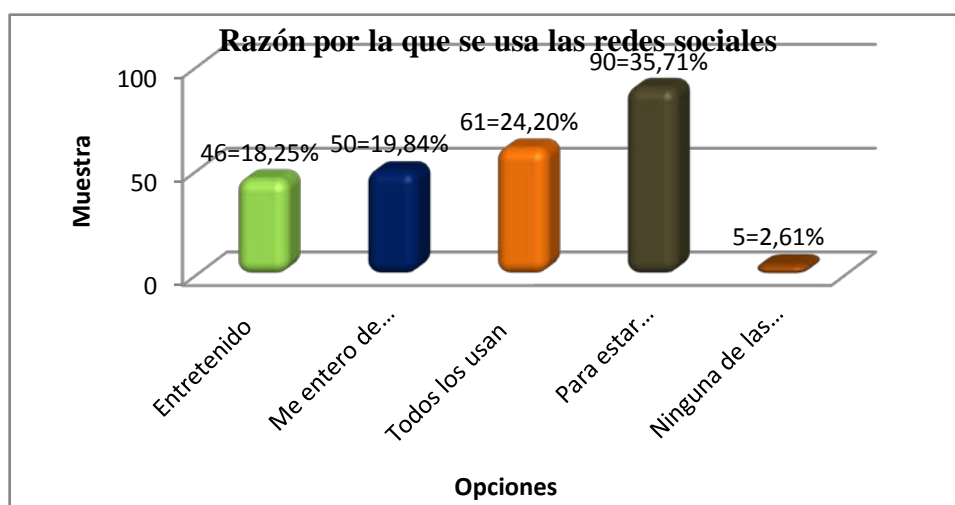
**Cuadro 11:** Razón por la que se ocupa las Redes Sociales

Opciones	Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Relativa (fi)
Entretenido	46	18,25%
Me entero de muchas cosas	50	19,84%
Todos los usan	61	24,20%
Para estar comunicado	90	35,71%
Ninguna de las anteriores	5	2,61%
TOTAL	252	100%

**Elaborador por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** Razón por la que se ocupa las Redes Sociales



**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** N 12

**Análisis:**

50 estudiantes 19,84% consideran que utilizan las redes sociales porque se enteran de muchas cosas, 90 35,71%, para estar comunicado, 46 18,25 como entretenimiento, 61 24,20 % porque todos las usan

**Interpretación:**

Con estos resultados corresponden al 71% de la muestra estudiantes que utilizan las redes sociales para estar comunicados, por lo tanto es evidente que esta herramienta suprime los canales interpersonales comunicativos de cara a cara, siendo imprescindible que se utilicen los medios correctos para que esto disminuya y los lazos entre los compañeros se acrecienten mediante la disminución en la utilización de las mismas.

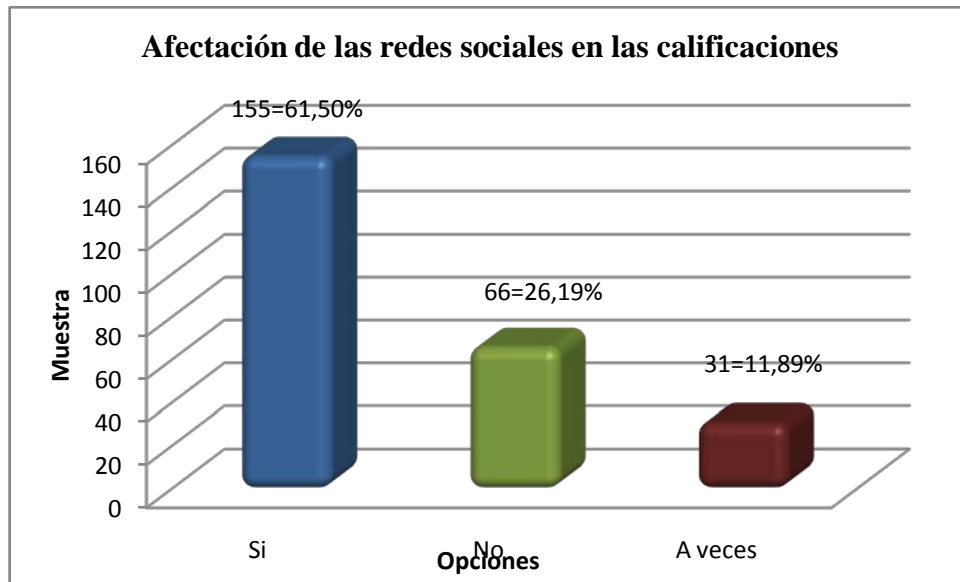
**Pregunta 9.- ¿Las Redes Sociales afectan tus calificaciones?****Cuadro 12:** Afectación de las Redes Sociales en las calificaciones

Opciones	Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Relativa (fi)
Si	155	61,50%
No	66	26,19%
A veces	31	11,89%
TOTAL	252	100%

**Elaborador por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** Redes Sociales en las calificaciones



**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** N 13

### **Análisis:**

155 61,50% de los estudiantes respondieron que las redes sociales si afectan en las calificaciones, 66 26,19% contestaron que no, y 31 11,89% que a veces.

### **Interpretación:**

Por lo tanto y de acuerdo con los resultados los estudiantes consideran que la utilización de las redes sociales si afectan sus calificaciones pues teniendo en cuenta la cantidad del tiempo que se las utiliza no para fines educativos, hace que los mismos se descuiden de sus tareas estando propensos al bajo rendimiento académico.

**Pregunta 10.- ¿Prefiere utilizar las Redes Sociales que el diálogo con tus compañeros?**

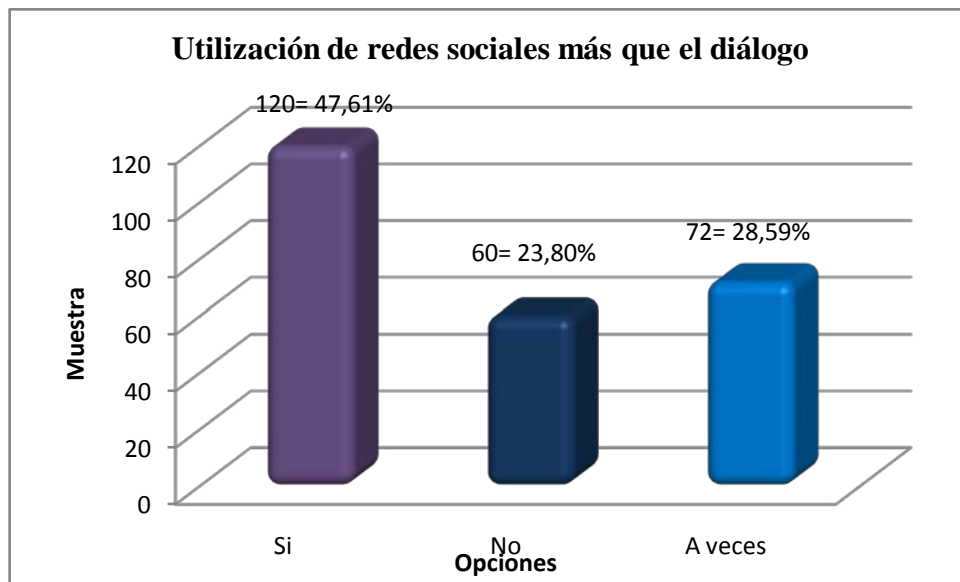
**Cuadro 13:** Utilización de Redes Sociales más que el diálogo

Opciones	Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Relativa (fi)
Si	120	47,61%
No	60	23,80%
A veces	72	28,59%
TOTAL	252	100%

**Elaborador por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** Diálogo y Redes Sociales



**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** N 14

**Análisis:**

De los resultados obtenidos 120 estudiantes 47,61% consideran que prefieren utilizar más las redes sociales que el diálogo con sus compañeros, 72 28,59% a veces y 60 23,80% que no.

**Interpretación:**

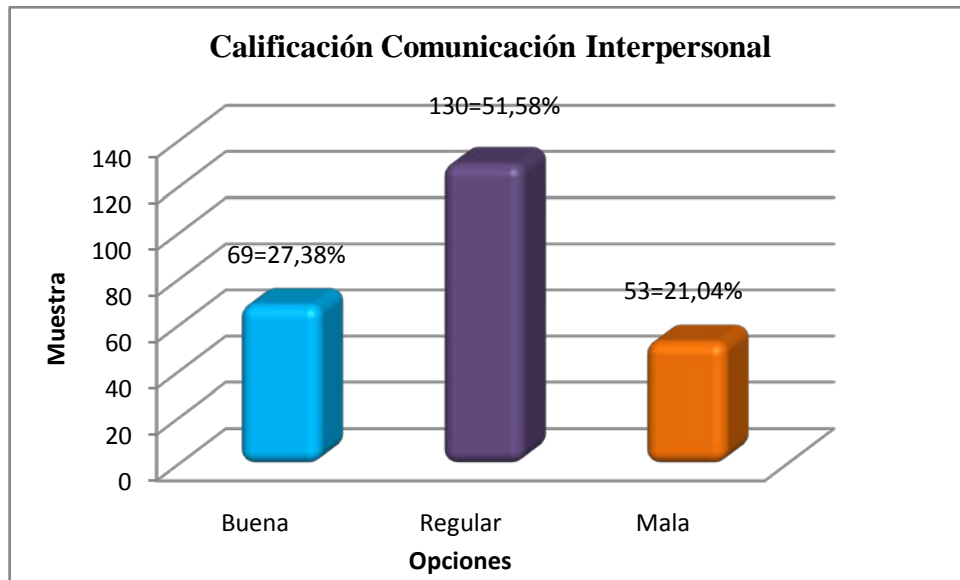
Es decir que los estudiantes utilizan las redes sociales como medio de comunicación sobre la relación interpersonal que debería existir en el transcurso del día, teniendo más confianza en una comunicación indirecta que no es cara a cara cuando no están presentes en las horas escolares.

**Pregunta 11.- ¿Cómo calificarías la Comunicación Interpersonal con tus compañeros?****Cuadro 14:** Calificación Comunicación Interpersonal

Opciones	Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Relativa (fi)
Buena	69	27,38%
Regular	130	51,58%
Mala	53	21,04%
TOTAL	252	100%

**Elaborador por:** Paulina Jiménez**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** Calificación Comunicación Interpersonal



**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** N 15

### **Análisis:**

De los 252 encuestados, 130 51,58% respondieron que la Comunicación Interpersonal con los compañeros es regular, 69 27,38%, que es buena y 53 21,04% mala.

### **Interpretación:**

Por lo tanto los estudiantes consideran que la Comunicación Interpersonal es regular es decir que no existe la suficiente confianza entre los compañeros prefiriendo la Comunicación por medio de las redes sociales como lazo de unión.

**Pregunta 12.- ¿Qué elementos consideras que afectan la Comunicación Interpersonal en tu sala de clases?**

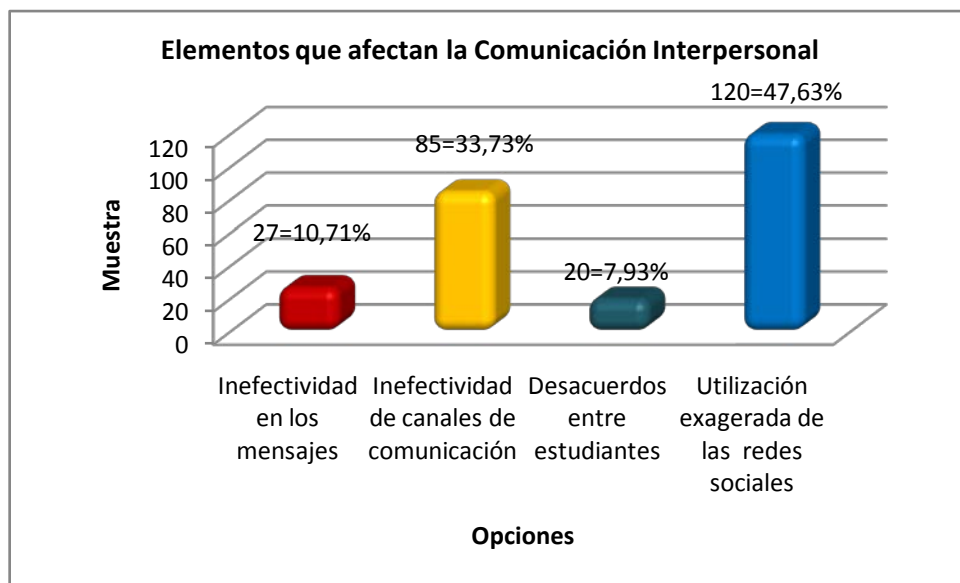
**Cuadro 15:** Elementos que afectan la Comunicación Interpersonal

Opciones	Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Relativa (fi)
Inefectividad en los mensajes	27	10,71%
Inefectividad de canales de comunicación	85	33,73%
Desacuerdos entre estudiantes	20	7,93%
Utilización exagerada de las redes sociales	120	47,63%
TOTAL	252	100%

**Elaborador por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** Elementos que afectan a la Comunicación Interpersonal



**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** N 16

**Análisis:**



De los resultados obtenidos 120 estudiantes 47,63% consideran que la exagerada utilización de las redes sociales afecta a la Comunicación Interpersonal en la Sala de clases, 85 33,73%, la ineffectividad de canales de comunicación, 27 10,71% ineffectividad en los mensajes y 20 7,93% desacuerdos entre estudiantes.

**Interpretación:**

Por lo tanto es evidente que la exagerada utilización de las redes sociales en la sala de clases ocasiona que las relaciones interpersonales se afecten puesto que existe un limitado diálogo entre compañeros de aula suprimiendo también la capacidad comunicativa y enriquecedora de la expresión oral limitando las capacidades sensoriales que se consiguen con la interacción recíproca entre sus participantes.

**Pregunta 13.- ¿Consideras que es más fácil relacionarte a través de las redes sociales que de manera personalizada?**

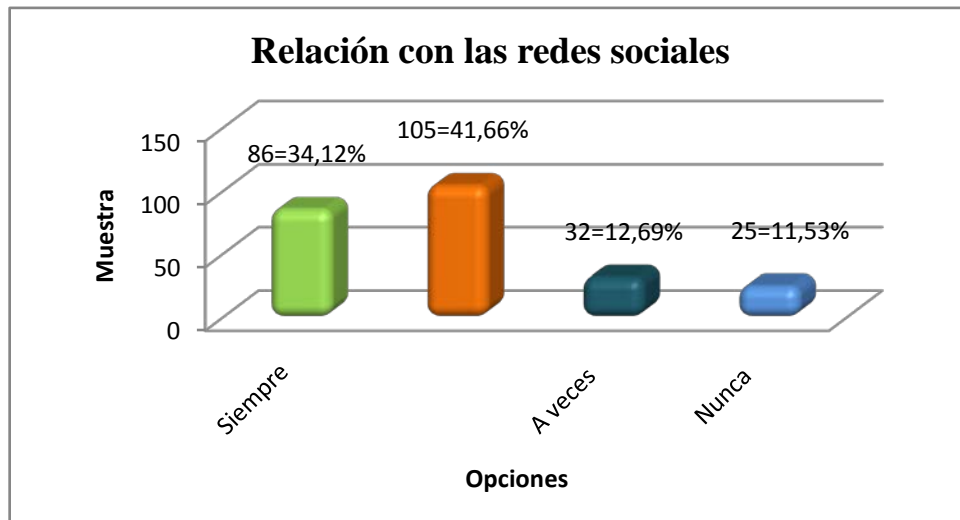
**Cuadro 16:** Relación con las redes sociales

Opciones	Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Relativa (fi)
Siempre	86	34,12%
Frecuentemente	105	41,66%
A veces	32	12,69%
Nunca	25	11,53%
TOTAL	252	100%

**Elaborador por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** Relación con las redes de manera personalizada



**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico 17**

### **Análisis:**

De los 252 encuestados 105 estudiantes 41,66% consideran que es más fácil para ellos comunicarse por medio de la redes sociales que con una comunicación personalizada frecuentemente, 86 34,12% afirman que siempre, 32 12,69% a veces y 25 11,53% nunca.

### **Interpretación:**

Por lo tanto y teniendo en cuenta que las redes sociales son una herramienta de globalización es evidente que no se puede estar al margen, pero es importante tener en cuenta que su utilización es de preferencia masiva coartando la posibilidad de el diálogo directo, para resolver problemas o circunstancias diarias en el aula, y dejándolas relegadas a la interacción través de una medio tecnológico.

**Pregunta 14.- ¿Crees que el uso frecuente de las Redes Sociales afectan a la Comunicación Interpersonal?**

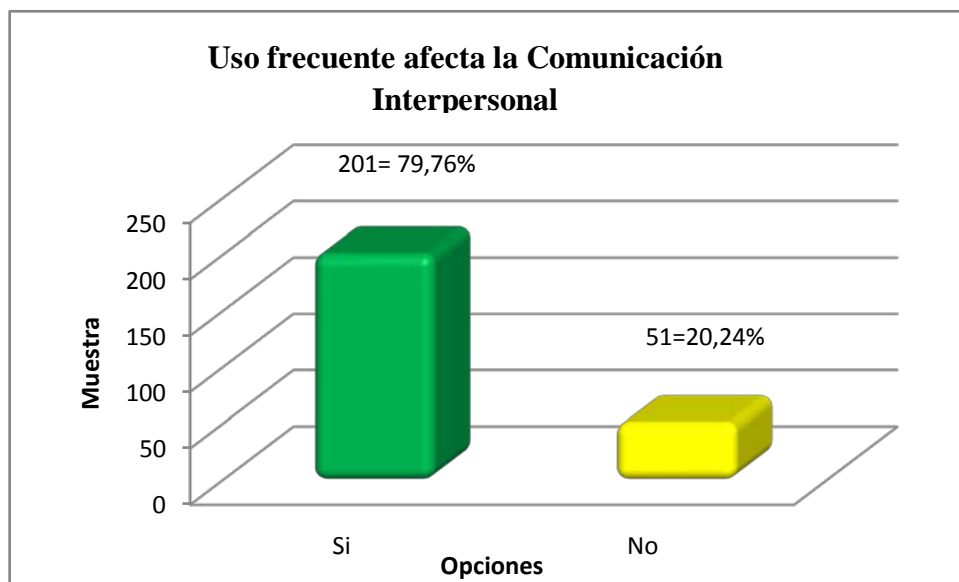
**Cuadro 17:** Uso frecuente afecta la Comunicación Interpersonal

Opciones	Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Relativa (fi)
Si	201	79,76%
No	51	20,24%
TOTAL	252	100%

**Elaborador por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** Uso frecuente afecta la Comunicación Interpersonal



**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico 18**

**Análisis:**

De los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas 201 estudiantes 79,76% consideran que el uso frecuente de las redes sociales afecta la Comunicación Interpersonal, 51 20,24% respondieron que no.

**Interpretación:**

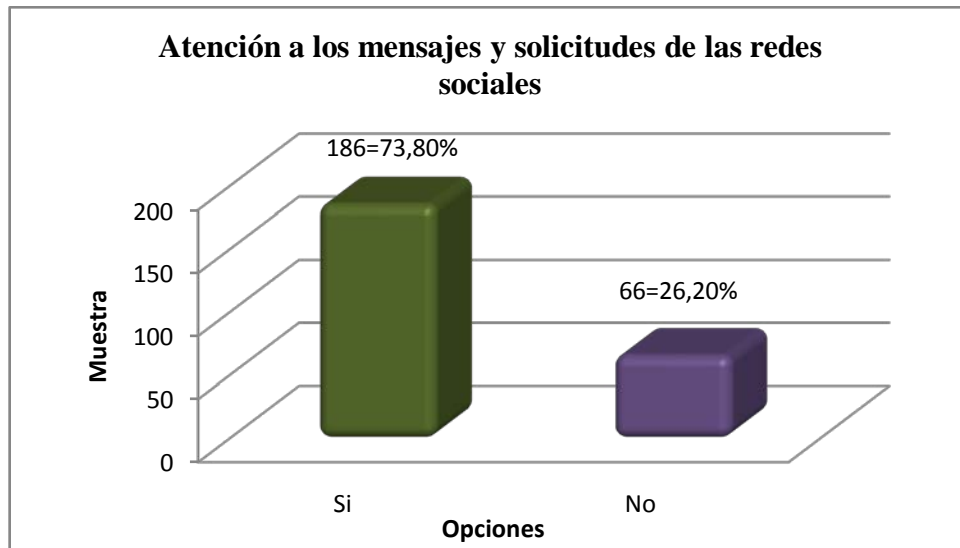
Por lo tanto la mayoría de los estudiantes creen que la utilización frecuente de las redes sociales afecta la Comunicación Interpersonal, pues se suprime el diálogo cara a cara y se lo cambia por la Comunicación indirecta que muchas veces por medio de rumores causa molestias y enojos.

**Pregunta 15.- ¿Estas siempre pendiente de si te llegan mensajes y solicitudes a tu Red Social?****Cuadro 18:** Atención a los mensajes y solicitudes de las Redes Sociales

Opciones	Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Relativa (fi)
Si	186	73,80%
No	66	26,20%
TOTAL	252	100%

**Elaborador por:** Paulina Jiménez**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** Atención a los mensajes y solicitudes de las Redes Sociales



**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** N19

### **Análisis:**

186 estudiantes 73,80 consideran que están siempre pendientes de los mensajes y solicitudes de la red social, 66 26,20% contestaron que no.

### **Interpretación:**

De acuerdo con los resultados obtenidos los estudiantes al estar siempre pendientes de las solicitudes y mensajes en las redes sociales descuidan las relaciones Interpersonales incluso con los miembros de su familia, perdiendo de esta manera lazos comunicativos importantes que afianzan los procesos de interrelación con las personas a su alrededor.

**Pregunta 16.- ¿Consideras que, con la pertenencia a una Red Social ha mejorado tus procesos comunicativos?**

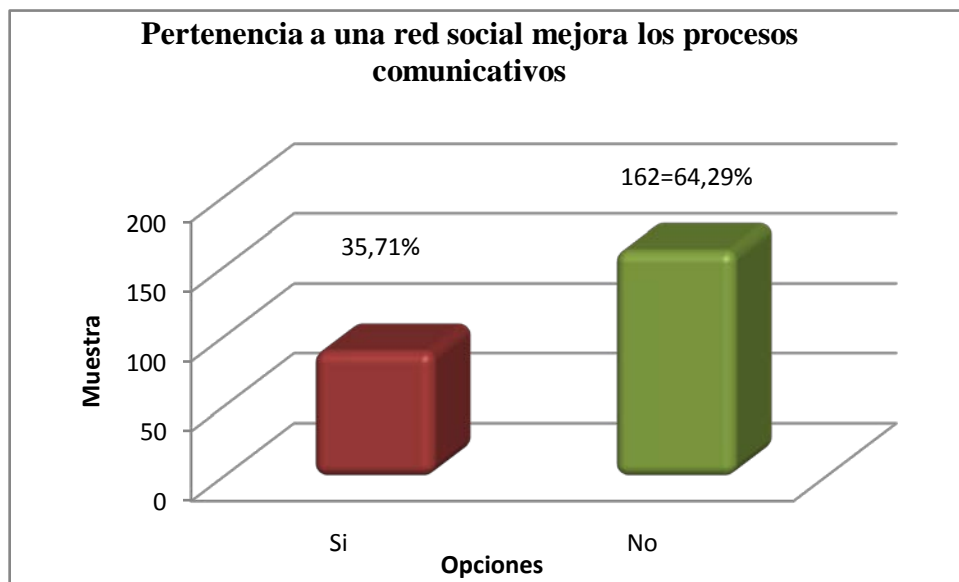
**Cuadro 19:** Pertenencia a una Red Social mejora procesos comunicativos

Opciones	Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Relativa (fi)
Si	90	35,71%
No	162	64,29%
TOTAL	252	100%

Elaborador por: Paulina Jiménez

Fuente: Investigador

Gráfico: Pertenencia a una red social mejora procesos comunicativos



**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** N 20

**Pregunta 17.- ¿Consideras que, con la pertenencia a una Red Social ha mejorado tus procesos comunicativos?**

**Cuadro 20:** Pertenencia a una red social mejora procesos comunicativos

Opciones	Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Relativa (fi)
Si	90	35,71%
No	162	64,29%
TOTAL	252	100%

**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Análisis:**

De los datos obtenidos 162 estudiantes 64,29% consideran que con la pertenencia a una red social no ha mejorado los procesos comunicativos, 90 personas 35,71% respondieron que sí.

**Interpretación:**

Es necesario por lo tanto tener en cuenta que un proceso comunicativo acorde a las exigencias depende de muchos factores que estimulen a esa Comunicación, pero si ser parte a una Red Social, limita la misma el proceso de interrelación se limita y causa que la Comunicación cara a cara no fluya de manera acorde y por ende las redes sociales no permiten que los procesos comunicativos seas efectivos.

**Pregunta 18.- ¿Consideras necesario un plan de Comunicación que mejore las relaciones interpersonales en el aula?**

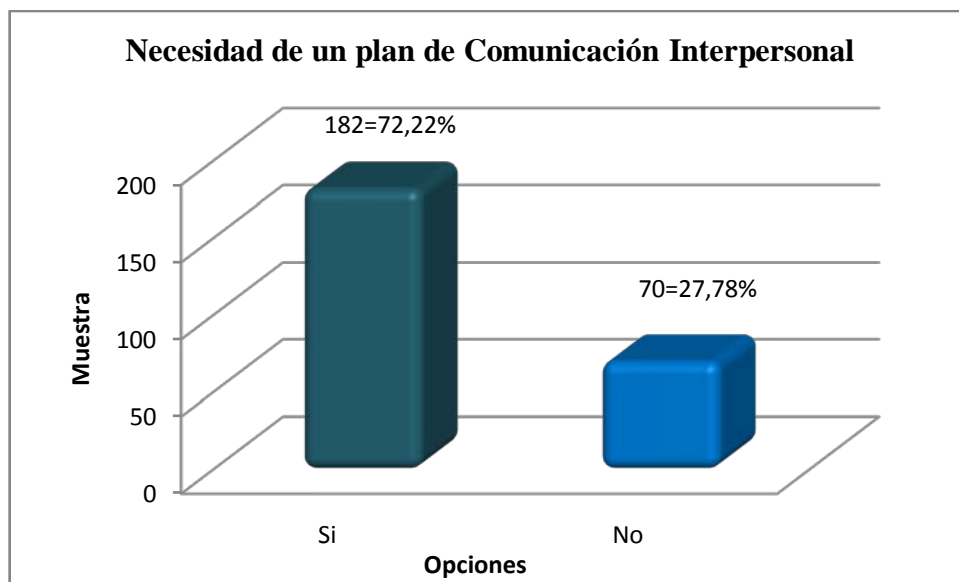
**Cuadro 21:** Necesidad de un Plan de comunicación

Opciones	Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Relativa (fi)
Si	182	72,22%
No	70	27,78%
TOTAL	252	100%

**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** Necesidad de un plan de comunicación



**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador, Gráfico 22

**Análisis:**

De acuerdo con los datos obtenidos de las encuestas, 182 estudiantes 72,22% contestaron que es necesario un Plan de Comunicación Interpersonal, y 70 personas 27,78% dijeron que no.



### Interpretación:

Es necesario entonces, que para que la Comunicación Interpersonal mejore se requiere de la Creación de un plan con una serie de actividades acordes a las necesidades de las Instituciones propuestas para el estudio, con especial relevancia en la participación de todas las personas que forman parte de las Instituciones.

### Pregunta 19.- ¿Te gustaría ser parte del plan de Comunicación para mejorar las relaciones interpersonales?

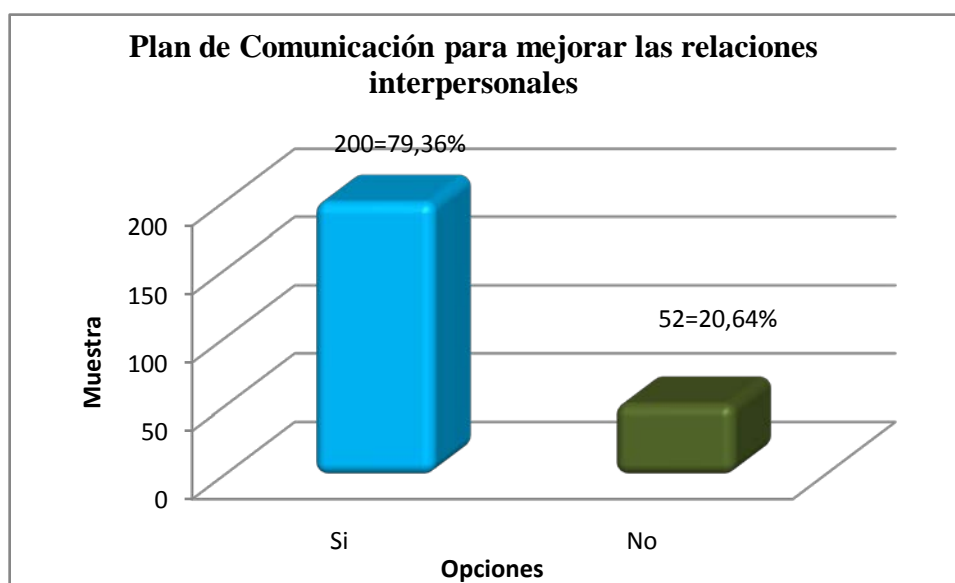
**Cuadro 22:** Plan de comunicación para mejorar las relaciones interpersonales

Opciones	Frecuencia Absoluta (ni)	Frecuencia Relativa (fi)
Si	200	79,36%
No	52	20,64%
TOTAL	252	100%

**Elaborador por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** Plan de comunicación para mejorar las relaciones interpersonales



**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Fuente:** Investigador

**Gráfico:** N 23

**Análisis:**

De los datos obtenidos 200 estudiantes 79,36% consideran que si participaría en un Plan de Comunicación que mejore las relaciones interpersonales, 52 personas 20,64% contestaron que no.

**Interpretación:**

Es importante tener en cuenta que la participación de la mayoría de los estudiantes es necesaria y de acuerdo con los resultados si se participa de forma comprometida se logrará que la Comunicación Interpersonal mejore.

**Comprobación de la Hipótesis utilizando el chi cuadrado**

Formulación de la hipótesis

- **Ho = Hipótesis Nula**
- **H1 = Hipótesis Alterna**

Ho = Los indicadores de gestión inciden en las Redes Sociales y el desplazamiento de la Comunicación Interpersonal en los estudiantes de las Unidades Educativas (Hispano y Ambato) de la ciudad de Ambato.

H1 = Los indicadores de gestión no inciden en las Redes Sociales y el desplazamiento de la Comunicación Interpersonal en los estudiantes de las Unidades Educativas (Hispano y Ambato) de la ciudad de Ambato.

**Variables.**

**VI:** Redes Sociales

**VD:** Comunicación Interpersonal

Con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los estudiantes de las Unidades Educativas Ambato e Hispano se procedió a aplicar la prueba estadística del Chi cuadrado la cual es un método útil para probar las hipótesis relacionadas con la diferencia entre el conjunto de frecuencias observadas en una muestra y el conjunto de frecuencias teóricas y esperadas de la misma muestra.

En este tipo de problemas el estadístico de prueba es:

$$X^2 = \sum (O - E)^2 / E.$$

En donde:

$$X^2 = \text{Chi-cuadrado}$$

$\Sigma$  = Sumatoria

O = Datos observados.

E = Datos esperados.

La aplicación de esta ecuación requiere lo siguiente:

- 1- Encontrar la diferencia entre cada frecuencia observada y la correspondiente frecuencia esperada.
- 2- Elevar al cuadrado estas diferencias.
- 3- Dividir cada diferencia elevada al cuadrado entre la correspondiente frecuencia esperada.
- 4- Sumar los cocientes restantes.

Además se hizo uso de un margen de error del 5% el cual se convierte en un nivel de confianza de 0.05 con el que se buscan los datos en la tabla chi-cuadrado.

El grado de libertad se obtendrá a través de la fórmula.

$$G1 = (f-1)(c-1)$$

Donde:

G1 = Grado de libertad

F = Filas

C = Columnas.

Para obtener el Chi-cuadrado según la tabla se busca el grado de libertad y el nivel

de confianza y así se obtiene el Chi-cuadrado tabla ( $X^2_t$ ) que se compara con el Chi-cuadrado calculado ( $X^2_c$ ).

De acuerdo a este criterio si  $X_c$  es mayor o igual que  $X_t$  se acepta la hipótesis de trabajo y se rechazó la hipótesis nula.

Si  $X_t$  es mayor que  $X_c$  se rechaza la hipótesis de trabajo y se acepta la hipótesis nula.

Para aceptar o rechazar esta hipótesis se tomaron en cuenta las siguientes preguntas:

**14.- ¿Crees que el uso frecuente de redes sociales afectan a la comunicación interpersonal?**

**16.¿Consideras que con la pertenencia a una red social ha mejorado tus procesos comunicativos?**

**Cuadro No 23.** Preguntas del Chi cuadrado

Población	Alternativas		Total
	Sí	No	
¿Crees que el uso frecuente de las Redes sociales afectan a la comunicación interpersonal?	201	51	252
¿Consideras que con la pertenencia a una red social ha mejorado tus procesos comunicativos?	90	162	252
<b>Total</b>	291	213	504

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Cuadro No. 24** Tabla de Contingencia

<b>Alternativa</b>	<b>O</b>	<b>E</b>	<b>O - E</b>	<b>(O - E)<sup>2</sup></b>	<b>(O - E)<sup>2</sup>/E</b>
¿Crees que el uso frecuente de redes sociales afectan a la comunicación interpersonal?	201	144.5	56.5	3192.25	22.09
¿No Crees que el uso frecuente de redes sociales afectan a la comunicación interpersonal?	51	106.5	-55.5	3080.25	28.92
¿Consideras que con la pertenencia a una red social ha mejorado tus procesos comunicativos?	90	144.5	-54.5	2970.25	20.55
¿No Consideras que con la pertenencia a una red social ha mejorado tus procesos comunicativos?	162	106.5	55.5	3080.25	28.92
<b>Total</b>					100.48

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Paulina Jiménez Cobo

$$X_c = 5.64$$

Grado de libertad

$$G_l = (f-1) (c-1)$$

$$(2-1) (2-1)$$

$$(1) (1)$$

$$G_l = 1$$

Nivel de confianza=0.05

Chi-Cuadrado Tabla.

$$X_{2t} = 3.84$$

$$X_{2c} = 100.58 > X_{2t} = 3.84$$

De acuerdo a estos resultados pudo comprobarse que el Chi-cuadrado calculado es mayor que el Chi-cuadrado tabla, por lo cual se acepta la hipótesis de trabajo y se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto las Redes Sociales si afecta en la Comunicación Interpersonal en los estudiantes de las Unidades Educativas (Hispano y Ambato) de la ciudad de Ambato.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **Conclusiones**

- Las Redes Sociales en las Unidades Educativas Ambato e Hispano América, de la ciudad es alta dado que las horas que se consumen al día en la red causa que los estudiantes desatiendan los procesos comunicativos propios como las relaciones cara a cara, es decir el diálogo disminuye y la confianza es menor puesto que hay un enlace mayor con la tecnología que se convierte en una careta a la hora de exponer lo que piensan. Dado que las Redes Sociales se han convertido en amistad poco inusual, dejando de lado las relaciones sociales en el entorno.
- La utilización de las Redes Sociales influye en el desplazamiento de la Comunicación Interpersonal puesto que la Comunicación se ve limitada, los estudiantes tienen pocas formas orales comunicativas, es decir la expresión oral se ve disminuida, de acuerdo a la Escuela de Palo Alto todo comunica y al establecer lazos directos de relación los gestos, la forma de hablar, los tonos, las palabras que se utilicen dan muestra de estados de ánimo y que mejor con la Comunicación Interpersonal.
- De acuerdo con los resultados de las encuestas un 80% de los estudiantes están conscientes ocasionó que disminuya su rendimiento académico, teniendo en cuenta que su uso excesivo causa desinterés por el entorno, haciéndolos consumistas y reactivos no proactivos.

Teniendo en cuenta estas premisas que son importantes se propone un Plan de Comunicación Educativa que mejore la Comunicación Interpersonal en base a la adecuada utilización de las Redes Sociales en las Unidades Educativas Ambato e Hispano de la ciudad, estableciendo objetivos claros y precisos para solucionar el problema en cuestión.

## **Recomendaciones**

- Observar detenidamente las actividades que se desarrollarán en las Instituciones como parte de la Propuesta I para verificar cuanto de esto se realiza de forma práctica. Sugerir que se realicen capacitaciones constantes y que se tenga en cuenta que la prioridad siempre serán los estudiantes.
  
- Tratar de que los miembros de la Institución tengan una base en común en los procesos de cambio en lo que tienen que ver a conceptos e ideas sobre Comunicación Interpersonal, fortaleciendo las relaciones también entre los docentes para que seas capaces de llevar los conocimientos a los estudiantes.
  
- Coordinar con las autoridades de la Institución de forma acorde para establecer un cronograma adecuado de trabajo en fin de cumplir con las actividades establecidas de forma clara para beneficio de los principales involucrados



## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

**Título:**

Plan de Comunicación Educativa para mejorar las relaciones interpersonales en las Unidades Educativas Ambato e Hispano de la Provincia de Tungurahua.

**Datos Informativos:**

Entidad Ejecutora: Universidad Técnica de Ambato

Tipo de Organización: Educativa

Unidad Ejecutora: Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales

Dirección: Av. Los Chasquis y Río Payamino

**Cobertura y Localización:**

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Huachi Loreto

**Contexto:**

Zona: Urbana

Localización: Colegios Ambato e Hispano

Sujeto de Gestión: Estudiantes de las Unidades Educativas Ambato e Hispano.

## **Antecedentes de la Propuesta**

Luego del análisis de Las Redes Sociales y la influencia en el desplazamiento de la Comunicación Interpersonal en las Unidades Educativas Ambato e Hispano, es claro que de acuerdo a los resultados obtenidos de las diferentes encuestas y entrevistas, es necesaria una propuesta que cubra las expectativas de los miembros de la Institución y de los principales implicados que son los estudiantes.

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 recuperar las relaciones interpersonales entre los estudiantes de las Unidades Educativas antes mencionados.

Las redes sociales en términos sencillos se refieren a la interconexión entre personas, de cómo se encuentran relacionados y como se mantienen en contacto con el resto del mundo, esto no se quiere eliminar sino por el contrario de que la forma de utilizar esta herramienta sea la más adecuada para que sea un nexo entre compañeros de la Institución.

Por estos antecedentes y los resultados obtenidos es necesario diseñar una propuesta de solución al problema planteado en este caso es necesario un Plan de Comunicación Educativa que reúna las características necesarias para que la Comunicación Interpersonal se fortalezca por medio de una mejor utilización de las redes sociales y en tiempos y espacios definidos.

## **Presupuesto estimado de la propuesta**

El monto total de la propuesta asciende a tres mil setecientos treinta y un dólares con ochenta y seis centavos.

**Cuadro 25:** Presupuesto de la Propuesta

ÍTEM	RUBRO	MEDIDA	CANTIDAD	UNITARIO	SUBTOTAL
<b>a.</b>	<b>Gastos Administrativos</b>				
1	Facilitador	Mes	6	100	600
2	Apoyo Logístico	Mes	6	80	480
<b>Subtotal a.</b>				<b>USD</b>	<b>1080</b>
<b>b.</b>	<b>Gastos Operativos</b>				
3	Equipo de computo	Horas	480	1.00	480
4	Impresora	No	1000	0,05	50
5	Scanner	Hoja	200	0,30	60
6	Cámara fotográfica	Días	10	10	100
7	Celular	Horas	50	2,50	125
8	Papel Bond	Resma	2	5	10
9	Cartuchos	No	2	30	60
10	Papelería de oficina	No	Glb	50	50
11	Copias	No	300	0,03	9
12	Proyector de imagen	No	1	950	950
13	Transporte/movilización	No	30	4	120
14	Alimentación	No	280	1,50	420
<b>Subtotal b</b>				<b>USD</b>	<b>2,434</b>
<b>Suma a + b</b>					<b>3,514</b>
<b>Imprevistos</b>				<b>6,2%</b>	217,86
<b>Suma total</b>					3731, 86
<b>SON</b>	Tres mil setecientos treinta y un dólares con ochenta seis centavos de los Estados Unidos de América				

**Elaborado por:** Paulina Jiménez

**Plazo de ejecución**

El plazo de ejecución del proyecto es de tres meses calendario

## **Justificación**

En vista de los resultados obtenidos en la investigación es necesaria una propuesta que dé solución al problema planteado porque se requiere mejorar la Comunicación Interpersonal en la Institución por medio de una utilización adecuada de las redes sociales, en donde se convierta en una herramienta capaz de ayudar a los estudiantes para una mejor integración y participación activa con el grupo dentro y fuera del aula.

La propuesta nació ante la necesidad de que en las Instituciones Educativas ya mencionadas exista relaciones sociales más intrínsecas entre compañeros, que exista una mejor socialización y que se identifique a las redes sociales como una herramienta encaminada a la investigación, dentro del sistema educativo.

Esta idea, impulsó a realizar esta propuesta, para proponer una solución de forma definitiva que permita el mejor desarrollo de la Comunicación interpersonal y que se establezcan lazos de amistad dentro de los diferentes cursos en base a la integración recíproca como resultado de un desarrollo comunicativo interpersonal adecuado en ambientes propios para el desarrollo educativo.

Al ser una propuesta novedosa es necesario indagar, explorar, analizar, hacer un sondeo de cuan necesaria es la creación de dicho Plan Educativo, entendiéndose de esta manera que las redes sociales se conviertan en un vínculo positivo para el desarrollo social y afectivo entre los compañeros de aula en pos de una mejor Comunicación Interpersonal y por ende un ambiente de trabajo adecuado.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Elaborar un plan Educativo en base a la utilización adecuada de las redes sociales para mejorar la Comunicación Interpersonal en los estudiantes de las Unidades Educativas Ambato e Hispano América de la ciudad de Ambato.

## **Objetivos Específicos**

- Establecer los métodos adecuados de Integración en las Instituciones con actividades deportivas como la práctica de rumba-terapia o la participación del estudiantado en el Club de Periodismo.
- Fomentar la vinculación interpersonal estableciendo grupos de trabajo
- Capacitar a los docentes sobre Comunicación Educativa.
- Implementar una campaña por medio de los diferentes canales informativos dentro de las Instituciones.

**Cuadro 26: Análisis de Factibilidad. Matriz de Involucrados**

<b>GRUPOS</b>	<b>INTERESES</b>	<b>PROBLEMAS PERCIBIDOS</b>	<b>RECURSOS Y MANDATOS</b>
<b>Estudiantes de los Colegios Hispano y Ambato</b>	Establecer mejores relaciones Interpersonales con los compañeros	Demasiado consumismo de las Redes Sociales	R: Instalaciones de las Instituciones M: Constitución política del Ecuador M: ley de Educación y Cultura M: Estatutos de las Instituciones Mencionadas
<b>Autoridades y Docentes</b>	Mejorar la Comunicación Interpersonal	Escasa Comunicación oral Malas relaciones entre los compañeros de los cursos	R: Instalaciones de las Instituciones M: Constitución política del Ecuador M: ley de Educación y Cultura M: Estatutos de las Instituciones M: Estatutos de FDT
<b>El núcleo familiar de los estudiantes</b>	Disminuir el consumo de redes sociales	Demasiado tiempo en redes sociales	M: Constitución del Ecuador

**Cuadro 27: Línea Base**

<b>LÍNEA BASE DEL PROYECTO:</b>		
<b>SECTOR</b>	<b>TIPO DE PROYECTO</b>	<b>INDICADOR</b>
Unidades Educativas Ambato e Hispano	De intervención porque es una propuesta nueva, factible, interesante y detalla que pretende crear un plan de Comunicación Educativa mejorando la comunicación Interpersonal	<p><b>VARIABLE EXTERNA</b></p> <p>El apoyo de las autoridades para el desarrollo educativo es esencial para el desarrollo del Proyecto</p> <p><b>VARIABLE INTERNA</b></p> <p><b>Economía</b></p> <p>Los estudiantes de las Instituciones son de clase media.</p> <p><b>Cultura</b></p> <p>Ambato se caracterizó por ser una de las ciudades con un alto nivel competitivo y que de acuerdo con la oferta cuando es buena las Instituciones son reconocidas a nivel Nacional y que mejor que las Institución tengan reconocimiento por la identidad y la solvencia que se percibe con sus estudiantes</p>

**IDENTIFICACIÓN Y CUANTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO**

**(BENEFICIARIOS):**

Los beneficiarios directos son estudiantes de las Unidades Educativas Hispano y Ambato.



## **Fundamentación Conceptual**

La propuesta se fundamenta en tres aspectos básicos que claramente se pueden identificar en los objetivos específicos, teniendo en cuenta esta premisa se explican de la siguiente manera.

### **La Comunicación Educativa**

#### **Plan**

Es un proceso orientado a encaminar todas las acciones necesarias para cumplir los objetivos en el desarrollo de cualquier actividad haciendo uso óptimo de los recursos disponibles a fin de dar solución a problemas sociales. De la misma manera se debe tomar en cuenta que la capacitación dentro del Plan es esencial en el proceso.

#### **Capacitación**

Es el conjunto de procesos organizados, relativos tanto a la educación no formal como a la informal al eficaz desempeño del cargo y al desarrollo personal integral. Esta definición comprende los procesos de formación, entendidos como aquellos que tienen por objeto específico desarrollar y fortalecer una ética del servicio público.

La capacitación es un proceso, no son cursos aislados e independientes. Debe estar ceñida a las competencias laborales que haya definido la entidad, propendiendo por el crecimiento de la persona en el entorno laboral.

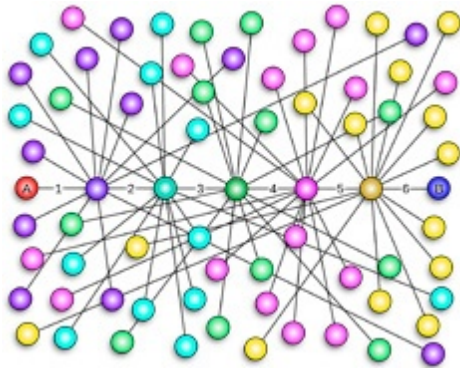
El contenido de la capacitación debe ser integral para complementar los conocimientos necesarios en la consolidación de las competencias laborales requeridas para el correcto ejercicio del cargo.

Teniendo en cuenta estas premisas la capacitación se convierte en una herramienta esencial para que las diferentes partes en las que se basa la Propuesta tengan los resultados requeridos y que sea factible su aplicación dentro de las Instituciones.

## Redes Sociales

Los humanos siempre se han relacionado por grupos: familiares, laborales, sentimentales, etc. En una red social los individuos están interconectados, interactúan y pueden tener más de un tipo de relación entre ellos. En la actualidad, el análisis de las Redes Sociales se ha convertido en un método de estudio en ciencias como la antropología o la sociología. Internet y las nuevas tecnologías favorecen el desarrollo y ampliación de las Redes Sociales.

### Seis grados de separación



La teoría de los seis grados de separación afirma que cada individuo del planeta está conectado con el resto. Esta relación se basa en una cadena de conocidos que no supera las 6 personas. Esta hipótesis ha intentado ser demostrada desde su origen a principios del siglo XX.

La teoría reza que cada individuo conoce a una media de 100 personas. Si estas 100 personas difunden un mensaje a todos sus conocidos podemos transmitir información a 10.000 individuos fácilmente. Con la llegada de internet y las redes sociales online la teoría de los seis grados de separación ha recobrado fuerza.

## Redes sociales en internet



Las redes sociales en internet son aplicaciones web que favorecen el contacto entre individuos. Estas personas pueden conocerse previamente o hacerlo a través de la red. Contactar a través de la red puede llevar a un conocimiento directo o, incluso, la formación de nuevas parejas.

Las redes sociales en internet se basan en los vínculos que hay entre sus usuarios. Existen varios tipos de redes sociales:

**1.- Redes sociales genéricas.** Son las más numerosas y conocidas. Las más extendidas en España son Facebook, Tuenti, Google +, Twitter o Myspace.

**2.- Redes sociales profesionales.** Sus miembros están relacionados laboralmente. Pueden servir para conectar compañeros o para la búsqueda de trabajo. Las más conocidas son LinkedIn, Xing y Viadeo.

**3.- Redes sociales verticales o temáticas.** Están basadas en un tema concreto. Pueden relacionar personas con el mismo hobby, la misma actividad o el mismo rol. La más famosa es Flickr.

La comunicación interpersonal es el nivel donde se produce la relación humana directa con mayor intensidad y es el más efectivo en la comunicación humana. La comunicación interpersonal es un indicador del funcionamiento de las relaciones interpersonales.

La comunicación interpersonal expone a las personas a contactos directos entre los ejecutantes (ejecutores) que se interrelacionan, enriquecen y crean nuevas relaciones y vínculos a través de su propia personalidad.

En el proceso de la comunicación interpersonal las personas operan de un modo activo, cada cual reflexiona, valora, expresa, tanto verbal como extraverbalmente sus pensamientos, ideas, estados emocionales, experiencias y vivencias personales.

### **Comunicación Interpersonal**

La comunicación interpersonal utiliza tres canales o vías: verbal, vocal y visual. La comunicación interpersonal en el nivel de las relaciones se logra con los cinco sentidos: oído, vista, tacto, olfato y gusto; siendo los puntos de contacto con el mundo exterior. La comunicación interpersonal se logra sin medios técnicos o con muy poca tecnología.

### **Conceptos y características de comunicación interpersonal**

La comunicación interpersonal se concreta con la forma que hoy se conoce como conversación cara a cara.

Varios autores definen la comunicación interpersonal como:

*“Una interacción que tiene lugar en forma directa entre dos o más personas físicamente próximas y en la que pueden utilizarse los cinco sentidos con retroalimentación inmediata”.*

*“Es una interacción que implica intercambio de información verbal y no verbal entre dos o más participantes en un contexto cara a cara”.*

*“Es una forma de relación interpersonal que comprende el intercambio de información sobre la realidad. Implica la organización de la interacción entre las personas, la transmisión de experiencias y la aparición y satisfacción de necesidades espirituales”*

Todas estas definiciones tienen las características siguientes:

- Interrelación entre fuente y receptor,
- Las personas que intervienen son participantes activos,
- Es un intercambio directo, cara a cara,
- Existe un intercambio verbal y no verbal,
- Diálogo entre dos o más sujetos,
- Secuencia de acción y reacción. Retroalimentación,
- Representan un rol socialmente reconocido, expresándose como personas,
- Es un espacio para contenidos subjetivos: opiniones, sentimientos, motivaciones deseos y objetivos (conocimientos, datos),
- Poco grado de reglamentación en las frecuencias, formas y contenidos de los mensajes y,
- Escasa mediación tecnológica o no tiene en cuenta medios técnicos.

***La comunicación interpersonal es una interacción social entre personas en la cual se forman, construyen, desarrollan y realizan las relaciones interpersonales.***

**Cuadro 28: Fundamentación (Matriz de Marco Lógico)**

<b>RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS</b>	<b>INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE</b>	<b>FUENTES DE VERIFICACIÓN</b>	<b>SUPUESTOS DE SUSTENTABILIDAD</b>
<p><b>Fin</b>                      Crear un Plan de Comunicación Educativa mejorando las relaciones Interpersonales</p>	<p>Todos los miembros de las Instituciones participan del Plan de Comunicación Educativa mejorando las relaciones Interpersonales</p>	<p>Registros de asistencia                      Cronograma del plan</p>	<p>Apoyo del Ministerio del Educación                      Apoyo de la Universidad Técnica de Ambato</p>
<p><b>PROPÓSITO (Objetivo General)</b>                      Mejorar la Comunicación Interpersonal por medio de un plan Educativo en base a la utilización adecuada de las Redes Sociales.</p>	<p>Hasta el 2013 el 60% de los miembros de la Institución mejorarán la Comunicación Interpersonal por medio de un plan de Comunicación Educativa en base a la utilización adecuada de las Redes Sociales</p>	<p>Cronograma de Actividades                      Registros de Asistencia</p>	<p>Apoyo de la Universidad Técnica de Ambato</p>
<p><b>COMPONENTES</b>  <b>Establecer los métodos más adecuados de Integración en las Instituciones</b>  <b>Fomentar la vinculación interpersonal estableciendo grupos de trabajo</b>  <b>Capacitar a los docentes sobre Comunicación Educativa.</b>  <b>Implementar una campaña por medio de los diferentes canales informativos dentro de las Instituciones.</b></p>	<p>El 60% de los miembros las Instituciones Educativas con conocimientos en Comunicación Educativa aplican el plan para mejorar la Comunicación Interpersonal el 2013.</p>	<p>Lista de asistencia                      Encuestas                      Datos estadísticos</p>	<p>Apoyo del Ministerio del Deporte</p>
<p><b>ACTIVIDADES</b>                      Se detallan a continuación:</p>	<p>Costo por actividad</p>		

**Cuadro 29: Componentes y Actividades que se desarrollan en cada una de las fases de la propuesta**

<b>COMPONENTE</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<p><b>Componente 1:</b></p> <p><b>Establecer los métodos más adecuados de Integración en las Instituciones</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de los métodos de Comunicación Educativa que se pueden implementar</li> <li>• Charlas de capacitación con los miembros de la Institución sobre Comunicación Educativa.</li> <li>• Propuesta sobre los procesos de Comunicación Educativa que se pueden realizar en las Instituciones.</li> <li>• Propuesta para las actividades que se realizarán para integrar a los estudiantes.</li> <li>• Propuesta para la realización de convivencias entre los miembros de la Institución.</li> <li>• Visitas constantes de las autoridades a los diferentes cursos.</li> <li>• Socialización de las diferentes propuestas a con las autoridades de las Instituciones</li> <li>• Difusión y aplicación de las diferentes actividades .</li> <li>• Evaluación del primer componente</li> </ul>
<b>Costo por actividad</b>	dólares
<b>Fuentes de Verificación</b>	Lista de asistencia de las actividades a desarrollarse
<b>Supuesto de sustentabilidad</b>	Apoyo de las Autoridades de la Universidad Técnica de Ambato

<b>COMPONENTES</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<p><b>Componente 2:</b></p> <p><b>Fomentar la vinculación interpersonal estableciendo grupos de trabajo</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización de conferencias sobre vinculación y Comunicación Interpersonal</li> <li>• Organización de un cronograma de actividades de integración con los diferentes grupos de trabajo.</li> <li>• Realización de convivencias en diferentes lugares.</li> <li>• Establecimiento de los objetivos para la realización del plan</li> <li>• Realización de una retroalimentación con los miembros de la Institución.</li> <li>• Presentación de los resultados de las diferentes actividades.</li> <li>• Evaluación.</li> </ul>
<b>Costo por componente</b>	dólares
<b>Fuentes de Verificación</b>	Lista de asistencia, fotografías de las convivencias, fichas de evaluación.
<b>Supuesto de Sustentabilidad</b>	Apoyo en logística de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales

<b>COMPONENTES</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<p><b>Componente 3:</b></p> <p><b>Capacitar a los docentes sobre Comunicación Educativa.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización de pruebas diagnosticas a los docentes de las Instituciones</li> <li>• Elaboración de los contenidos sobre Comunicación Educativa</li> <li>• Charlas con los estudiantes sobre Comunicación Educativa</li> <li>• Identificación de los principales problemas de inter relación entre los compañeros en los diferentes cursos.</li> <li>• Establecer reglas sobre la utilización de las redes sociales</li> <li>• Charlas de capacitación a los estudiantes sobre Comunicación Educativa, desarrollo e integración.</li> <li>• Establecer qué es la Comunicación interpersonal</li> <li>• Realizar diagnósticos con las autoridades</li> <li>• Socialización con los estudiantes sobre Comunicación interpersonal y Redes Sociales.</li> <li>• Establecer parámetros para la utilización de las redes sociales en las Instituciones.</li> <li>• Propuestas para mejorar la Comunicación Interpersonal</li> <li>• Participación activa con los estudiantes en foros de opinión.</li> <li>• Difusión de los resultados a las autoridades de la Institución</li> <li>• Propuesta comunicacional</li> <li>• Evaluación</li> </ul>
<b>Costo por actividad</b>	
<b>Fuentes de Verificación</b>	Lista de asistencia, videos, fotografías, propuesta comunicacional por escrito, fichas de evaluación
<b>Supuesto de Sustentabilidad</b>	Apoyo de la Universidad Técnica de Ambato

<b>COMPONENTES</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<p><b>Componente 4:</b></p> <p><b>Implementar una campaña por medio de los diferentes canales informativos dentro de las Instituciones.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización del cronograma de actividades para la difusión del plan de Comunicación Educativa</li> <li>• Difusión del plan con las principales autoridades de las Instituciones.</li> <li>• Difusión de los resultados de las diferentes actividades desarrolladas para mejorar las relaciones Interpersonales.</li> <li>• Creación de un spot publicitario radial para fortalecer la Comunicación Interpersonal en las Instituciones Educativas.</li> <li>• Difusión del plan en otros establecimientos educativos</li> <li>• Presentación de los resultados</li> <li>• Realización de encuestas</li> <li>• Evaluación.</li> </ul>
<b>Costo por actividad</b>	dólares
<b>Fuentes de Verificación</b>	Cronograma de actividades, spot publicitario, modelo de encuestas,
<b>Supuesto de Sustentabilidad</b>	Apoyo de las autoridades de la Universidad Técnica de Ambato



### **Momentos Metodológicos**

- **Diagnóstico:** Se recopilará la información necesaria con los miembros de la Institución, se realizará un marco histórico de localización, espacio, miembros de la Institución que ayudarán a establecer de forma clara y como es la Comunicación Interpersonal entre los estudiantes y como es esto afectado por la utilización inadecuada de las Redes Sociales.
- **Planificación:** Se utilizarán técnicas para preparar el plan, definición de metas objetivos, elaboración de los diferentes programas y actividades que junto a los miembros de la Institución promuevan la realización de forma óptima el de Comunicación Educativa
- **Ejecución:** Se aplicarán las operaciones y actividades propuestas en el Plan de Comunicación Educativa, con la participación de todas las personas que hacen las Unidades Educativas Hispano y Ambato.
- **Evaluación:** La Evaluación se la realizará antes durante y después de cada una de los componentes del Plan, con el objetivo de verificar si se están cumpliendo con las actividades propuestas y si hay errores poderlos corregir en el transcurso de la propuesta.

**Cuadro30: Estrategias de Monitoreo**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS/ACTIVIDADES SUBACTIVIDADES	TIEMPOS PROGRAMADOS Y PRESUPUESTOS				TIEMPO Y PRESUPUESTO DE EJECUCIÓN REAL				REQUERIMIENTO DE AJUSTES SI/NO	TIEMPO Y PRESUPUESTO FINALES (CON AJUSTES REQUERIDOS DE SER EL CASO)				FECHA INFORME FINAL
	DESDE	HASTA	# HORAS	TOTAL USD	DESDE	HASTA	# HORAS	TOTAL USD		DESDE	HASTA	# HORAS	TOTAL USD	
Componente 1: Los entrenadores se e Objetivo Específico 1 Capacitar a entrenadores														
Actividad 1.1														
Subactividad 1.1.1														
Subactividad 1.1.2														
Actividad 1.2														
Subactividad 1.2.1														
Subactividad 1.2.2														
Componente 2: Objetivo Específico 2														
Actividad 2.1														
Subactividad 2.1.1														
Subactividad 2.1.2														
Actividad 2.2														
Subactividad 2.2.1														
Subactividad 2.2.2														
TOTAL														
<b>HORARIO DE ACTIVIDADES PROPUESTO</b>				<b>HORARIO DE ACTIVIDADES EJECUTADO</b>				<b>HORARIO DE ACTIVIDADES FINALES</b>						
<b>DIAS:</b>		<b>HORAS:</b>		<b>DIAS:</b>		<b>HORAS:</b>		<b>DIAS:</b>		<b>HORAS:</b>				
F: _____ (TÍTULO. NOMBRE) TUTOR DEL PROYECTO				F: _____ (TÍTULO. NOMBRE) REPRESENTANTE LEGAL. ENTIDAD BENEFICIARIA				F: _____ (TÍTULO. NOMBRE) PROFESOR TUTOR FCHE						

**Cuadro31: Evaluación de los resultados**

RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	TIEMPO Y PRESUPUESTO DE EJECUCIÓN FINAL Y PRESUPUESTO				PRODUCTO S O RESULTAD OS ALCANZAD OS
		DESDE	HASTA	# HORAS	TOTAL USD	
<b>FIN:</b>						
<b>PROPÓSITO/ OBJETIVO GENERAL:</b>						
<b>COMPONENTE 1 OBJETIVO ESPECÍFICO 1:</b>						
<b>COMPONENTE 2 OBJETIVO ESPECÍFICO 2:</b>						
<b>COMPONENTE 3 OBJETIVO ESPECÍFICO 3:</b>						
<b>COMPONENTE 4 OBJETIVO ESPECÍFICO 4:</b>						
<b>VALORACIÓN FINAL:</b>						
<b>F:</b> _____ <b>(TÍTULO. NOMBRE)</b> <b>TUTOR DEL PROYECTO</b>		<b>F:</b> _____ _____ <b>(TÍTULO. NOMBRE)</b> <b>REPRESENTANTE LEGAL ENTIDAD BENEFICIARIA</b>			<b>F:</b> _____ _____ <b>(TÍTULO. NOMBRE)</b>	

**Cuadro 32: Evaluación de la propuesta**

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
<b>1. ¿Quiénes solicitan evaluar?</b>	<b>Las autoridades de las Unidades Educativas Ambato e Hispano</b>
<b>2. ¿Por qué evaluar?</b>	<b>Razones que justifican la evaluación</b> Porque se necesita conocer si la propuesta tiene aceptación y está solucionando la necesidad requerida
<b>3. ¿Para qué evaluar?</b>	<b>Objetivos del Plan de Evaluación</b> Verificar los procesos que se realizan durante la aplicación de la propuesta
<b>4. ¿Qué evaluar?</b>	<b>Aspectos a ser evaluados</b> Los procesos de Comunicación Interpersonal y la relación con las Redes Sociales.
<b>5. ¿Quién evalúa?</b>	<b>Personal encargado de evaluar</b>
<b>6. ¿Cuándo evaluar?</b>	<b>En periodos determinados de la propuesta</b> Al inicio de la aplicación durante y al final del mismo.
<b>7. ¿Cómo evaluar?</b>	<b>Proceso Metodológico</b> Mediante fichas de observación, videos, encuestas y entrevistas
<b>8. ¿Con que evaluar?</b>	<b>Recursos</b> Guía de observación, registros, cámara de fotos, boleta de encuesta y grilla de entrevista

## BIBLIOGRAFÍA

- AGUILERA. (2007). *Comunicaicón Empresarial, Plan Estratégico*. Madrid: Universidad de la Sabana.
- BALESTRINI, M. (2001). *Cómo se elabora el Proyecto de Investigación*. Caracas: Consultores Asociados .
- BARQUERO. (2005). *Comunicación Estratégico*. Madrid: McGraw Hill.
- BARTOLI, A. (1992). *Comunicaicón y Organización* . Barcelona: Pidos.
- BAVARESCO, A. (2003). *Proceso Metodológico en la Investigación*. Maracaibo: Universidad de Zulia.
- DAFT, R. (2005). *Teoría y Diseño Organizacional*. Argentina: Thomson .
- DEES, LUMPKIN. (2003). *Dirección Estratégica* . Madrid: Mcgraw Hill.
- FERNÁNDEZ, C. (2002). *La Comunicación en las Organizaciones* . México: Trillas.
- FERNÁNDEZ, E. (2001). *Comportamiento Organizacional* . México: Thompson Learning.
- GARRIDO, F. (2004). *Comunicación Estratégica* . Barcelona : Gestión 2000.
- GIBSON, Ivancevich, Donelly. (2001). *Las Organizaciones* . Chile: McGraw Hill.
- HERNÁNDEZ. (2000). *Metodología de la Investigación* . México: Mc.Graw Hill.
- HERNÁNDEZ, F. (2000). *Procesos de Comunicación y su influencia en la Gestión Gerencial* . Barquisimeto: Universidad Pedagógica Experimental, Estado Lara.

- HERNÁNDEZ, M. (2012). *Google*. Recuperado el Jueves de Febrero de 2013, de Google: [www.google.com](http://www.google.com)
- HOMS, R. (1998). *La Comunicación en la Empresa*. México: Iberoamérica.
- MÉNDEZ. (2002). *Investigación*. Colombia : Mc.Graw - Hill.
- MÉNDEZ, C. (2002). *Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación*. Colombia : McGraw - Hill.
- NEWSTRON, J. (2007). *Comportamiento Humano*. México : McGraw Hill.
- ONGALLO, C. (2007). *Manual de Comunicación*. Madrid: Dykinson.
- PÉREZ, R. (2001). *Comunicación Estratégica*. Madrid: Ariel.
- PERINAT, A. (2004). *Conocimiento y Educación Superior*. Barcelona: Paidós.
- PIZZOLANTE, I. (2001). *El Poder de la Comunicación Estratégica*. Caracas: Cec.
- RAMOS. (2004). *Protocolo*. Madrid: Universitas.
- ROMERO, M. (2000). *Comunicación Integral como Estrategia Gerencial*. Venezuela: Universidad Femín Toro.
- SLADRIGAS, H. (2005). Comunicación y Desarrollo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 12.
- TAMAYO, T. y. (2004). *El Proceso de Investigación Científica*. México: Noriega.
- VILLAFAÑE, J. (2001). *Dirección de Comunicación Empresarial*. México: Gestión 2000.

## LINKOGRAFIA

<http://www.slideshare.net/ucjc/generacin-20-2011-hbitos-de-usos-de-las-redes-sociales-en-los-adolescentes-de-espaa-y-amrica-latina>

- [http://es.wikipedia.org/wiki/Red\\_social](http://es.wikipedia.org/wiki/Red_social)
- <http://www.microsoft.com/business/es>
- [http://imaginar.org/docs/A\\_redes\\_sociales.pdf](http://imaginar.org/docs/A_redes_sociales.pdf)
- <http://www.10puntos.com/redes-sociales-mas-populares/>
- <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>
- <http://revista-redes.rediris.es/webredes/talleres/redes-sociales.pdf>
- <http://www.tallerd3.com/archives/1506>
  
- PUBLIC LIBRARY FOUNDATION 19. Internet Básico. Qué es Internet. año, 2008. www. google.com 2013. Disponible en: <http://bpcc.bpl.org/wp-content/uploads/2011/03/Internet-Basics-Curriculum-Spanish.pdf> (tomado 10 - 05 – 2013)
- ZAYAS Agüero, P.M.:(2010) La comunicación interpersonal, Edición electrónica gratuita. Texto completo en [www.eumed.net/libros/2010f/879/](http://www.eumed.net/libros/2010f/879/)
- [www.google.com](http://www.google.com)2013  
<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis73.pdf>( Tomado 05 – 05 – 2013)

## ANEXOS

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

#### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DE LOS COLEGIOS HISPANO Y AMBATO

**Objetivo.-** Determinar de qué manera las Redes Sociales influyen en la Comunicación Interpersonal.

- La encuesta es anónima
- Marque con una x la respuesta que usted prefiera

#### **Preguntas de Identificación**

1.- Edad.....

2.- Sexo:

3.- Institución .....

#### **Preguntas de Investigación:**

4.- ¿Sabes qué son las Redes Sociales?

Si ( ) No ( )

5.- ¿Eres parte de una red social?

Si ( ) No ( )



**6.- ¿Para qué utilizas las Redes Sociales?**

- Para estar en contacto con mis amigos ( )
- Para conocer gente nueva ( )
- Para contactar con amigos a los que hace tiempo que no veo ( )
- Para buscar información ( )
- Para hacer tareas ( )

**7.- ¿En qué red social tienes una cuenta?**

- Youtube ( )
- Facebook ( )
- Twitter ( )
- hi5 ( )
- Otras cual.....

**8.- ¿Con qué frecuencia utilizas las Redes Sociales?**

- Todos los días ( )
- Algunos días ( )
- Una vez a la semana ( )
- De vez en cuando ( )

**9.- ¿Aproximadamente cuánto tiempo pasas en las Redes Sociales?**

- 1 hora ( )
- 2 horas ( )
- más de dos horas ( )
- ninguna de la anteriores ( )

**10.-** ¿Por qué ocupas las Redes Sociales?

- Porque es entretenido ( )
- Porque me entero de muchas cosas ( )
- Porque todos lo usan ( )
- Para estar comunicado ( )
- Ninguna de las anteriores ( )

**11.-** ¿Las Redes Sociales te afectan en tus calificaciones?

- Si ( )
- No ( )
- A veces ( )

**12.-** ¿Prefiere utilizar las redes sociales que el diálogo con tus compañeros?

Si ( )                      No ( )

**13.-** ¿Qué elementos consideras que afectan la comunicación interpersonal en tu sala de clases?

- Inefectividad de los mensajes ( )
- Inefectividad de los canales de comunicación ( )
- Desacuerdos entre estudiantes ( )
- Utilización exagerada de las redes sociales ( )

**14.-** ¿Consideras que es más fácil relacionarte a través de las Redes Sociales que de manera personalizada.

- Siempre ( )
- Frecuentemente ( )
- A veces ( )
- Nunca ( )

**15.-** ¿Consideras necesario un plan de Comunicación que mejore las relaciones interpersonales en el aula?

Si ( )                      No ( )

**16.-** ¿Te gustaría ser parte del plan de Comunicación para mejorar las relaciones interpersonales?

Si ( )                      No ( )

**17.-** ¿Consideras que, con la pertenencia a una Red Social ha mejorado tus procesos comunicativos?

Si ( )                      No ( )

**18.-** ¿Consideras necesario un plan de Comunicación que mejore las relaciones interpersonales en el aula?

Si ( )                      No ( )

**19.-** ¿Te gustaría ser parte del plan de Comunicación para mejorar las relaciones interpersonales?

Si ( )                      No ( )