

UNIVERSIDAD DE CUENCA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

CURSO DE GRADUACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE FIN DE  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL 2009-2010

TEMA:

Diagnóstico del consumo de redes sociales en la  
Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca,  
durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010.

TRABAJO FINAL DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTOR:

XAVIER MACAS ENDERICA

DIRECTOR:

MGT. FERNANDO ORTIZ

Julio – 2010

CUENCA- ECUADOR



UNIVERSIDAD DE CUENCA

"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social  
de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

Las opiniones escritas en este trabajo de investigación  
son de responsabilidad exclusiva del autor.

---

Xavier Macas Enderica



UNIVERSIDAD DE CUENCA

"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social  
de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

### Agradecimientos

A Edith, mi esposa,  
a mis padres Oliva y Eduardo  
y a mis hermanos Monserrath y Gustavo  
por su apoyo en todo tiempo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social  
de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

#### Dedicatoria

a Edith mi esposa, por ser quien  
pinta mis sonrisas de color.



## Resumen

Con la paulatina masificación de Internet como medio de comunicación, nuevas formas para interrelacionarnos y comunicarnos han llegado a nosotros. Las redes sociales nos colocan en vitrinas públicas desde las cuales vemos a otros y nos ven. Además este sistema ofrece posibilidades para la enseñanza y el aprendizaje al interior de la Universidad, pero su aplicación con fines académicos dependerá de las proyecciones e iniciativas metodológicas que se den en la Universidad. En este punto de crecimiento, el presente estudio buscó conocer cuales son los usos que le dan a las redes sociales alumnos y profesores de la Escuela de Comunicación Social.

En primera instancia el lector podrá hacer un recorrido sobre el surgimiento de Internet como soporte para las redes sociales. En un segundo estadio se encontrará el análisis sobre el uso de redes sociales al interior de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca. En la parte final se colocaron conclusiones sobre la investigación.

**Índice**

<b>Capítulo I Internet como nuevo paradigma de comunicación</b>	8
1.1 Introducción	8
1.2 Reseña histórica de Internet	9
1.3 El Hipertexto	12
1.4 De la Web 1.0 a la Web 2.0	14
1.5 La Web 1.0	18
1.6 La Web 2.0	18
<b>Capítulo II Entendiendo a las Redes Sociales</b>	21
2.1 Génesis de las Redes Sociales	21
2.2 Concepto de redes sociales	23
2.3 Referentes históricos de redes sociales en Internet	25
2.4 Aplicación de las redes sociales en actividades académicas	27
<b>Capítulo III Diseño metodológico</b>	33
3.1 Diseño de la Investigación	33
3.2 Método	33
3.3 Población y Muestra	33
3.3.1 Población	33
3.3.2 Muestra	34
3.3.3. Variables	34
3.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	35
3.5 Técnicas de procesamiento e interpretación de datos	38
<b>Capítulo IV Informe final</b>	39
4.1 Triangulación de resultados	39
4.1.1 De los estudiantes	39
4.1.2 De los docentes	52
<b>Conclusiones</b>	61
<b>Bibliografía</b>	63



UNIVERSIDAD DE CUENCA

"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social  
de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

**Anexos**

64



## Introducción

El presente diagnóstico busca contextualizar el uso de las redes sociales al interior de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca. El floreciente uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, TIC, resulta un campo repleto de vertiginosos cambios que amasa simpatías y genera paulatinamente un número de detractores, pero al mismo tiempo abre oportunidades para la enseñanza y el aprendizaje.

Bajo la filosofía de *hazlo tu mismo Web 2.0* (que trabaja desde la horizontalidad de la comunicación) presenta a las redes sociales como una plataforma de trabajo flexible donde los usuarios tienen la posibilidad de ser productores de contenidos y también asumir el rol de consumidores de información. Este cambio de paradigma ha provocado también la posibilidad de interactuar con otros “pares” que comparten conocimientos, gustos, ocio, publicidad u opciones políticas, pues las redes sociales han permitido que las campañas presidenciales, como la de Barack Obama (2008) o la de Antanas Mockus (2010) tomen otro curso. Se espera que en los próximos 10 años las mejoras del Software den posibilidades compartir e integrar la información más fácilmente en lo que se denominará la **Web 3.0** o Web Semántica que “debería contribuir a que las computadoras conectadas a Internet puedan describir, suponer y en última instancia razonar, para darle al usuario los mejores resultados de búsqueda” (Cobo, Pardo, 2007: 143).



## Capítulo I

### Internet como nuevo paradigma de comunicación

#### Introducción

En 1993, a la edad de 14 años cursaba el tercer ciclo de secundaria, las autoridades del colegio inauguraron un moderno centro de cómputo donde los alumnos podríamos estudiar informática. Aquellas computadoras eran lo mejor que se podía comprar. Su gran problema era “no tener compatibilidad” con el sistema operativo MS DOS (de Microsoft) usado por la empresa IBM. Hasta terminar el colegio aquellas Macintosh de pantalla a blanco y negro se convirtieron en las “entrenadoras” de una nueva generación que caminaba hacia una sociedad informatizada.

En noviembre de ese mismo año, Bill Gates, dueño de la empresa informática Microsoft, sacaba a la luz Windows 3.11. Un año antes (1992) un joven Finlandés de 23 años llamado Linus Torvalds había desarrollado el núcleo (o Kernel) para un nuevo sistema operativo, al que le hacía falta el interfaz o la comunicación con el usuario. Para su suerte, desde 1984, cientos de entusiastas diseñadores de software de todo el mundo (que habían trabajado en red) diseñaron el interfaz para el usuario, al que denominaron GNU. Este era el engranaje que le hacía falta a Linus. Las dos propuestas se integraron dando a la luz un nuevo sistema operativo denominado Linux<sup>1</sup> por asuntos de posicionamiento de nombre.

Mientras tanto, fuera de ese círculo de software y producción de hardware mi generación se integró a una nueva categorización social denomina:’migrantes digitales’. Y somos migrantes digitales al no nacer con la informática en su forma doméstica, cuando el uso de las computadoras personales no estaba al alcance de todas las manos.

---

<sup>1</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/GNU/Linux> [...] “desde 1984, Richard Stallman y muchos voluntarios intentaban crear un sistema operativo libre con un funcionamiento similar al UNIX, recreando todos los componentes necesarios para tener un sistema operativo funcional. A comienzos de los años 90, unos seis años desde el inicio del proyecto, GNU tenía muchas herramientas importantes listas, como editores de texto, compiladores, depuradores, intérpretes de comandos de órdenes etc., excepto por el componente central: el núcleo. La primera distribución que incluyó el GNU en su nombre fue Yggdrasil en 1992, donde aparecía como Linux/GNU/X. La FSF denominó a este sistema "Linux" hasta al menos junio de 1994 y recién a partir de enero de 1995 empezó a llamarlo "GNU/Linux" (también GNU+Linux y lignux, términos que han caído en desuso a instancias del propio Stallman)”.



Cuando llegué a la Universidad del Azuay en 1996, Microsoft había lanzado un año antes su sistema operativo Windows 95. Y aunque la Internet nació en 1990, recién para 1997 dicho centro universitario brindó acceso a Internet en sus principales laboratorios de computación y se me otorgó una dirección de control electrónico, (13419@uazuay.edu.ec). Ésta fue mi primera huella digital en la Web. Un año más tarde abrí mi primera cuenta de e-mail gratuita en Hotmail (aplicación on line de la empresa Microsoft). Este nuevo medio ponía a nuestro alcance herramientas que acortaban distancias y facilitaban los procesos.

Una situación similar se dio en la Universidad de Cuenca en 1996, año en el que ya funcionaba la Red Académica de Internet, RAI. Como respuesta, muchos profesores tomaron cursos de actualización sobre el uso de correo electrónico e Internet, entre ellos estaba el Doctor Juan Martínez Borrero quien se mostró emocionado por que éste medio le permitía intercambiar documentos y no depender de una publicación en papel.

Desde mi primer contacto con las computadoras hace 17 años, los avances en materia informática han dado pasos gravitantes para el desarrollo tecnológico en todas las áreas donde el ser humano trabaja. El presente estudio hará apenas una navegación prospectiva para encontrar las preferencias de uso de las redes sociales sobre plataforma Web 2.0. Este sistema abre un abanico de posibilidades en las relaciones humanas y la comunicación. Dichos espacios virtuales representan para los comunicadores grandes posibilidades de trabajo y en la Universidad un campo de acción pedagógico interactivo, que abre otra puerta para las futuras generaciones. Sin embargo, comparto la idea de que el aporte de la informática no es la panacea que solucionará las deficiencias en la educación, pero sí permite opciones para mejorar las herramientas de enseñanza.

## 1.2 Reseña histórica de Internet

Resulta difícil pensar que hace solo dos décadas atrás la Internet emergió como un nuevo medio de comunicación. Ahora trabajar en Internet es tan normal y muchos de nosotros no imaginamos las comunicaciones sin este medio. Varias piezas se engranaron y acoplaron para que Internet escale al sitio que hoy domina. Pero el interés



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 del presente estudio no es analizar cada elemento de manera histórica (puesto que existe abundante información sobre la evolución de este medio de comunicación al que puede acceder el lector), sino preparar el terreno para entender a Internet como el soporte sobre el cual trabajan las redes sociales, por eso es necesario un poco de historia.

Originalmente Internet tuvo algunos antecesores, la mayoría enmarcados en la defensa militar de Estados Unidos. La idea era comunicar rápidamente sistemas informáticos con los cuales se alertara sobre posibles vulneraciones en la seguridad. En 1969 el Departamento de Defensa de este país estableció la Agencia de Proyectos de investigación Avanzada (Advanced Research Projects Agency) ARPA, quien siete años más tarde (1969) a través de una dependencia llamada la Oficina de Técnicas de Procesamiento de Información, estableció un proyecto denominado ARPANET con el cual se esperaba crear el sistema de comunicación militar. Tres años más tarde (1972) en una demostración durante un congreso internacional en Washington DC, el sistema fue presentado. (Castells, 2001: 23-24)

Pero era necesario "conseguir que los ordenadores se interconectaran y para ello se establecieron protocolos de comunicación estandarizados que fueron creados parcialmente en 1973 y se denominaron Protocolos de Control de Transmisión (TCP: Transmisión Control Protocol). En 1978 Vint Cerf, (de la Universidad de Stanford), junto con Postel y Cohen, que trabajaban en la University of Southern California, dividieron el TCP en dos partes y añadieron el Protocolo Interredes (IP) dando paso al protocolo TCP/IP estándar sobre el que aún opera Internet.

ARPANET se convirtió en ARPA-INTERNET y luego en Estados Unidos se crearon dos redes informáticas más:

- MIL-NET destinada a funciones militares (1983).
- NSFNET, de la Fundación Nacional para la Ciencia que se convirtió en la primera red informática de comunicaciones (1984), quien usaba a ARPA-INTERNET como eje troncal.

Para febrero de 1990, ARPANET era tecnológicamente obsoleta y el pentágono encargó la gestión de Internet a la Fundación Nacional de Ciencia, NSF, de EE.UU. quien duró poco en el control, pues decidió privatizar el sistema. Ese mismo año, la mayor parte de



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 los ordenadores de EE.UU. tenían la capacidad de interconexión facilitando la propagación de la red a nivel domiciliario.

En 1995 se cerró la NSFNET y el Internet pasó a ser privado. Para esa época ya existían redes privadas que proveían conectividad con Internet. A partir de ese momento, Internet comenzó a desarrollarse rápidamente, como una red global de redes informáticas, desarrollo propiciado por el diseño original de ARPANET, basado en una arquitectura descentralizada de varias capas y protocolos abiertos de comunicación. (Castells, 2001: 24)

Sin embargo, otros esfuerzos se desarrollaron de forma paralela a las redes militares de Estados Unidos. En 1977 dos estudiantes de Chicago, Ward Chistensen y Randdy Duess, crearon un software llamado MODEM que permitía interconectar dos conmutadoras y transmitir datos en 'paquetes'. Un año más tarde en 1978 Tom Jennigs, un programador que en ese entonces trabajaba en California, creó su propio programa Buletín Borrad Systems, BBS, FIDO, y puso en marcha una red de BBS, FIDONET.

En 1981, Ira Fuchs en la Universidad de la Ciudad de Nueva York (City University of New York) y Gireydon Freeman en la Universidad de Yale, iniciaron una red experimental basada en el protocolo IBM RJE, construyendo así una red para usuarios IBM, ubicados principalmente en universidades, que se llamó BITNET y recibió la ayuda de IBM hasta 1986.

Pero lo que hizo posible que Internet abarcara a todo el planeta fue el World Wide Web. Esta es una aplicación para compartir información desarrollada en 1990 por un programador inglés llamado, Tim Barners-Lee, empleado en CERN (Centro de Investigación de Física de Alta Energía con base en Ginebra). Aunque él mismo no era consciente de ello, su trabajo estaba en consonancia con una larga tradición de ideas y proyectos técnicos llevados a cabo a lo largo de los cincuenta años precedentes, con la idea de enlazar entre sí diversas fuentes de información mediante un sistema interactivo de computación. Barners-Lee perfeccionó un programa llamado Enquire que había ideado en 1980 y elaboró el software que permitía sacar e introducir información en cualquier ordenador conectado a través de Internet (HTTP, HTML y URI,



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 posteriormente denominado URL). En colaboración con Robert Cailliau, construyeron su programa navegador - editor en diciembre de 1990 y dieron el nombre de World Wide Web, WWW, a este sistema de hipertexto.

CERN divulgó en la red el software para el browser WWW en agosto de 1991. Una serie de hackers de todo el mundo comenzaron a desarrollar sus propios navegadores, basándose en el trabajo de Barners–Lee. (Castells, 2001: 28-29)

### 1.3 El hipertexto

Antes de toda la ingeniería informática desplegada para la implementación de Internet (diseño, creación de software y hardware), una ambiciosa visión dio el primer paso en la concepción de este medio de comunicación: el hipertexto. Al parecer la hipertextualidad y su posterior posicionamiento en las manos de los usuarios a través de sus computadoras y de Internet permitieron que la convivencia con los sistemas informáticos se expanda exponencialmente.

En 1945 el inventor y científico norteamericano Vannevar Bush concibió la idea de un sistema inteligente que se alimentaba de la información de todos los centros donde existieran libros o archivos con conocimiento humano. La idea era que dichos documentos se interconecten al pasar por las manos de investigadores y lectores. Estos debían acceder al sistema de información cuyo soporte de registro eran los microfilms. Al crear una consulta generaban '*enlaces*' de interconexión de tipo mecánico a través de teclados y palancas, lo que a su vez permitía a diferentes investigadores generar nuevos enlaces con otros documentos relacionados con el tema investigado. Aquel sistema imaginado por Bush fue bautizado como Memory Extender, Memex, pero la idea resultaba tan costosa y compleja que aún para nuestra época crear un sistema mecánico de vinculación dinámica resulta sumamente difícil.

Sin embargo, veinte años más tarde (1965) Ted Nelson filósofo, sociólogo y pionero de la tecnología de la información estadounidense desempolvó la idea de Memex y creó el término hipertexto (aunque la palabra se quedó en manos de un selecto grupo



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 académico). Nelson al igual que Bush pensaban que la razón de existir de las máquinas es ayudarnos a recordar y a trabajar en función de relacionar ideas y conocimiento de tal forma que se pudiera crear una inmensa red de nodos con el fin de enlazar documentos de todo el mundo y de todos los tiempos.

Para Nelson la cultura escrita constituye un conjunto complejo en el cual cada texto está conectado a los demás de forma implícita o explícita. Se trata de fundar un universo informativo global y horizontal, *el docuvrese* (docuverso), donde los textos en él contenidos se racionarán gracias a unos enlaces que permitirán navegar entre los documentos y hacer explícitas las relaciones semánticas que existen entre ellos. Con el docuverso el usuario podría asumir el papel activo añadiendo enlaces nuevos, contribuyendo así el mantenimiento de la inmensa red que constituye la cultura. (Vianello, 2004:75, 76)

La idea más ambiciosa del hipertexto era conectar el conocimiento disperso en todo el mundo, en diversas áreas. El hipertexto ha gozado de gran impulso tecnológico a lo largo de 65 años (1945 – 2010). Hoy por hoy es un elemento vitalizador para relación con la Internet, la informática doméstica o software de alta ingeniería u otra infinidad de aplicaciones. Toda esta hiperacción usuario- sistema ha tomado nuevos niveles. Originalmente el texto escrito o las imágenes eran los únicos elementos hipervinculables, pero con el mejoramiento de la técnica para la producción multimedia (gracias al desarrollo de nuevas plataformas informáticas) personas sin mucho conocimiento técnico pueden crear sus productos de audio, video o animación e incluso puedan compartirlos en la red, permitiendo nuevamente que el hipertexto se “actualice” y aporte significativamente a las nuevas necesidades de los usuarios.

Las posibilidades que se nos presenta son de múltiples ‘mezclas’ a través de un abanico más extenso. Los textos que son reforzados a través del audio y el video o viceversa. A esta nueva característica vinculante se la ha denominado *hipermedia*. Es necesario indicar que cada uno de estos elementos hipervinculables son unidades autónomas de información y se los denomina nodos. Los españoles Sebastián Caridad del Centro de Estudios Ramón Arces, y P. Moscoso de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez manifiestan que “estos se pueden definir como toda parte informativa susceptible de ser



“Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 asociada mediante un enlace o vínculo” (Vianello, 2004: 89, 90) la ramificación del nodo (entendiéndose al nodo como la unidad de información) puede ser ilimitada, este concepto resultará clave más adelante cuando hablemos de redes sociales.

#### 1.4 De la Web 1.0 a la Web 2.0

Los antecesores de Internet (ARPANET o ARPA-INTERNET) cumplieron necesidades militares de Estados Unidos, a finales de los años 70. Su apertura paulatina al resto del mundo se forjó desde los años 80 y en 1990 el inglés Tim Berners Lee creó los parámetros de compatibilidad informáticos para la accesibilidad a la World Wide Web (La Internet). La idea original permitía al usuario operar entorno a un sistema abierto de comunicación de ida y vuelta entre usuarios, algo que no se vio en esa dimensión hasta la llegada de la Web 2.0 una década después (fenómeno del que hablaremos luego).

El Ecuador se incorporó a Internet a mediados de 1990. El acceso inicial estuvo en manos de un sector de la población muy específico: universidades, entidades o personas con recursos económicos. Para saber que es la Web 1.0 es necesario conocer brevemente cual fue la forma en que se operó el Internet en la década del 90, y para ello describiremos tres períodos de esta reciente historia.

El **primer** hito importante en la Internet fue la aparición de los navegadores Mosaic (fue el segundo navegador gráfico de Internet. Su código fuente fue adquirido por Microsoft<sup>2</sup>) y Netscape (creado en 1993 y actualmente desaparecido, pues su código fuente se fusionó para convertirse actualmente en Mozilla Fire Fox<sup>3</sup>). Estos software aportaron herramientas informáticas útiles con las cuales los usuarios de Internet pudieran viajar de manera más sencilla en la World Wide Web.

A pesar de que Netscape luchó algunos años contra el monopolio de Microsoft y su navegador Internet Explorer. La batalla finalmente fue ganada por Microsoft (aunque en el 2010 la Unión Europea ordenó a Microsoft no instalar predeterminadamente Internet

<sup>2</sup> “Mosaic”, Internet. <http://es.wikipedia.org/wiki/Mosaic>, Acceso: 25 mayo 2010

<sup>3</sup> “Netscape Navigator”, Internet. [http://es.wikipedia.org/wiki/Netscape\\_Navigator](http://es.wikipedia.org/wiki/Netscape_Navigator), Acceso: 25 mayo 2010



UNIVERSIDAD DE CUENCA

"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 Explorer en las computadoras de los usuarios, sino que sea el consumidor quien decida que programa utilizar).

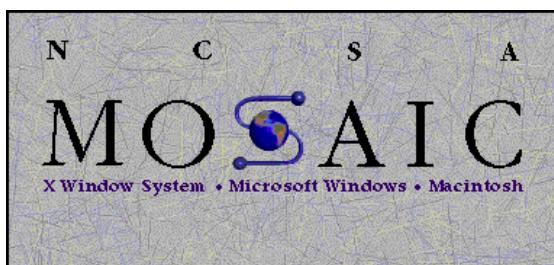


Figura 1. Isologotipo de MOSAIC, creado en 1993 por el CERN y el NCSA (National Center for Supercomputing Applications).



Figura 3. Isologotipo de Internet Explorer, programa de Microsoft diseñado en 1995 para el Sistema Operativo Windows y que fue desarrollado sobre el código fuente de MOSAIC.



Figura 2. Isologotipo de Netscape Navigator, creado en 1994 por Marc Andreessen, quien participó del desarrollo de Mosaic, cuando trabajaba para el NCSA.



Figura 4. Símbolo de Mozilla, programa creado en el 2003 bajo el código fuente de Netscape 4.7, esta software pertenece a la Corporación Mozilla.

El **segundo** hito en Internet se sitúa en enero de 1994 con la aparición del primer motor de búsqueda de la *red*. Sus creadores, dos jóvenes estudiantes de postgrado de la Universidad de Stanford, Jerry Yang y David Filo llamaron a su servicio **Yahoo! Inc.**



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 Filo había descubierto la existencia del navegador Mosaic poco después de que éste apareciera en la Web, él y Yang usaron este software, para llevar un registro de todas las páginas que visitaban. Esta información era organizada por temas y se publicaba en la Web en un portal llamado 'Vía rápida de Jerry a Mosaic'.

La principal fortaleza del directorio en expansión de Yang y Filo consistía en que nadie más había compilado un directorio virtual. El secreto de su posterior éxito residió en haberlo creado en el momento preciso. Un par de años antes, simplemente no había muchas cosas en la Web como para tener que clasificarlas, un par de años después, seguramente Microsoft hubiera querido intervenir. Yang y Filo se iniciaron en el momento justo cuando el navegador Mosaic comenzaba a despegar. Actualmente Yahoo! ofrece servicios de: correo, messenger, grupos, juegos, compras, subastas, etc.

El **tercer** hito se sitúa en 1999. Quienes habíamos navegado en Internet estábamos adaptados a un modelo impuesto (un paradigma, una mecánica de trabajo), hablando en términos de comunicación no había un retorno –*una respuesta* – adecuado a toda la información recibida por los usuarios. Ese año un joven de 19 años llamado Shawn Fanning junto a Sean Parker, sacaron a la luz en Internet su software llamado Napster en Junio de 1999. Así nació la tecnología Peer to Peer, P2P.

Este software al que sus creadores llamaron Napster permitía conectar directamente computadoras entre sí y compartir música codificada en formato digital mp3. La mayoría de usuarios del sistema eran menores de 25 años, y el programa tenía la virtud de realizar una búsqueda al interior de las computadoras conectadas a través del Internet. Los usuarios conectados solo debían digitar el nombre de su artista o canción favorita y recibían la versión digital de la canción.

Para el año 2000 Napster contaba con 20 millones de usuarios y se convirtió en una 'grave' amenaza al copyright – derechos de autor – de los músicos y las casas disqueras (BGM, SONY, Virgin, etc.) quienes en conjunto iniciaron acciones legales en contra de Fanning. Ese mismo año, el grupo musical Metallica demandó a Napster y en una respuesta inmediata dicha empresa bloqueó a 300,000 usuarios que habían descargado música de este conjunto de *heavy metal*.

Las demandas siguieron ahogando a Napster y a inicios del 2001 la Corte de Apelaciones de EEUU los obliga a poner fin al intercambio de canciones con derecho de autor. Finalmente Napster deja de funcionar y acuerda pagar 26 millones de dólares a las discografías cuando pueda relanzar el servicio como portal de pago. En el 2002, la empresa quiebra y en noviembre de ese mismo año, Roxio compra la marca por 5.1 millones de dólares y anuncia la creación de un nuevo servicio de pago para el siguiente año.

Según el escritor norteamericano y consultor de los efectos económicos de las tecnologías de Internet Clys Shirky "la arquitectura de Internet ha provocado la más grande transferencia de poder de las organizaciones a los individuos jamás vista en la historia. Se trata solo del comienzo. La destrucción hecha por Napster de las limitaciones de los servidores muestra cuan pasajeros pueden ser los obstáculos". (Piscitelli, 2001: 207, 231)



Figura 5: Isologo de Napster, programa creado por Shawn Fanning junto a Sean Parker en 1999. Este software fue el precursor de la tecnología Peer to Peer, P2P.

Aunque Napster no inventó nada y solo aplicó de manera más personal la lógica con la que originalmente se había diseñado Internet (lo que tengo te comparto y lo que tú



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 tienes me lo compartes), la idea provocó la reingeniería de este medio, y convirtió a los usuarios de receptores pasivos de información, en participantes activos que anunciaban sus gustos, compartían sus posesiones más queridas y hablaban sobre sus grandes pasiones. Adelantándose 20 años a lo que hoy conocemos como Web 2.0 (la web de libertades para el usuario) en 1980 el futurólogo norteamericano Alvin Toffler creó un nuevo término: Prosumer (una hibridación del Inglés que une dos palabras Producer and Consumer, en español sería Prosumidor: Productor y Consumidor). Este término convierte al usuario en un potencial productor de contenidos y a la vez tiene la capacidad de consumir sus propios productos o los de otros usuarios.

Así el sistema Peer to Peer, (P2P o Par a Par) fue la antesala de la interacción horizontal y pilar para el nacimiento de los nuevos prosumidores, quienes se conectaron directamente entre sí a través de Internet y sus computadoras formando grupos y colaborando para que su sistema no sea filtrado por sistemas centralizados. (Piscitelli, 2001: 221)

## 1.5 La Web 1.0

La Web 1.0 es una plataforma en la que un difusor o generador (webmaster) coloca sus contenidos (servicios, negocios, institucionales, etc.) sin que el receptor tenga participación abierta y sin opción de gratuidad para publicación de contenidos o servicios.

Con ese muro (*limitaciones para la interacción*) y con experiencias como las de Napster, rápidamente se propagaron ideas que permitirían una flexibilización del Internet, así se generó una nueva modalidad del mercado en la Red. Napster y su sistema de pares P2P permitiendo la propagación de la filosofía ‘share’ (compartir en castellano) reforzada por la idea de ‘hazlo tú mismo’.

## 1.6 La Web 2.0

Como si se tratara de una versión de un programa informático el término Web 2.0 fue acuñado en el año 2004 para darle cierta novedad a la forma en la que Internet había



“Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 empezado desde el año 1999. Mirando la Web desde el mundo de los negocios diríamos que al usuario se le dotó de “cierto poder”, como lo hicieron las empresas Amazon.com y Ebay.com (sobrevivientes del desastre financiero Punto-Com) quienes permitían al usuario tener un servicio a la carta donde tenía cierto poder de decisión.

En esa época la palabra compartir *–share* – tomó otro sentido con la aparición de Napster en 1999, Wikipedia y Blogger en el año 2001 (por citar tres ejemplos). Éstas y otras alternativas digitales cambiaron el panorama de Internet. Dale Dougherty quien trabajaba para O'Reilly Media (actualmente una empresa editorial estadounidense) y junto a un equipo multidisciplinario analizaban en el 2004, el estallido de la burbuja tecnológica del otoño de 2001 (donde cientos de empresas Punto\_Com fueron a una hoguera masiva) y la situación que vivía la Web en aquel momento. Denominaron a esta tendencia de Internet Web 2.0.

El análisis de O'Reilly Media indicaba que lejos de una crisis la Web se renovaba con diversas aplicaciones on line y la red salía a flote. Así nació el término Web 2.0. Dougherty sugirió que la Web estaba en un renacimiento, con reglas que cambiaban y modelos de negocio que evolucionaban.

“Dougherty puso ejemplos como ‘DoubleClick era la Web 1.0; Google AdSense es la Web 2.0. Ofoto es Web 1.0; Flickr es Web 2.0’ en lugar de definiciones, y reclutó a John Battelle para dar una perspectiva empresarial, y O'Reilly Media, Battelle, y MediaLive lanzaron su primera conferencia sobre la Web 2.0 en octubre de 2004, fecha donde se usó por primera vez este término”<sup>4</sup>.

Bajo la plataforma Web 2.0 y siguiendo el ejemplo de Napster, Youtube empezó a publicar videos (el gigante Google compró la novel empresa por más de 1.650 millones de dólares). Chad Hurley Cofundador y Director ejecutivo de Youtube.com cree que los grandes imperios de medios masivos realmente no están preocupados por la publicación ‘ilegal’ de sus contenidos, sino por la capacidad de la gente de disfrutar viéndose a sí misma a través de sus propios videos. Para Hurley la dinámica de la Internet es

---

<sup>4</sup> “Web 2.0”, Internet. [http://es.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](http://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0) Acceso: 25 mayo 2010



“Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 “conectar individuos, o de conectar a los individuos con la información”.<sup>5</sup> Tal vez el aporte más grande de Youtube es haber abierto una plataforma donde los usuarios pueda expresar su creatividad y satisfacer su vanidad.

“Hoy existe un entorno virtual de convivencia entre aplicaciones estándares con escasa interactividad y otras de escritura colaborativa. Pero la Web en su conjunto empieza a dibujar un nuevo escenario de contenidos y meta-information en plena transformación hacia los principios de la Web 2.0”. (Cobo, Pardo, 2007: 27)

---

<sup>5</sup> Documental “La historia de Internet”, Televisión, Presentado por John Heidelmann, Producer by Oxford Cintific Films For Discovery Chanel, 1 Octubre 2008.



## Capítulo II

### Entendiendo a las Redes Sociales

#### 2.1 Génesis

Hablar de redes sociales en su esencia conceptual o teórica resulta denso, algunas explicaciones se fundan a través de conceptos matemáticos y estadísticos que podrían dificultar un entendimiento didáctico del tema. Pero en esta sección trataremos de explicar lo esencial.

Es innegable que el término redes sociales tiene una connotación humana pues ya sea por el poder burocrático, espiritual o cualquier otro tipo de ordenamiento social, la humanidad se ha sometido a estas relaciones donde la comunicación presenta un modelo vertical. De manera permanente el individuo se subyuga en una sociedad dependiente de una red superior de poder que determina todo lo que debemos o no debemos hacer o comunicar. Manuel Castells en su libro: *La Sociedad red: Una Visión Global*, expone que:

...la superioridad histórica de las organizaciones verticales jerárquicas sobre las redes se debe a que las organizaciones sociales en red tenían límites materiales que vencer, fundamentalmente en relación con la tecnología disponible”[...] “La capacidad de las redes para introducir nuevos actores y nuevos contenidos en el proceso del servicio social, con relativa independencia de los centros de poder, se incrementó a lo largo del tiempo con el cambio tecnológico, y más concretamente con la evolución de las tendencias de la comunicación. Esto fue así especialmente cuando surgió la posibilidad de utilizar la red de energía distribuida que caracterizó el nacimiento de la Revolución Industrial: los ferrocarriles, los trasatlánticos, el telégrafo fueron la primera infraestructura de una red quasi global con capacidad para auto configurarse (Castells, 2004: 29,30).

Castells explica que la gran debilidad de la red de energía eléctrica es la casi nula autonomía a la que estaban sometidos quienes se conectaban a ella, pues las redes son



“Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 fuertes cuando tiene facilidad de movimiento, capacidad de adaptación y ordenamiento en el funcionamiento. Por otro lado, cuando se “superá cierto umbral de tamaño, complejidad y volumen de intercambios resultan menos eficientes que las estructuras verticales de mando y control, bajo las condiciones existentes con la tecnología de comunicación pre-electrónica” (Castells, 2004: 29).

El soporte eléctrico (suficiente para la electrónica) sumó avances de manera consecutiva, por ejemplo con la creación del telégrafo. Inventores como Guglielmo Marconi buscaron remontarnos a otra forma de comunicación más flexible al idear el telégrafo sin hilos. Este sistema de transmisión inalámbrico de mensajes de ida y retorno facilitaron los procesos de entrega y emisión.

Esta antesala tecnológica nos abre un nuevo campo donde las personas podían telecomunicarse aún al estar distanciadas a miles de kilómetros. Se cuenta, (aunque de manera apócrifa), que Marconi pensaba que dos personas en cualquier parte del mundo solo estaban separadas por 583 estaciones de telégrafo. Esa teoría nunca se comprobó, pero nos permite ver un indicio a través del cual las comunicaciones y la relación entre personas tomaron otro rumbo.

Años más tarde en 1929 otra interesante teoría fue escrita por el novelista húngaro Frigyes Karinthy en su novela *Chains*. El imaginaba que existían solo seis grados de separación entre dos personas en cualquier lugar del mundo. Esta idea tampoco se probó hasta que en 1967 el sociólogo Stanlye Milgram aplicó un experimento social en Boston (Capital de Massachussets), Estados Unidos en el cual entregó aleatoriamente una carta a corredores de bolsa que trabajaban en esa ciudad. El destino final era llegar a un corredor de bolsa que vivía en otra ciudad de Massachussets. Al cabo de unos días la misiva llegó al destinatario. La moda estadística en la mayor parte de los casos era de 5 personas.

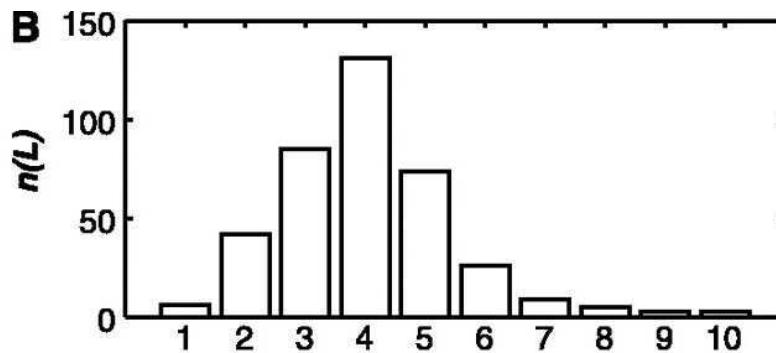


Figura 6. Histograma del número de personas por las que pasó la carta en uno de los Experimentos de Milgram. De los que efectivamente llegaron a su destino, la moda fue 4 personas, correspondiente a 5 grados de separación.

Fuente: Departamento de Arquitectura y Tecnología de Computadores Universidad de Granada (España)

Este experimento dio como resultado la expresión “el mundo es un pañuelo”. De hecho muchas redes sociales utilizan la teoría de los seis grados de separación como factor constitutivo (Piscitelli, 2010: 88).

Un ejemplo para entender este tipo de interconexiones virtuales humanas es el que se genera cuando recibimos aquellos e-mail encadenados y al poco tiempo recibimos el mismo correo pero desde otro emisor que no conocemos. Virtualmente daría la impresión de que estamos conversando solo con los vecinos del mismo barrio o con los miembros de nuestra propia familia. “A este fenómeno se lo denomina clustering y podríamos definirlo como la tendencia que tienen dos conocidos comunes conectados a través de un tercero a permitir que se conecten directamente entre sí” (Ugarte, 2007: 7). Esta relación crea puentes que se convierten en alternativas de interconexión y potenciales espacios de socialización humana.

## 2.2 Concepto de redes sociales

¿Qué sería del ser humano si no hubiera el otro? ¿Quién sería el culpable de las alegrías o de los errores? ¿Con quién *interactuaríamos* o nos *relacionaríamos*? En el campo social solo la inversión de tiempo logra construir relaciones y en un afán de comunicarnos eficazmente hemos inventado nuevas formas de acortar la distancia con nuestros pares. Un padre en situación de migración puede acercarse con su familia a



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 través del teléfono o de una videoconferencia. De igual forma, las cartas nunca llegaron tan rápido, los negocios nunca se concretaron en tan poco tiempo, localizar a un amigo es más fácil. Pareciera que el valor de la celeridad y la técnica puso en desmedro nuestro acercamiento con los demás, hacemos lo más complicado y dejamos la sencillez del diálogo cara a cara, para mirarnos de cámara a pantalla. El hombre en estado unitario *no es nada*, pues su esencia comunitaria no le permite prescindir de la *red*, aunque a veces se coloque un escalón por encima o por debajo de los demás. De ésta manera convive cotidianamente.

En términos de red (entendiendo a la red como la sociedad entera) el *ser humano* adopta el nombre de *nodo* (punto de convergencia, interconexión o vértice), por lo tanto la red es el conjunto de *nodos*. Al trasladar estas ideas al análisis social, el hombre representa a los *actores* de la red, unidos por líneas que representan la relación o relaciones que le unen (Piscitelli, 2010: 88).

Una red social bajo el soporte informático de Internet es aquella que permite esencialmente a sujetos conocidos intercambiar información bajo una plataforma virtual (sea ésta móvil o no) entendiendo que la interconexión básica entre los sujetos tiene un efecto multiplicador y depende de la capacidad de interrelación que posean los integrantes de la red y del sistema informático con el que trabajen. Este último elemento permitirá la expansión y la interconexión relacional con más individuos conocidos o no. Los niveles de encriptamiento de la información entre los integrantes de la red también obedecerán a los parámetros que el sistema informático posea.

Otra definición de red es la que presentan Ignacio Uman y María Carolina Venesio quienes en el libro Proyecto Facebook de Alejandro Piscitelli exponen:

Una red es un conjunto de elementos conectados entre sí, donde básicamente los datos a extraer son los nodos (personas, objetos, documentos, sitios web, etc.) y lo que se busca indagar son los enlaces entre estos nodos, saber cómo están vinculados, qué relaciones tienen y cuáles se conectan con cuáles. Pero no alcanza solo con producir un mapa de esas conexiones, también hay que saber comprenderlo, interpretarlo y buscarle propiedades útiles a la hora de analizar la red. Una propiedad posible podría ser definir cuál es el nodo con



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 más conexiones o el nodo central dentro de determinada red (Piscitelli, 2010: 88).

Por otro lado Danah Boyd y Nicole Ellison de la Universidad de Indiana en Estados Unidos proponen que las redes sociales sean conceptualizadas de la siguiente manera:

Definimos un sitio de redes sociales como un servicio basado en Internet que permite a los individuos 1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, 2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y 3) ver y explorar su lista de conexiones y de aquellas realizadas por otros usuarios dentro del sistema (Boyd, Ellison, 2007: 13).

A pesar de que el término redes sociales se ha posicionado en manos de la informática, el concepto anterior señala la importancia del soporte sobre el cual se construyen las relaciones. Al especificar que una red social se cobija en los parámetros de Internet permite no confundir las relaciones que pueden crearse en la convivencia cotidiana. Sin embargo, sea que las conexiones nodales se construyeron de manera presencial o virtual, estos contactos tienen la potencialidad de crear facilidades para el usuario en su trabajo, educación, socialización humana u otras áreas de desarrollo personal. Por ejemplo en países como Holanda los profesionales construyen su *Networking* (red de trabajo), el cual les permite tener una red de contactos y mientras más grande sea esta red, sus oportunidades profesionales se incrementan. Por otro lado, es indiscutible que la afirmación anterior puede tomar una dirección en negativa.

### **2.3 Referentes históricos de redes sociales en Internet**

Con la existencia de un nuevo paradigma en el funcionamiento de Internet a través de la Web 2.0, Friendster.com (una red social enfocada a la búsqueda de parejas, creada por Jonathan Abrams, que tuvo un acenso rápido, hoy está en la periferia), ingresó en el 2002 a los anales de la reciente historia informática como la primera red social sobre plataforma en Internet.



## "Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

En 2003 Myspace se establece como primera Red Social capaz de dotar al usuario el poder para compartir y personalizar su espacio virtual. Chris DeWolfe Director ejecutivo y fundador de Myspace cuenta que en el verano de 2005 Myspace atrajo a 27 millones de usuarios, pues miles de jóvenes tenían un *espacio* en esta nueva red social. Hollywood promocionaba sus películas y los músicos y artistas utilizaron este sistema como un método de mercadeo de su imagen o productos. Ésto a su vez puso en alerta a los magnates de los medios tradicionales de comunicación, como Rupert Murdoch (dueño de la gigante News Corp, dueña de la cadena FOX y otras empresas de comunicación) quién compró Myspace por 650 millones de dólares, pero entendió que el amor no se compra ni la fidelidad de marca tampoco.

Pero al hablar de redes sociales, Facebook está a la vanguardia. Esta compañía fue creada por Mark Zuckerberg quien mientras estudiaba en Harvard diseñó un software para el registro de imágenes de amigos y conocidos. En un mes las dos terceras partes de los estudiantes de la Universidad se habían incorporado a Facebook y luego escuelas aledañas a Harvard solicitaron a Zuckerberg expandir el sistema para poder acceder a él. Zuckerberg expandió la red a todas las universidades de Estados Unidos y finalmente se transformó en una plataforma de registro abierto para quien lo deseé.

De esta manera, Zuckerberg a través de su sistema ha concentrado la información personal de millones de usuarios. Esto podría facilitarle el diseño de un plan de negocios a futuro con el cual toda la información publicitaria lograría ser canalizada por esta red. Es importante notar que el gigante Google también ha entrado en el negocio de las redes sociales aunque un poco más tarde con su Buzz. De esta manera, automáticamente los usuarios de Gmail quedamos incorporados a esta red aunque no la hayamos pedido.

Al parecer actualmente Google y Facebook son dos paradigmas que se encaminan a establecer dos modelos de operatividad en el conocimiento en Internet. Google por ejemplo utiliza un sistema centrífugo, en el cual el usuario que busca conocimiento a través de Google, es redireccionado a otro rumbo. Mientras que el segundo (Facebook) ha instaurado un modelo centrípeto, donde el usuario no requerirá salir del sistema para encontrar lo que necesita (Piscitelli, 2010: 80).



Los dueños de las redes sociales también se han dado cuenta que el capital de información humana al que han sometido a muchos usuarios en la red tiene grandes perspectivas económicas y en breve sacarán provecho. Aunque suene como un sueño futurista una posible fusión entre Facebook y Microsoft podría no ser un escenario lejano. Mientras que otra fusión podría darse entre Google y Twitter (Piscitelli, 2010: 81).

La gran ambición de Zuckerberg es crear un software que capture la totalidad de las conexiones humanas y de esta forma crear el instrumento que cartografe las relaciones entre la gente (Piscitelli, 2010: 81).

## 2.4 Aplicación de las redes sociales en actividades académicas

La historia en reiteradas ocasiones ha demostrado la importancia de la tecnología y la ciencia para obtener conocimiento, pero en más de una ocasión hemos visto que la implementación tecnológica no aporta significativamente al progreso humano pues las expectativas se inflan. “En el pasado se dijo que cada nueva tecnología (teléfono, radio, televisión, casetes, satélites y ordenadores) traería consigo una revolución en la educación [...] estas nuevas tecnologías tuvieron un impacto marginal sobre la práctica general de la educación” (Castells, 2004: 335). En el caso de la informática nos hemos acoplado a ella paulatinamente, pero que pasaría si de pronto las computadoras desaparecieran por un par de días. ¿Cuántos docentes se percatarían de dicha falta? Por otro lado es necesario reconocer que estamos en un proceso de transición donde al menos se pueden identificar tres generaciones a las que podríamos denominar:

- 1 **Nativos digitales:** quienes disponen de herramientas informáticas desde su nacimiento.
- 2 **Migrantes digitales:** quienes se han acoplado a la informática en plena génesis de ésta.
- 3 **Indocumentados digitales:** aquellas personas que superan los 40 años y que se han visto forzados a acoplarse a la informática.



## "Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

Esta diferencia generacional sumada a la brecha digital creada por info ricos e info pobres, es más evidente en países latinoamericanos como Ecuador, donde la penetración de Internet apenas llega a 11,67%, según un reporte<sup>6</sup> publicado por Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo, UNCTAD. La cifra indica que quienes gozan de más recursos acceden a los adelantos tecnológicos tempranamente en contraste con quienes no tienen dinero. A esto se añade la denominada brecha participativa propuesta por Henry Jenkis, (profesor de psicología y tecnología educativa en la Universidad Brigham Young, en Estados Unidos). Un artículo de la British Educational Research Journal<sup>7</sup> (citado por Piscitelli) señala que “esta brecha no está solo en los niveles más simples de construcciones web como son las páginas web o los perfiles de Twitter, sino aun en las esferas más altas, en las prácticas y discursos profesionales” (Piscitelli, 2010: Prólogo XI).

En el caso de Ecuador, el Estado ha realizado grandes esfuerzos para brincar la brecha digital. El Ministerio de Educación inició un programa denominado Unidades Educativas del Milenio, UEM, como una aplicación del Plan Decenal de Educación 2006 - 2015. Hasta la fecha (mediados de 2010) se implementaron ocho UEM. Diez están en proceso de construcción y trece están planificadas para su próxima edificación y adecuación<sup>8</sup>. El Gobierno afirma que su “objetivo esencial es utilizar la tecnología como un medio para potenciar la educación desde las etapas más tempranas de desarrollo”<sup>9</sup>. Dicho propósito es al menos un primer paso para la educación electrónica en nuestra nación.

Varios países en el mundo (Méjico, EE.UU, España, Argentina, Brasil) ya han empeñado grandes esfuerzos hace más de 15 años con la asistencia de soportes informáticos. En el informe *Getting America's Students Ready for the 21st Century* publicado en Estados Unidos durante la administración de Clinton y Gore en 1996, se

<sup>6</sup> The Information Economy Report, Internet, 2009, [http://unctad.org/en/docs/ier2009\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/ier2009_en.pdf) Acceso: 18 mayo 2010

<sup>7</sup> Fuller, A.; Hodkinson, H.; Hodkinson, P.; Unwin, L. “Learning as Peripheral Participation in Bibliografía 209 Communities of Practice: A Reassessment of Key Concepts in Workplace Learning”, British Educational Research Journal, Internet, <http://www.jstor.org/stable/1502156>, Acceso: 30 de julio.2010.

<sup>8</sup> Cronograma para las Unidades Educativas del Milenio, Internet, <http://uem.educacion.gov.ec/variasimg/UEM%20cronograma%20ABRIL10.xls>, Acceso: 20 mayo 2010

<sup>9</sup> Objetivo UEM, Internet, <http://www.educacion.gov.ec/pages/interna.php?txtCodiInfo=148>, Acceso: 20 mayo 2010



“Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 afrontaba los procesos educativos para el nuevo milenio a través de cuatro ejes primordiales:

- 1 Que todos los estudiantes de Estados Unidos tendrían acceso a computadoras o dispositivos similares.
- 2 Que todas las escuelas pudieran conectarse entre sí y con el mundo entero.
- 3 Que se convirtiera el software educativo – tan atractivo como los mejores videojuegos- en una parte integral del currículo.
- 4 Que los profesores estuvieran preparados y dispuestos a usar estas tecnologías y enseñar mediante ellas (Piscitelli, 2010: 8).

Estos postulados no se han concretado en ningún país del mundo. Según Piscitelli “los únicos beneficiarios son las empresas proveedoras de Hardware o Software” (Piscitelli, 2010: 9). Un ejemplo de ello es lo que sucedió en todas las UEM, a las cuales se les implementó la plataforma privativa de Windows, a pesar de que el mismo presidente Rafael Correa<sup>10</sup> en el inicio de su gobierno (en 2007) dijo que apoyaría el software libre.

Mientras tanto, dichos centros de estudio tienen problemas rutinarios en el equipo electrónico e informático... “Proyectores” dañados<sup>11</sup> o infección de virus, lo cual inhabilita el sistema de enseñanza que es asistido por computadoras. Lo más grave, es que el Gobierno no pensó en un adecuado *proceso de transición tecnológica* para los docentes encargados de la enseñanza, como sucedió en el año 2008 en la UEM Cacique Tomalá en Zumbahua, provincia de Cotopaxi, donde “los niños aprendieron a usar el sistema antes que sus maestros”<sup>12</sup>.

El aprendizaje electrónico en la educación formal tiene varias mezclas. En un inicio los cursos a distancia utilizaron como apoyo las comunicaciones electrónicas basadas en Internet sin dejar de mantener el modelo clásico de correspondencia (Castells, 2004:

---

<sup>10</sup> “Rafael Correa Promueve Software Libre”, Video, Youtube, <http://www.youtube.com/watch?v=Hy5yAk4dYOk>, Acceso: 30 julio 2010

<sup>11</sup> “Cacique Tumbalá acoge a 900 niños”, Noticia, El Comercio, <http://www.elcomercio.com/Generales/Solo-Texto.aspx?gn3articleID=235118>, Acceso: 15 julio 2010

<sup>12</sup> “El modelo pedagógico de las unidades del milenio se debate”, Noticia, Diario Hoy, <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-modelo-pedagogico-de-las-unidades-del-milenio-se-debate-326454.html>, Acceso: 29 julio 2010



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 338). Algunos cambios se han dado en la formación a distancia. En la Universidad Gregoriana de Roma, por ejemplo, se ofrecen cursos a través de Internet, los estudiantes pueden cancelar los costos por Western Union. El comprobante de pago se escanea y envía a través de un e-mail. El centro de estudios le otorga al aspirante un nombre de usuario y un password y se empieza el proceso de enseñanza.

En cuanto al trabajo académico es sencillo. Las clases se presentan a través de un video y a continuación la universidad ofrece documentos en formato PDF, los mismos que deben ser leídos y luego discutidos por el alumno con sus compañeros en un foro. Mientras más activo es el estudiante mejor será su nota. La metodología también permite realizar trabajos grupales que son coordinados a través de comunicaciones digitales (e-mail, video conferencia, chat, etc.) y luego son publicados en la página Web del curso.

En caso de que el educando requiera ayuda la universidad ofrece tutorías personalizadas utilizando los métodos anteriormente mencionados. Para finalizar, el centro educativo envía el certificado respectivo por correo convencional para una constancia formal.

Al respecto Castells realiza la siguiente clasificación con respecto al proceso de enseñanza virtual:

Aprendizaje electrónico o digital:

**I Complementado por la Web:** (Por ejemplo: curso convencional y notas sobre las clases online, uso de correo electrónico, vínculos con recursos online externos).

**II Dependiente de la Web:** los alumnos deben usar Internet para acceder a algunos elementos activos, básicos del programa. Por ejemplo: debates online, consultas, trabajos o proyectos en colaboración online, pero sin una reducción significativa del tiempo en el aula.

**III Modo combinado:** el tiempo de aulas se ha reducido pero no eliminado, y ese tiempo sustraído se dedica a actividades online, en debates virtuales, consultas, trabajos o proyectos en colaboración online.



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

**IV Totalmente digital:** los términos: "aprendizaje digital" y "aprendizaje electrónico" se usan indistintamente a lo largo del estudio (Castells, 2004: 339,340).

Castells precisa que algunas instituciones ofrecen aprendizaje electrónico, cuando lo que realmente hacen es colocar el componente online al curso presencial (Castells, 2004: 340). Por otro lado, los gastos que implica crear y mantener un sistema de enseñanza online son elevados. Por ejemplo, las Universidades de Nueva York, Temple, Chicago, Melbourne y la Universidad Abierta de Reino Unido (British Open University) "participaron en actuaciones que supusieron una pérdida superior a 10 millones de dólares al intentar emprender lucrativos negocio de aprendizaje digital" (Castells, 2004: 342,343).

El uso de Internet en la enseñanza es relativamente nuevo (no más de 16 años a la fecha), por lo que aún está en evolución y al momento "existen pocas evaluaciones convincentes de los resultados de aprendizaje de los estudiantes que permitan una amplia generalización [...] y las aplicaciones reales del aprendizaje electrónico dependen de la manera en la que los profesores deciden enseñar" y, sobre todo, de sus preferencias epistemológicas (Castells, 2004: 245).

Para los constructivistas la enseñanza online representa la mejor opción para que los alumnos reflexionen, debatan y de esa manera construyan el conocimiento. Castells cita a A.W. Bates y Gary Pole quienes plantean que "la naturaleza asíncrona de la enseñanza digital permite y estimula la reflexión. Los foros de discusión online ofrecen a los estudiantes la oportunidad de comprobar sus ideas" (Castells, 2004: 247) organizarlas y de construir conocimiento mediante el aprendizaje de colaboración - cooperativo.

Anteriormente indicamos que la educación virtual exige de recursos económicos sustanciales. Sin embargo, ¿qué posibilidades quedan para aquellos centros de estudio que no tienen el dinero suficiente? La fórmula es creatividad y el deseo de innovar. La Universidad de Buenos Aires utilizó durante los dos últimos años la red social Facebook, para dictar una cátedra en la carrera de comunicación social. Estudiantes y profesores a quienes Piscitelli llama no alumnos y no profesores, (pues los alumnos



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 enseñan a sus maestros a utilizar las herramientas de trabajo y los profesores aprenden, invierte el modelo clásico de enseñanza-aprendizaje). Este experimento logró acoplar una nueva forma de aprendizaje en línea “que debe descansar en un ethos que, en los últimos años, se ha agrupado bajo el nombre de edupunk” (Piscitelli, 2010: Prólogo XII). Al respecto es importante anotar que el modelo *edupunk* trata de que cada individuo cree su propio proceso de aprendizaje, utilizando los materiales que estén al alcance de la mano, y de esta manera configurar una agenda propia y no en una lógica y un lenguaje de participación entregados intactos por la sociedad. (Piscitelli, 2010: Prólogo XII)

Durante ésta experiencia se desarrollaron habilidades para crear productos multimediales de corta duración, uso de teléfonos móviles (como dispositivos de captura para video) logrando conocimientos técnicos y alfabetización digital, demostrando así que con un poco de creatividad pocos recursos y muchos deseos de innovar se pueden acortar las brechas que nosotros mismos hemos profundizado en la educación.



## Capítulo III

### Diseño metodológico

#### 3.1 Diseño de la Investigación

El objetivo de la presente investigación es diagnosticar y analizar el consumo de redes sociales entre los estudiantes y profesores de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca. Revelar las nuevas dinámicas de socialización que se han configurado desde el arribo de las plataformas digitales y problematizar los resultados desde las posibilidades de su uso y vinculación en el área académica.

Para ello, es necesario especificar los parámetros metodológicos con los cuales se delimitó el universo, el tamaño de la muestra y los criterios empleados en la selección de las técnicas de investigación.

#### 3.2 Método

El método de este estudio es mixto, es decir, comprendió los enfoques **cualitativos y cuantitativos** de la investigación científica. De forma puntual, el método cuantitativo, se instrumentalizó a través de una encuesta realizada a los estudiantes y profesores de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca sobre “El consumo de las redes sociales”. Esto con el propósito de medir las preferencias que tienen los estudiantes y profesores en el uso y manejo de las bondades de la plataforma 2.0. Además, a fin de arribar a una triangulación de resultados se utilizó el método cualitativo, a través de “grupos focales” y una entrevista a profundidad para ampliar y aclarar los resultados obtenidos en la Encuesta.

#### 3.3 Población y Muestra

##### 3.3.1 Población

La Escuela de Comunicación Social, de la Facultad de Filosofía de la Universidad de



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 Cuenca, cuenta con 277 estudiantes matriculados en el ciclo lectivo marzo – julio de 2010.

### 3.3.2 Muestra

La fórmula genérica para el cálculo de la muestra fue:

$$n = \frac{Npq}{\left[ \frac{ME^2}{NC^2} (N - 1) \right] + PQ}$$

Siendo:

Variable	Descripción
n	Tamaño de la muestra.
N	Tamaño del universo.
p	Probabilidad de ocurrencia (homogeneidad del fenómeno).
q	Probabilidad de no ocurrencia (1-p).
Me	Margen de error o precisión. Expresado como probabilidad.
Nc	Nivel de confianza o exactitud. Expresado como valor z que determina el área de probabilidad buscada.

En la aplicación de esta fórmula se estableció una muestra de **161 estudiantes**. El margen de error se delimita a +/-5%. Además es importante señalar, que la población femenina es más numerosa en relación a sus pares varones. De allí, que las mujeres sean representadas con una muestra de 90 y en el caso de los varones alcance a 69. Obtenido el número de encuestados, se establece que el **muestreo es aleatorio simple**.

### 3.3.3 Variables

a. Sexo:	Femenino <input type="checkbox"/>	Masculino <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	
b. Estado civil:	Soltero <input type="checkbox"/>	Casado <input type="checkbox"/>	Divorciado <input type="checkbox"/>	Unión Libre <input type="checkbox"/>



c. Edad:		
d. Es profesor:	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
e. Ciclo que cursa:		

### 3.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

**La encuesta es una** técnica cuantitativa que consiste en obtener información en base a un cuestionario diseñado con antelación. “Es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos”<sup>13</sup>.

**La entrevista es** tan “sencilla como una conversación, pero profunda como una disección. La entrevista es un diálogo. La fuerza testimonial es precisamente su valor fundamental” (Friere 2010: 5).

### Grupo Focal: Técnica de recolección de datos

Un Focus Group es una técnica de recolección de datos a fin de investigar sobre la percepción de las personas en torno a un tema en particular. Dentro de las características generales de un Focus Group, se puede señalar que se trata de una “entrevista grupal en la que todos los entrevistados se encuentran juntos en un mismo momento, dando sus opiniones y conversando entre sí sobre el tema en cuestión.”<sup>14</sup>

### Composición de grupo focal y número de grupos realizados

Los grupos focales se utilizan principalmente de cuatro formas:

- 1) Como mecanismo de generación de ideas
- 2) Para ayudar a llevar a efecto un estudio cuantitativo
- 3) Para ayudar a evaluar un estudio cuantitativo y
- 4) A veces, como método principal de recopilación de datos en relación con un tema de investigación.

<sup>13</sup> Wikipedia, “La Encuesta”, <http://es.wikipedia.org/wiki/Encuesta> Acceso: 6 junio 2010

<sup>14</sup> “Que es un focus group”, Intenet.. <http://www.misrespuestas.com/que-es-un-focus-group.html> Acceso: 3 junio 2010



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 Para los propósitos de este trabajo, el grupo focal se justifica como una técnica complementaria para comprender mejor los resultados de la encuesta. "Es decir, para explicar, ampliar y esclarecer los datos cuantitativos. Por ejemplo para comprender las razones de un resultado imprevisto" (Debus, 1988: 6). También el grupo focal se utiliza para entender mejor las razones de ciertas tendencias.

### Determinación del número de grupos requeridos

Según Mary Debus para "determinar cuántos grupos focales se necesitan, primero es necesario recopilar cierta información del tema de estudio: por ejemplo, el grado en que la edad de los participantes es importante para el tema," (Debus, 1988:19).

Después de la etapa de recopilación de información, algunos lineamientos relativos al número de grupos son los siguientes:

1. **Organizar al menos dos grupos para cada variable considerada como pertinente para el tema tratado.** Por ejemplo, organizar dos grupos entre cada segmento importante de la población objetivo: hombres y mujeres.
2. **Organizar grupos hasta que la información obtenida deje de ser nueva.** Si dos grupos sobre el mismo tema producen resultados totalmente diferentes, es necesario explorar esta diferencia en grupos adicionales a fin de que los resultados de la investigación sean comprensibles y utilizables.

### Determinación de la composición del grupo focal:

En el Manual para la Excelencia en la Investigación Mediante Grupos Focales se explica que "los grupos focales se realizan generalmente entre **grupos objetivos homogéneos**" (Debus, 1988:20). Es decir, que se debe organizar los grupos de acuerdo a las variables que representan similitudes pertinentes entre los miembros de la población objetivo. Bajo esas premisas se consideró las siguientes variables dominantes:



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

1. **Clase social:** estudiantes de clase media, media baja y baja que estudian en la Escuela de Comunicación Social.
2. **Ciclo temporal:** que estén matriculados en el ciclo lectivo marzo – julio de 2010.
3. **Sexo:** Hombres/mujeres.

Al respecto hay una profunda división entre los moderadores de los grupos focales en cuanto a si es conveniente combinar a los hombres y mujeres dentro de un grupo en particular. Algunos moderadores consideran que esto no debe hacerse ya que se inhibe la conversación o se interfiere con el orden y flujo de la discusión. Otros consideran que es muy deseable combinar a hombres y mujeres cuando los temas tratados requieren una decisión conjunta. Para el presente trabajo, el investigador consideró trabajar en un solo grupo de hombres y mujeres para procurar una mejor calidad de respuesta.

### Determinación de la dimensión del grupo focal

Según la autora de *Health Com*, “la dimensión aceptada para un grupo focal ha sido tradicionalmente de ocho a diez participantes, pero existe la tendencia hacia grupos más pequeños o lo que se conoce por el nombre de minigrupos” (Debus, 1988:29). Esta preferencia se ha producido en respuesta a algunas de las siguientes limitaciones o problemas encontrados con los grupos mayores:

- El tiempo asignado para cada participante se limita cuando el grupo crece en número y afirma relaciones de dominio entre aquellos que toman la palabra y otros que se esconden en el grupo grande.
- El moderador del grupo se ve obligado a tomar una función directiva, en vez de cumplir su rol como facilitador.
- Algunos de los participantes pueden sentir cierta incomodidad por no hallar la hora de tomar la palabra en medio de un grupo tan numeroso.
- Aumenta la posibilidad de que los participantes discutan en vez de aportar al debate y al hallazgo de nuevos indicios.



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 En contraste, dice Debus, "las sesiones en grupos pequeños parecen promover respuestas más profundas por cada participante. A menudo, el grupo es más coherente e interactivo" (Debus,1988:22). Si el fin consiste en maximizar la profundidad de expresión de cada participante, el grupo menor funciona de manera más óptima.

Por consiguiente, se conformó un grupo de seis participantes que representan a segundo, sexto y octavo ciclo de la Escuela de Comunicación Social.

Ciclo	Voluntarios
Segundo	Roberto Cordero, Andrés Calle y Pedro Andrade
Sexto	Carolina Álvarez, Isabel Aguilar
Octavo	Gabriela Domínguez

### 3.5 Técnicas de procesamiento e interpretación de datos

El procesamiento de la tabulación fue sistematizado a través del software PASW-18. Mientras que los datos estadísticos fueron graficados a través de Excel.

En añadidura, la información de carácter cualitativa se procesó a través de la técnica de validación de grupos focales que comprendió tres pasos: transcripción, análisis de coherencia y por último análisis de consistencia para extraer los principales hallazgos. Mientras que de la entrevista se extrajo las ideas más relevantes que aproximan la percepción de un docente en relación a las redes sociales y su uso.

A continuación, tanto los resultados numéricos y los indicios cualitativos son **triangulados** en un informe de resultados.



## Capítulo IV

### Informe final

#### 4.1 Triangulación de resultados

En este capítulo se triangularon los datos cuantitativos obtenidos en la encuesta y los criterios de los estudiantes voluntarios que participaron en un focus group realizado el 28 de junio de 2010, en la cafetería de la Facultad de Filosofía. El primer bloque de preguntas identifica el perfil del encuestado. El segundo segmento obtiene información sobre las preferencias en el uso del correo electrónico, blogs y administración de páginas Web. El tercer conjunto de ítems indaga sobre el uso y las preferencias de las redes sociales en los estudiantes de comunicación social. Los segmentos: cuarto y quinto se focalizan en aplicaciones Web 2.0 y el uso de medios tradicionales de comunicación y su vinculación con las redes sociales. El sexto grupo se centra en el intercambio académico a través de las redes sociales.

##### 4.1.1 De los estudiantes

###### Uso del sistema de correo electrónico de los estudiantes

El estudio realizado revela que 159 de 161 estudiantes (total de la muestra encuestada) tienen un correo electrónico. De los 159 usuarios que manejan e-mail 90 son mujeres y de ellas 71 (el 78.9% de este segmento poblacional) prefieren utilizar el servicio de e-mail de *Hotmail* (ver cuadro 1). Al respecto Andrés Calle, participante del grupo focal menciona que esta tendencia se debe a que las computadoras con sistema operativo Windows venían “incorporadas en el sistema de mensajería instantánea Messenger y del navegador de Internet Explorer”<sup>15</sup>, lo que privilegiaba accesos directos a Hotmail.

Es decir, este servicio de correo gratuito fue uno de los primeros en salir al mercado y al ser promocionado por el navegador de Internet Explorer de Microsoft, dio paso a que

---

<sup>15</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 10, Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.



“Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 Hotmail se convirtiera en “el sistema más popular”<sup>16</sup>. Otra razón para su uso mayoritario es la facilidad de envío y recepción de e-mails y su particular sistema de organización. Una tercera razón es que Hotmail mantiene una interconexión con el popular sistema de mensajería instantánea Messenger.

El segundo sistema de correo utilizado fue Gmail con 12 usuarias que representan al 13.3% de la población femenina. El tercer sistema preferencial de email fue Yahoo, con el 7.8%, (7 usuarias). A pesar de que el servicio de email de Yahoo lleva más tiempo en el mercado la predilección mayoritaria por Gmail se debe a su relación directa con el buscador Google y debido a que el sistema Gmail también incorporó herramientas para chat y video chat similares a Messenger.

En el caso de los estudiantes varones la tendencia es la misma. 56 de 69 estudiantes prefieren Hotmail (que representan al 85.5% de la población varonil). Le sigue Gmail con *seis estudiantes* (8.7%), y finalmente Yahoo Mail con *dos usuarios* que representan el 2.9%. Cabe destacar que existen *dos estudiantes* varones que utilizan el sistema Live Mail, que también pertenece a Microsoft y su funcionamiento es igual que Hotmail.

### **Uso de blogs de los alumnos**

En torno al uso de blogs, (ver cuadro 2) el estudio revela que de los 161 estudiantes encuestados solo 36 personas afirmaron tener un blog. De ese grupo 20 son mujeres y 16 son hombres.

Las estudiantes en su mayoría dijeron utilizar el servicio de Blogspot, es decir 16 (80%), y *tres alumnas* más (15%) usan blogger. Es necesario puntualizar que el servicio que otorga Blogspot.com, corresponde a la empresa Blogger.com (este servicio de blog pertenece al gigante informático Google) por lo tanto son lo mismo y determina que el 95% de las estudiantes mujeres tienen un blog a través del servicio de Blogger.com

Por otro lado, la encuesta muestra que sólo *una estudiante* de la carrera de comunicación (y que representa al 5% de la población femenina de la muestra) tiene un

---

<sup>16</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 10, Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 blog en Gblogs. Este servicio es dependiente del sistema Wordpress.com y constituye otra opción para quienes utilizan el servicio de bitácoras virtuales a nivel mundial. En cuanto a la **población masculina** 16 estudiantes, que equivalen al 100% de estudiantes varones que afirmaron tener un blog, utilizan Blogger.

El uso mayoritario de Blogger, se debe a que esta plataforma fue una de las primeras en salir al mercado Web 2.0 (en 1999) y su posicionamiento se robustece al recibir la promoción de Google, su actual dueño desde el año 2003. Por otro lado, el uso de este sistema de blog es sencillo e intuitivo para el usuario y permite flexibilidad en la inserción de *gadgets* o aplicaciones de código HTML, situación no permitida en Wordpress (quien ya ha integrado en su plataforma todos los requerimientos multimedia: texto, audio fotos, videos y cualquier otro tipo de documentos).

### **Administración de página web de las y los estudiantes**

Otro dato importante que entrega la encuesta es que solo *seis estudiantes* (que representan el 3.7% de la muestra) de toda la Escuela de Comunicación poseen una página web (ver cuadro 3). De ellos, *cuatro* estudian en los cuartos ciclos. Por otro lado, es necesario resaltar que poseer un website es una posibilidad de negocio en la oferta de servicios o productos. Esto evidencia que no existe un plan de emprendimiento y por otro lado la motivación para que lo construyan es escasa.

Así mismo las dificultades para el pago del servicio de *hosting* y *dominio* es una limitación de acceso a esta plataforma, a más de ello administrar o construir un website requiere conocimiento técnico de programación web (sin estas destrezas técnicas se requiere pagar un programador). Es necesario precisar que si bien los conocimientos de programación y diagramación Web no son indispensables para un periodista digital, pero a corto plazo serán fundamentales para quienes se especialicen en esa área.

### **Acceso a Internet y lugares de acceso de los alumnos**



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 La accesibilidad a Internet es parte de los índices de desarrollo humano. En Octubre de 2009 un informe de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial<sup>17</sup>, dio cuenta que el 11.67% de la población del Ecuador lograba conectarse a Internet desde: cibercafés, centros de estudios, trabajo, domicilio, etc.

En la encuesta realizada a las y los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social se encontró que **el 100% de dicha población estudiantil disponía de acceso a Internet** (ver cuadro 5). El cuadro 4 muestra los lugares de preferencia desde los cuales los estudiantes acceden a Internet.

La **Universidad** ocupa el primer lugar con 117 usuarios, seguido de los cibercafés con 98 usuarios. Para Gabriela Domínguez, participante del grupo focal, la situación socioeconómica es el factor principal para que la Universidad sea la primera opción de accesibilidad a Internet, “aunque no es tan buena la red, los alumnos no tienen otra alternativa, si es que su situación económica es baja”<sup>18</sup>, comentó.

Por su lado, Carolina Álvarez (quien también accede a Internet desde la Universidad) afirma que aunque la conexión desde la Universidad es congestionada, por el número de alumnos que existen, “los estudiantes necesitan conectividad desde el lugar donde pasan más tiempo (la Universidad)”<sup>19</sup>. Isabel Aguilar coincide en que aunque tengan conexión en casa desean estar siempre conectados a Internet, a “una red social... el Messenger se convierte en una adicción”<sup>20</sup>, puntualizó.

Aunque no se preguntó la opinión de los estudiantes acerca de la calidad de la conexión a Internet en la Universidad, el grupo focal expresó en general una opinión favorable sobre velocidad y calidad de este servicio al interior del campus. Dos estudiantes aseveraron que el servicio no era tan bueno, mientras que los cuatro restantes explicaron que el sistema mejoraría con un mayor número de computadoras y más ancho de banda.

---

<sup>17</sup> The Information Economy Report, Internet, 2009, [http://unctad.org/en/docs/ier2009\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/ier2009_en.pdf) Acceso: 18 mayo 2010

<sup>18</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página2, Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.

<sup>19</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 3, Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.

<sup>20</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 3, Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.



“Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 Por ejemplo, Roberto Cordero explicó que la red inalámbrica de la biblioteca se satura por todas las computadoras personales que traen los alumnos y que por eso la conexión a Internet decae completamente. Por su lado, Pedro Andrade señaló que si existieran “más máquinas en la biblioteca se ayudaría a la gente que no tiene los recursos para disponer de Internet en la casa”<sup>21</sup>.

En cuanto a la velocidad de conexión a Internet es necesario puntualizar que la Universidad contrata este servicio y el ancho de banda depende de la capacidad del proveedor. Sin embargo este centro de estudios paulatinamente ha incrementado el número de computadoras y mejorado notablemente el ancho de banda, situación que era mucho más complicada hace seis años atrás (2004), pues las terminales informáticas tenían microprocesadores *menos poderosos* y los proveedores de Internet disponían de menos ancho de banda.

En cuanto a los **cibercafés** el grupo focal reveló que la razón principal del uso de estos centros de cómputo externos a la Universidad, se debe a que no están saturados. Gabriela Domínguez afirmó que si no hay “la disponibilidad en el centro de cómputo (en la Universidad), los centros informáticos periféricos brindan una opción”. Carolina Álvarez, comparte el criterio con Gabriela y explica que “los cibercafés ayudan, pues su velocidad es buena y su red no se cae”<sup>22</sup>.

Los estudiantes explicaron que existe una necesidad constante de conexión ya sea por trabajo, labores académicas o de entretenimiento. Además indicaron que a veces el exceso de **tiempo destinado a Internet** les preocupa, a tal punto que piensan que **se ha convertido en una adicción**<sup>23</sup>, como lo menciona Carolina Álvarez: “...a mí se me ha vuelto casi como una adicción eso del Internet”.

Otro elemento que prevalece en la encuesta es que los **hogares** de los estudiantes se convierten en la tercera opción de conectividad de Internet. El 43,47% de alumnos de la Escuela de Comunicación afirmaron que gozan de accesibilidad a la red desde su casa, lo que mejora su tiempo y presencia en la Web.

<sup>21</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 3, Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.

<sup>22</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 3, Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.

<sup>23</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 3, Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.



## Frecuencia de uso de Internet de los alumnos

Otro de los datos obtenidos en el presente estudio fue la **frecuencia con la que los estudiantes acceden a Internet**. En promedio se encontró que a pesar de que existen menos hombres en la escuela, son ellos quienes mayor número de veces a la semana se conectan a Internet (ver cuadro 5).

Sin embargo, de manera global éste resultado evidencia que tanto los hombres y las mujeres tienen una necesidad real de conectividad a Internet. Las respuestas del grupo focal permitieron conocer que las razones principales para la conexión a Internet son: revisión de correos electrónicos, consultas académicas, interacción en redes sociales y actividades de entretenimiento.

Con respecto al uso de redes sociales, si bien publicar un comentario o escribir en el muro (expresión usada en Facebook) de un amigo o amiga no necesariamente requiere de una contestación, el usuario busca conocer que escribieron sobre él.

Al respecto Roberto Codero indicó que personalmente la razón principal para acceder a Internet es “revisar el mail”<sup>24</sup>, pues allí se recibe información relacionada a la familia, amigos, universidad y además se integra la actualización del estado de cuenta de las redes sociales en las que participa. Otra razón es “mirar videos en youtube”<sup>25</sup>.

Por su lado, Pedro Andrade indicó que la motivación principal para una conexión más constante es que él socializa a través de la red social Facebook<sup>26</sup>. Carolina Álvarez señaló que el acceso a la red “se convierte como en una necesidad [...] pues constantemente es necesario revisar revistas, periódicos, facebook y el e-mail”<sup>27</sup>.

<sup>24</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 1 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.

<sup>25</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 4 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.

<sup>26</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 5 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.

<sup>27</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 1 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 Gabriela Domínguez explicó que su trabajo le exige una conectividad total, pues si las dependencias de otras provincias de la institución donde ella labora (Secretaría de Patrimonio Cultural) requieren su ayuda, ella debe estar disponible para un acompañamiento en tiempo real "utilizando el sistema Messenger" <sup>28</sup> de Microsoft u otros sistemas de comunicación digital que resultan más económicos e interactivos que una llamada telefónica.

En cuanto al **tiempo de permanencia en Internet** (ver cuadro 6) los datos estadísticos de la encuesta permitieron conocer que la tendencia tanto en hombres como en mujeres es conectarse entre *una y dos horas*, cuando acceden a Internet (pues todos los estudiantes no se conectan diariamente a la Web). Por otro lado, los estudiantes mayoritariamente ingresan al ciberespacio desde la Universidad o un cibercafé. Esta última opción representa un gasto económico de 65 centavos de dólar (costo promedio de una hora de alquiler de una computadora con acceso a Internet), lo que representa una razón más para no superar el tiempo de una hora de conexión.

### Preferencia en el uso de redes sociales

Para la encuesta se eligieron nueve de las redes sociales más populares del mundo: Facebook, Hi5, Myspace, Tuenti (red social más popular en España), Sonico (una red social orientada al público latinoamericano), Netlog, Orkut (popular en Brasil, Portugal y la India), Badoo y Tagged<sup>29</sup>. La encuesta reveló que existe una preferencia mayoritaria por Hi5 y Facebook (ver cuadro 9), pues los dos sistemas cuentan con 104 usuarios. Lo que indica que quien tiene una cuenta de Hi5 posiblemente tenga también una en Facebook.

Al respecto, el crecimiento de la red social Hi5 (que nació el 27 de julio de 2003 de manos de Ramun Yalamanchis<sup>30</sup>) ha sido paulatino hasta ahora (julio de 2010). Sin embargo Facebook (una red social creada en 2004 para estudiantes de la Universidad de

---

<sup>28</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 2 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.

<sup>29</sup> "Creación de Hi5", Diario La Nación (Argentina), Internet, 2008,

[http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota\\_id=1074978](http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1074978), Acceso: 1 junio de 2010

<sup>30</sup> "Map of social network", <http://techcrunch.com/2009/06/07/a-map-of-social-network-dominance/>, Techcrunch, 10 mayo de 2010



“Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 Harvard<sup>31</sup> y que luego permitió un acceso libre a todo tipo de usuarios) creció rápidamente y capturó el interés de cibernavegantes que deseaban probar algo nuevo que no les ofrecía su sistema nativo (en este caso Hi5). Otro factor importante, es que Facebook tradujo su plataforma a 70 idiomas hasta la fecha <sup>32</sup>. A ello se suma toda la publicidad que los medios de comunicación le han dado.

Actualmente el *social network* permite hacer negocios, posicionar un producto, ofrecer servicios, hacer ciberactivismo, o aumentar la “fama” de personalidades públicas. Un ejemplo de ello es lo sucedido en el mes de julio de 2010 cuando la cantante Lady Gaga obtuvo 10 millones de seguidores disputando los primeros puestos de popularidad en Facebook con el Presidente de Estados Unidos, Barack Obama<sup>33</sup>.

En cuanto a las razones por las cuales Hi5 y Facebook tienen un empate tan parejo, los estudiantes participantes del focus group explicaron que hace tres o cuatro años atrás, la primicia era tener una cuenta en Hi5. Isabel Aguilar explicaba que una de las razones para abrir una cuenta de Hi5 era que “la gente en Cuenca es muy novelera”.

En esos primeros años, “todo el mundo tenía Hi5”<sup>34</sup>, situación que le convirtió en un recurso popular y masificado. Al llegar Facebook dos años atrás (2008) se **posicionó** como un producto con **status diferenciador** de aquellos que usan HI5. Isabel cuenta que regularmente al momento de “tomarte fotos con un grupo de amigos, la pregunta colectiva es: ¿Lo vas a publicar en Facebook o en el Hi?”.

En un segundo momento de la explosión de vitrina, donde todos eran parte de un mismo *locus* o lugar virtual, apareció Facebook con una *carga diferenciadora* en su uso. A la fecha, los jóvenes no quieren figurar en Hi5 por considerarlo “cholo”, “popular”. Facebook, en cambio “te otorga un perfil social más elevado”, afirma Carolina Álvarez<sup>35</sup>. Es como si Hi5, al haberse generalizado, devino en consumo cultural del

<sup>31</sup> “La historia de Internet”, Televisión, Presentado por John Heidelmann, Producer by Oxford Cintific Films For Discovery Chanel, 1 Octubre 2008.

<sup>32</sup> “Facebook”, Wikipedia, Internet, 2010, <http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>, Acceso: 1 julio de 2010

<sup>33</sup> “Lady Gaga supera a Obama en Facebook”, Diario El País(España), Internet, 2010, [http://www.elpais.com/articulo/gente/Lady/Gaga/supera/Obama/Facebook/elpepuget/20100703elpepuag\\_e\\_2/Tes](http://www.elpais.com/articulo/gente/Lady/Gaga/supera/Obama/Facebook/elpepuget/20100703elpepuag_e_2/Tes), Acceso: 7 julio de 2010

<sup>34</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 5 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.

<sup>35</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 5 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.



“Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 grueso poblacional catalogado de “popular” y que convirtió al HI5 en una marca cultural identitaria de la plebe. Facebook otorgaba un **“aditivo posicionador de estatus”**.

Los estudiantes indicaron que facebook es una *red “más madura”*<sup>36</sup> *en contraste con Hi5*. Otro elemento correlacionado con el **estatus** es el poder que tiene el usuario para hacer notorio que él *está actualizado* o que participa de lo último en tecnología. Pedro Andrade señala que los usuarios desean sentir que están “a la vanguardia”<sup>37</sup>.

En añadidura, las redes sociales se han convertido en un espacio en el cual las personas *pueden enterarse de lo que hacen otras*. Pedro Andrade explica que los usuarios pueden acceder a los perfiles de sus ex parejas y enterarse “qué están haciendo”, inclusive se multiplican frases como **“ojos que no ven, Facebook que te lo cuenta”**<sup>38</sup>, o “entre el cielo y Facebook no hay nada oculto”<sup>39</sup>.

Es como si el mundo utópico de George Orwell novelado en su obra “1984”, hubiese intuido el mundo de la televigilancia, a través de un “Gran Hermano” llamado “redes sociales”. Un panóptico, de la supervigilancia pasional, voyerista, de escurrirse en la vida ajena con la huella indeleble de la identidad digital. Al respecto, Facebook ofrece ciertos candados para que los usuarios tengan mejor privacidad<sup>40</sup>.

Otro elemento que ha provocado una migración hacia Facebook es la capacidad de *integración de diversas aplicaciones* que le permiten al usuario encontrar dentro de esta red social todo lo que necesita, sin necesidad de salir de ella, a esta tendencia se la conoce como *Internet Centrípeto* (Piscitelli, 2001: 81). Sobre la integración de aplicaciones y servicios Roberto Cordero, indica que en Facebook se puede encontrar anuncios de trabajo, noticias actualizadas, video chat, chat, juegos en línea, etc., lo que le convierte a Facebook en una plataforma más versátil y útil.

<sup>36</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 6 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.

<sup>37</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 5 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.

<sup>38</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 5 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.

<sup>39</sup> “Ojos que no ven Facebook que te lo cuenta” Facebook, Internet, 2010,  
<http://www.facebook.com/pages/OJOS-QUE-NO-VEN-FACEBOOK-QUE-TE-LO-CUENTA/195495176244>, Acceso: 10 junio de 2010.

<sup>40</sup> “Facebook suprime aplicaciones que dicen revelar quién visita tu perfil”, Diario El Mundo(España), Internet, 2010, <http://www.elmundo.es/elmundo/2010/03/16/navegante/1268739876.html>, Acceso: 10 junio de 2010.



Otro de los hallazgos de este estudio es que para los usuarios de Facebook la **publicación del estado** es muy importante, pues cada persona puede expresar instantáneamente lo que cruza por su mente, indicar el lugar en el que está, qué siente, etc.

Alrededor de estos usos, el periodista colombiano Omar Rincón, en el conversatorio sobre *Ciberactivismo* organizado por CIESPAL<sup>41</sup>, explicaba que la posibilidad de intervenir en las redes sociales para generar un ciberactivismo frente a temas de interés público es incipiente, pues al momento los entornos digitales han propiciado el crecimiento explosivo de “egotecas”. Y justamente el “dejarse ver”, “estar en vitrina” son las motivaciones más genuinas por las que las redes sociales se han vuelto populares.

### **Tiempo invertido por los alumnos en las redes sociales**

La mayoría de estudiantes afirmó que invierte en su red social entre 1 y 3 horas a la semana, esto se debe a que la mayoría accede a Internet a través de los laboratorios de computación de la Universidad, lugar donde actualmente está bloqueado el acceso a redes sociales como Hi5 o Facebook. La segunda opción para acceso son los cibercafés donde el usuario paga un costo.

Por otro lado los estudiantes que participaron del focus group y que están más tiempo en conexión con las redes sociales son quienes disponen de conectividad en su casa.

### **Relaciones y comunicación a través de redes sociales**

La encuesta reveló que 100 de 161 estudiantes de la Escuela de Comunicación Social privilegian el uso de las redes sociales para relacionarse o interactuar con amigos (ver

<sup>41</sup> Conversatorio “Ciberactivismo: redes sociales y nuevas tecnologías para la comunicación política”, Omar Rincón Director del *Centro de Competencia de Comunicación para América Latina* (de la Fundación Fundación Friederich Ebert) C3. En este el evento organizado por CIESPAL en Quito el lunes 5 de julio de 2010, Rincón también contó las experiencias de la campaña de Antanas Mockus (en las elecciones de Colombia en 2010) quien trató de replicar la promoción digital a través de plataformas Open Source, como lo hizo Barack Obama en Estados Unidos en las elecciones presidenciales de 2008.



“Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 cuadro 11). Al respecto los participantes de la entrevista revelaron que aunque existe cercanía con sus compañeros de clase, nuevamente se enlazan y comunican con ellos a través de las redes sociales. Incluso esta comunicación resulta más fluida a través del espacio virtual que en el presencial porque “a veces no existe el tiempo suficiente para conversar con nuestros compañeros [...] cara a cara”<sup>42</sup>, afirma Gabriela Domínguez.

Por su lado Isabel Aguilar indica que es común socializar nuevamente con las personas que están cercanas, “eso es algo que ya *se te sale de las manos*”<sup>43</sup>. Pero Andrade indicó que algunas relaciones virtuales llegan inclusive a provocar relaciones sentimentales o como él las llama “*ciber love*”<sup>44</sup>.

Así mismo 72 de cada 161 estudiantes usan redes sociales para comunicarse con sus familiares en lugares distantes. Al respecto los participantes de la entrevista grupal revelaron que el Internet es un medio que les permite abaratizar costos y lograr una comunicación interactiva en tiempo real ya sea por chat, en Facebook, Hi5 o utilizando Skype o Messenger, que en conjunto son herramientas que permiten una comunicación a la distancia más rápida e interactiva.

Otra razón para utilizar las redes sociales es la de contactar viejos amigos. Carolina Álvarez cuenta que a través de este sistema digital se ha reencontrado con amigos de su infancia, o con personas que “no veía hace mucho tiempo”<sup>45</sup>.

### Opinión y participación a través de redes sociales de los alumnos

Como se explicó en líneas anteriores existe multiplicidad de oportunidades para la interacción con quienes participan de las redes sociales, en especial para debatir u opinar sobre cualquier tópico. Sin embargo, a pesar de que este estudio se realizó con estudiantes de la Escuela de Comunicación Social no existe una participación activa al momento de debatir sobre un tema, apenas el 39,75 % de los estudiantes lo hace (ver cuadro 12). Situación que corrobora lo mencionado por Omar Rincón, quien asegura

<sup>42</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 9 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.

<sup>43</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 9 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.

<sup>44</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 10 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.

<sup>45</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 10 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 que el ciberactivismo para asuntos políticos, ecológicos o que tienen que ver con proyectos de ciudadanía aún está en cierres.

### Multimedia y posteo de documentos online

A la Web 2.0 se la ha denominado la Web del usuario, porque ofrece posibilidades al internauta para **colocar** en Internet sus propios contenidos, siendo un espacio óptimo para las labores de difusión de los trabajos de un estudiante de comunicación social. Sin embargo, los resultados de la encuesta demuestran que el 71,42% de los estudiantes suben fotos a las redes sociales Facebook y Hi5, mientras que el posteo de documentos multimedia, como el video, apenas llega al 29,19 %. Esta cifra fue triangulada con el número de encuestados que poseen una cuenta en youtube (24,84%) y nos permite afirmar la exactitud del dato (ver cuadro 14).

Durante la entrevista grupal se descubrió que los estudiantes tenían temor a ser criticados si publicaban sus productos de comunicación. “**Ha de estar mal**”<sup>46</sup> decía Roberto Cordero. Al escuchar eso, Carolina Álvarez indicó que ella sube a Internet “textos, audios, y videos. Y no porque piense que sus aportes sean óptimos sino “porque quiero compartirlos y deseo una opinión, de lo que yo hago [...] me interesa saber si voy o no a funcionar como periodista”<sup>47</sup>.

### Uso de redes sociales y medios de comunicación

El 93,73% de los estudiantes de Comunicación Social todavía utiliza los medios convencionales para informarse. Sin embargo, el 60,24% de los encuestados afirmó utilizar redes sociales para actualizarse, mientras que el 44,09% dijo ser fan o seguidor de un medio de comunicación a través de una red social (ver cuadro 15).

Los datos anteriores permiten apreciar que todavía existe una supremacía de los medios tradicionales sobre los medios digitales. Sin embargo, la plataforma de las redes sociales ha logrado capturar buena parte de la interacción y participación del público

<sup>46</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 9 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.

<sup>47</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 9 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.



“Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 joven, pues ellos afirman que a través de las redes sociales acceden a información actualizada al instante.

Ricardo Tello profesor de la escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca hace referencia a los criterios de José Luis Orihuela y Alejandro Piscitelli, al advertir que los “**jóvenes están leyendo en otros soportes**”<sup>48</sup> diferentes al libro tradicional. Al respecto, Roberto Cordero, estudiante de esta Facultad comentó que con la interacción que se presenta en Internet, se puede hacer el seguimiento del mundial en **tiempo real** “entonces ya para que ver la televisión o [...] leer el siguiente día el periódico”<sup>49</sup>.

Por otro lado, ser seguidor de un medio de comunicación no implica necesariamente ser un fan de un noticiero o de una emisora informativa tradicional, pero sí significa que las emisoras que interactúan con sus oyentes a través de redes sociales están posibilitando un mejor retorno de la comunicación de ida y vuelta. Dichos medios buscan sintonizarse con las nuevas tendencias de la comunicación y tratan de capturar un público joven.

### Intercambio académico

En la parte final del instrumento de investigación se colocaron cuatro preguntas orientadas a conocer la predisposición de participación de estudiantes y profesores a través de redes sociales (ver cuadro 16). En el caso de los estudiantes el 41,61% indicó que ya interactúa en redes sociales con fines académicos. El 60,24% cree que las redes sociales facilitan su desempeño académico y un abrumador 88,81% está dispuesto a participar de los programas educativos que la Universidad impulse a través de redes sociales. Finalmente el 79,5% de los estudiantes encuestados **están en desacuerdo** que la Universidad de Cuenca **bloquee el acceso** de los centros de cómputo a las redes sociales.

Estos datos presentan un panorama favorable para la educación universitaria, pues los noveles comunicadores ya manejan plataformas sociales y esto puede redundar en

<sup>48</sup> Entrevista Ricardo Tello, página 5 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010..

<sup>49</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 10 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.



“Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 beneficio de su educación. Durante la entrevista grupal todos los participantes afirmaron que esta opción les permitiría estar a la vanguardia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, TICs. Por otro lado, explicaron que las redes sociales facilitarían interactividad con el profesor y sus compañeros. Ésa es quizá la razón más importante para procurar un proceso de enseñanza que vincule las redes sociales con los contenidos académicos. “La Universidad debería aprovechar la tecnología para el beneficio académico de los estudiantes”<sup>50</sup>, explicó Pedro Andrade. A criterio de Isabel Aguilar “el sistema de enseñanza que tenemos aquí está desactualizado y la pedagogía predominante es la educación bancaria”<sup>51</sup> y por lo tanto se requieren modificaciones.

Pero también existen desventajas al trabajar en un sistema totalmente virtual. Por ejemplo, se perdería el contacto físico y los estudiantes no podrían afrontar la rigurosidad de la autoexigencia. Este sería un factor gravitante para posibles deserciones o pérdidas del ciclo lectivo, pues los educandos llegan a la Universidad con una **formación pedagógica bancaria**. Sin embargo, Andrés Calle cree que “la red social podría servir como material de apoyo, como **un plus de la clase** que recibimos en la Universidad [...] pues no es normal vivir o relacionarse detrás de una pantalla,”<sup>52</sup> mencionó.

#### 4.1.2 De los docentes

##### Sistema de Correo electrónico entre los profesores

Los nueve docentes de la Escuela de Comunicación Social afirmaron tener una cuenta de correo electrónico (ver cuadro 17). Sin embargo, dos profesores no colocaron su dirección electrónica, permitiéndonos observar que no la usan y por lo tanto no recordaban la dirección o realmente no la tienen. Es necesario recordar que el email es una herramienta básica de comunicación y aún más para un profesor de comunicación social, como lo afirma Ricardo Tello, profesor de la Escuela de Comunicación, quien indicó que el correo electrónico posee muchas potencialidades especialmente para el docente, pudiendo ser utilizado como un buzón digital donde los alumnos envían sus

<sup>50</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 12 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.

<sup>51</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 12 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.

<sup>52</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 12 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.



“Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 deberes y tareas. Por esta vía, el documento digital puede ser monitoreado digitalmente a través de un motor de búsqueda (Google por ejemplo) y “el docente podrá percibirse si el trabajo fue o no plagiado de Internet”<sup>53</sup>.

En cuanto a las preferencias de uso de sistemas de correo electrónico (ver cuadro 18) Gmail posee dos usuarios que significan el 22,2% de preferencia. Dos profesores afirmaron usar Hotmail y uno MSM (sistema que también pertenece a Microsoft) sumados estos dos servidores alcanzan el 33,3%, de preferencia por el soporte que ofrece Microsoft. Una docente indicó tener su correo en Ymail (marca promocionada por la empresa Yahoo Inc.) y sólo un profesor utiliza el correo institucional como medio regular de comunicación.

Al respecto podemos indicar que el uso preferente por Gmail se debe a que esta plataforma, integra algunas herramientas como el sistema *Google Docs* que permite al docente trabajar en red un documento compartido, chequeo, suscripciones RSS, acceso directo a cuentas para *Youtube o Blogger*.

### Uso de blogs de docentes

En cuanto al uso de blogs y su publicación solo **cuatro profesores**, afirmaron tener un blog (ver cuadro 19) y **solo uno colocó con exactitud la dirección**, lo que evidencia que realiza publicaciones regulares. Al respecto Ricardo Tello cuenta que dispone de un blog para sus clases con los estudiantes de octavo ciclo de periodismo. Mediante este blog se realizan publicaciones o comentarios a manera de debate sobre lecturas propuestas. El docente comenta que “esta es una forma de vincularles al tema del uso de las nuevas tecnologías y de cierta manera mientras la Universidad como tal se actualiza, establecer una forma de aula virtual”<sup>54</sup>.

---

<sup>53</sup> Entrevista realizada a Ricardo Tello, Cuenca Ecuador, Universidad de Cuenca, anexo página 12 Universidad de Cuenca, 29 Junio de 2010.

<sup>54</sup> Entrevista realizada a Ricardo Tello, Cuenca Ecuador, Universidad de Cuenca, anexo página 1 Universidad de Cuenca, 29 Junio de 2010.



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 Un ejercicio similar podría plantearse con los profesores, de tal manera que se podrían generar ideas y criterios respecto de un tema académico o de cualquier otra índole.

### Posesión de página web de docentes

El estudio encontró que ninguno de los docentes posee una página Web (ver cuadro 20) y las razones son las mismas que se expusieron en el caso de los estudiantes. Por otro lado, este dato es preocupante pues implica que al menos uno de los profesores debería tener cierto conocimiento sobre el tema de programación Web, ya que la Escuela de Comunicación tiene previsto para el año lectivo 2013 – 2014 sacar su primera promoción de periodistas digitales, cuando la realidad demuestra que no existe una formación académica adecuada sobre el manejo de infraestructura Web desde una óptica comunicacional.

### Acceso a Internet y lugares de acceso en docentes

La encuesta reveló que el 100% de los docentes de la Escuela de Comunicación Social ingresa a Internet (ver cuadro 21). El 88,88 % lo hace desde su casa y el 66,66% del cuerpo docente accede desde la Universidad de Cuenca. Estos datos demuestran que la accesibilidad de Internet en los profesores es óptima y se transforma en una herramienta vital para una actualización constante en el área de comunicación. Este acceso otorga oportunidades al docente para encontrar documentación académica, pedagógica, actualización sobre nuevas tecnologías de la información y la comunicación, acceso a bibliotecas virtuales e incluso publicación de su producción intelectual.

Al respecto Ricardo Tello explica que no es posible que "un profesor se prive de la posibilidad de acceder a libros digitales gratuitos,[...] a subir su propia creación [...] sobre todo porque los alumnos en muchos casos van adelante del profesor y es necesario romper la brecha tecnológica"<sup>55</sup>. Al respecto es necesario señalar que las limitaciones económicas no son excusa para no acceder a este medio de comunicación,

---

<sup>55</sup> Entrevista realizada a Ricardo Tello, Cuenca Ecuador, Universidad de Cuenca, anexo página 2 Universidad de Cuenca, 29 Junio de 2010.



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 pues los costos de computadoras y los planes de banda ancha han disminuido notablemente.

### Frecuencia de uso de Internet en docentes

La encuesta permitió conocer que el 66,66 % de los profesores (seis profesores) ingresa a Internet todos los días (ver cuadro 22). Los tres docentes restantes ingresan a Internet cuatro, cinco y seis veces por semana respectivamente. Esto permite constatar que en general los maestros están utilizando Internet con frecuencia casi diaria.

### Acceso diario y tiempo de navegación en Internet

En cuanto al acceso diario a Internet (ver cuadro 23) el dato generado en la encuesta indica que el 44,44% de los maestros acceden en un promedio de dos veces al día, mientras que el 22,22% (**dos profesores**) afirmaron que ingresan cinco veces al día y sólo **un docente** aseguró que accede a la Web siete veces al día. Estos datos revelan que existe una interacción constante en Internet.

Los datos estadísticos de la encuesta permitieron conocer que **no existe un tiempo promedio fijo de navegación en Internet**. Sin embargo, podemos resaltar que existen al menos dos profesores, que cuando navegan en Internet se conectan como mínimo 30 minutos o menos, se entiende que estos docentes solo revisarían su correo electrónico. En contraste otros dos maestros se conectan hasta cuatro horas. Al respecto podemos indicar que son aquellos que mantienen blogs activos, realizan investigaciones para su cátedra o buscan documentos académicos, o interactúan en redes sociales pues el 77% de maestros afirmó tener un perfil en una red social.

Al respecto, para romper la brecha digital existente una corresponsabilidad que requiere un esfuerzo individual y decisión de la Universidad para integrar al cuerpo docente a un



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 proceso de actualización, con el fin de que las nuevas tecnologías (que son necesarias en cualquiera de los campos del desarrollo humano) se inserten en el ejercicio académico<sup>56</sup>.

### Preferencia en el uso de redes sociales

En cuanto a las redes sociales el documento de investigación expuso una preferencia mayoritaria por Facebook, llegando a sumar el 77,77% de los profesores (ver cuadro 24), mientras que solo dos maestros afirmaron tener una cuenta en Hi5. Así mismo un solo docente aseguró tener una cuenta en Tuenti, dato que contrasta con la probabilística pues en el caso de los estudiantes ni uno solo afirmó tener una cuenta en dicha red social, ya que para ingresar se requiere de una invitación directa de un usuario que ya esté dentro de ella. Al parecer el docente confundió el término *Tuenti* con *Twitter*.

Al momento de realizar la encuesta se solicitó a los profesores colocar la dirección de correo electrónico con la que accedían a sus redes sociales. Este dato fue fundamental para realizar una comprobación de datos, lo que nos permitió encontrar que solamente cinco de los nueve docentes realmente constan en las redes sociales Hi5 y Facebook. La información se corrobora pues los cuatro profesores restantes a pesar de que dijeron tener una cuenta en Facebook respondieron negativamente o dejaron en blanco la pregunta 3.2, en la que se consultaba si tenían un perfil en una red social, término que significa participar o estar en una red social.

Estos resultados demuestran que existe gran temor por parte de los docentes a ser calificados como desactualizados. Situación similar se da con los estudiantes quienes vacilan entre publicar o colgar sus documentos o trabajos en la red pues creen que: “**ha de estar mal**”<sup>57</sup>. Esto nos lleva a pensar que constantemente respondemos a determinadas preguntas en función del que dirán. Los profesores por su lado sienten que los alumnos están por delante de ellos en el uso de las TICs.

Se evidencia que los docentes perciben las redes sociales como un elemento **banal** o de moda, sin contemplar que estos sistemas ofrecen ventajas que pueden ser aprovechadas

<sup>56</sup> Entrevista realizada a Ricardo Tello, Cuenca Ecuador, Universidad de Cuenca, anexo página 2 Universidad de Cuenca, 29 Junio de 2010.

<sup>57</sup> Ver anexo focus group estudiantes, página 9 Universidad de Cuenca, 28 junio de 2010.



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 como recursos de clase. En una red social los maestros pueden conocer un poco más a sus alumnos y descubrir datos como: formas de entretenimiento, lecturas, aficiones, algo que en el contacto diario en las aulas es posible en menor medida.

### Tiempo invertido por los docentes en las redes sociales

El 66,6% de profesores afirmó que invierte en su red social entre 1 y 3 horas a la semana. Dos maestros que representan al 22,2% del cuerpo docente indicó que invierten 30 minutos o menos en su red social. Finalmente solo un docente señaló que invierte de 6 a 10 horas en redes sociales (ver cuadro 25).

Es necesario indicar que la cifra del 66,6% de maestros que invierten entre 1 y 3 horas diarias debe ser menor pues como encontramos en la sección anterior de *preferencia de uso de redes sociales* un poco más de la mitad es decir **el 55,5% de los docentes no cuenta** con un perfil en una red social.

### Relaciones y comunicación a través de redes sociales de los docentes

Los datos encontrados sobre el uso que dan los docentes a las redes sociales permitieron descubrir que el 55,5% de los maestros usa redes sociales por razones familiares. El 33,3% usa el sistema para socializar con amigos y para actividades de ocio y entretenimiento. El 22,2% opina en foros y el 11,1% lo usa para buscar viejos amigos y conocer nuevas personas. Finalmente el 44,4% de los docentes utiliza el sistema para informarse de noticias (ver cuadro 26).

Al revisar las encuestas de manera individual se encontró que los maestros a quienes no se los localizó en las redes sociales Facebook y Hi5, son quienes menos actividades supuestamente realizan en el sistema, situación completamente opuesta con los cinco docentes que si mantienen un perfil público.

**Multimedia y posteо de documentos online en docentes**

El porcentaje de docentes que afirmó subir documentos a Internet llega al 88,8% (ver cuadro 27). Sin embargo, esta cifra contrasta cuando se la triangula con los soportes que podrían ser utilizados para postear archivos digitales. Por ejemplo una profesora a la que no se la pudo localizar en Facebook (sitio donde dijo estar registrada) afirma que sube documentos a Youtube, cabe indicar que en Youtube solo se pueden hospedar videos.

Otro ejemplo fue el de un docente (al que tampoco se lo localizó en la red social Facebook, donde supuestamente está registrado), afirmó que sube documentos y señaló a Picasa (ver cuadro 28) como plataforma de posteо (Picasa es una aplicación Web 2.0 exclusiva para subir fotos). Este profesor también señaló que sube videos y para ello utiliza Youtube y Facebook como soportes de almacenamiento, esto genera una seria duda con respecto a su respuesta, pues como ya indicamos no se lo pudo ubicar en Facebook, por lo tanto muy difícilmente tendrá una cuenta en Youtube para almacenar videos. Las situaciones son similares para otros dos docentes a quienes tampoco se los localizó en redes sociales.

Por otro lado los profesores activos en redes sociales fueron más equilibrados en sus respuestas, inclusive una maestra fue tan franca que indicó que ella **no sube nada a Internet**. Otros maestros indicaron que suben específicamente fotos y documentos y para ello señalaron a Facebook y Hi5 como soportes de hospedaje.

Como se había señalado anteriormente la Web 2.0 ofrece una gran posibilidad de publicar contenidos propios, a tal punto que solo basta con tener un blog, una cuenta en Facebook, o en un espacio en sistemas como Megaupload, Mediafire, Rapidshare, Slideshare u otros, con el fin de subir documentos creados por los usuarios. Sin embargo, esta posibilidad se diluye pues es notoria una falta de conocimiento sobre las potencialidades de la Web 2.0.

Para Ricardo Tello aprovechar las TICs solo requiere tomar la decisión de sistematizar los procesos.



“Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 “quienes se sienten excluidos en este tema o se suben o se quedan. Es quizá una forma cruel, pero es necesaria, porque muchas veces, ya la historia lo ha demostrado, no podemos detener el tren para que se suban todos, porque puede ser más perjudicial”<sup>58</sup>.

Es necesario que tanto docentes como universidad unan sus voluntades y establezcan un proceso de actualización para su planta docente.

### **Uso de redes sociales y medios de comunicación en docentes**

En cuanto al consumo de información a través de los medios convencionales de comunicación, el 100% de los docentes los usa para actualizarse. Así mismo es necesario explicar que el alcance de las redes sociales como soporte informativo está en proceso de crecimiento, pues el 77,7% de los docentes afirmó usar este sistema para consumir noticias. Sin embargo, de los cinco profesores que mantienen activos sus perfiles en las redes sociales, solo una maestra indicó que no usa el sistema para este fin. En cuanto a los cuatro docentes que no constan en redes sociales, dos afirmaron que se informan utilizando redes sociales. Es importante señalar que la mayoría de medios de comunicación han creado páginas públicas en la red social Facebook y para acceder a ellas no es necesario estar suscrito. Por lo tanto se puede concluir que es real que el 77,7% de los docentes si utiliza las redes sociales para informarse (ver cuadro 29).

### **Intercambio académico en docentes**

En el caso de los docentes el 66,6% indicó que interactúa en redes sociales con fines académicos (ver cuadro 30). El 88,8% cree que las redes sociales facilitan su desempeño académico y el 100% de los docentes está dispuesto a participar de los programas educativos que la Universidad impulse a través de redes sociales. Finalmente de los nueve profesores **solo dos estuvieron de acuerdo en que la Universidad**

---

<sup>58</sup> Entrevista realizada a Ricardo Tello, Cuenca Ecuador, Universidad de Cuenca, anexo página 4 Universidad de Cuenca, 29 Junio de 2010.



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 **bloquee el acceso a redes sociales** desde los centros de cómputo y finalmente solo una profesora dejó los casilleros de ésta pregunta en blanco.

Es importante resaltar que el 88,81% de los estudiantes y el 100% de profesores de la Escuela de Comunicación Social tienen predisposición para participar en programas educativos en redes sociales organizados por la Universidad de Cuenca. Esto se convierte en una oportunidad para la actualización tanto de docentes como de educandos. Como dice Alejandro Piscitelli los alumnos pueden convertirse en “(no) alumnos” y los profesores en “(no) profesores” (Piscitelli, 2010: 188), pues mutuamente pueden aprender a través de este ejercicio de enseñanza no horizontal. Esto significa que quién no conoce o ha trabajado en plataforma Web 2.0 puede integrarse a nuevas metodologías de enseñanza. Finalmente los docentes podrían interactuar con sus alumnos e inclusive conocer áreas que no se aprecian fácilmente en la comunicación cotidiana en las aulas.

La posibilidad tecnológica que ofrece la Web 2.0 permite un ejercicio práctico diario pero se requieren emprendimientos creativos que de alguna manera sean guiados por los profesores o la Universidad.



## Conclusiones

- El índice de acceso a Internet en estudiantes y docentes de la Escuela de Comunicación Social es del 100% y supera con creces el promedio nacional, que según las Naciones Unidas en el 2009 estipulaba que solo el 11, 67%<sup>59</sup> de la población ecuatoriana tenía acceso a este servicio.
- La Universidad dispone de una oportunidad única con las TICs, pues existe predisposición tanto de estudiantes como de profesores de participar en temas académicos utilizando el soporte que otorgan las redes sociales.
- El estudio indica que los estudiantes tienen más conocimiento sobre el uso y manejo de redes sociales que sus profesores. Ellos aprovechan mejor las potencialidades para relacionarse con sus pares e incluso varios estudiantes han entrado en contacto a través de redes sociales con al menos **cinco docentes** de la escuela de comunicación social. Esto es positivo por cuanto las relaciones y la interactividad entre estos dos grupos puede fortalecerse si existiera un fin pedagógico o educativo.
- Aunque el 100% de los profesores afirmaron estar presentes en las redes sociales, al realizar una triangulación de datos, encontramos que el 55,5% tiene realmente un perfil en estos espacios digitales. Mientras que el otro 45,5% falseó la información por temor a la crítica. El promedio de edad de dichos docentes oscila entre 69 y 45 años, siendo la edad un factor gravitante que muestra una acentuación de la brecha digital.
- La Universidad debe abrir espacios de actualización para sus profesores y los profesores deben buscar actualizarse en dichas áreas.
- Los estudiantes no están utilizando todas las ventajas de publicación que les ofrece las Web 2.0, la principal razón es el temor a equivocarse.

---

<sup>59</sup> The Information Economy Report, Internet, 2009, [http://unctad.org/en/docs/ier2009\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/ier2009_en.pdf) Acceso: 18 mayo 2010



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

- Aunque las redes sociales tienen grandes potencialidades para el diálogo y el debate, al momento estos espacios no han trascendido como plataformas óptimas para la construcción de ciudadanía, al menos entre las y los estudiantes de la Escuela de Comunicación investigada. En este primer estadio no se han levantado procesos significativos de ciberactivismo en temas políticos, de movilización o incidencia. Por el momento, las redes sociales se han constituido en una suerte de vitrinas personales. Es decir, ágoras que los usuarios utilizan para mostrar su presencia en el mundo a través de fotos, videos, comentarios, etc.
- La red social con mayor crecimiento en el país es la de Facebook. Esto también es evidente en los datos levantados en la Universidad de Cuenca. Existe una migración creciente de Hi5 a Facebook. (Según un reporte de la página <http://www.facebakers.com> el Ecuador dobló y casi triplica el número de usuarios en facebook en los últimos 6 meses: en diciembre del 2009 paso de los 400 mil usuarios a más de un millón en Mayo).
- La migración de una red a otra (de Hi5 a Facebook) sucede como una espiral donde se esconden percepciones culturales o prejuicios sociales. Ideas de corte clasista, de pertenencia social, de distanciamiento con lo que es considerado parte del “vulgo” o “popular”. El consumo es cultural, y privilegia espacios (Facebook) cuya marca es el sello personal de un usuario que no quiere saberse parte del grueso popular (Hi5).
- “Hacerse ver” es sinónimo de existir, de validación ante un grupo de pares. No tener identidad virtual es semejante a no existir.
- Las fronteras entre lo público y lo privado en este “cibervitrineo” son cada vez más porosas. Es decir, las personas se tornan hipervisibles al exponer sus perfiles al dominio público.

**Bibliografía**

Boyd, Danah y Ellison, Nicole. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, Internet <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>  
Acceso 20 de mayo 2010.

Castells, Manuel. *La sociedad Red: Una Visión Global*. Madrid, Alianza Editorial, 2004.

Castells, Manuel. *La Galaxia Internet*, Editorial Areté, 2001, España, 2001.

Cobo Romaní, Cristobal y Pardo Kuklinski, Hugo: *Planeta Web 2.0: Inteligencia Colectiva o Medios Fast Food*, Barcelona, España / México DF, Grup de Recerca, D'interaccions, Digitals/ FLACSO – México, 2007.

Debus, Mary, *Manual para la Excelencia en la Investigación Mediante Grupos Focales*, Academy for Educational Development, Washington, 1988.

Freire, Edith. *Manuales de Radio Comunitaria*. Visión Mundial. Diciembre 2009.

Piscitelli, Alejandro. *Ciberculturas 2.0 en la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires, Editorial Paidos, 2002.

Piscitelli, Alejandro. *El Proyecto Facebook en la Postuniversidad, Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Madrid, Ariel, Colección Telefónica, 2010.

Ugarte, Diego. *Historia del Análisis de Redes Sociales*, Internet [http://deugarte.com/gomi/historia\\_del\\_analisis\\_de\\_redes\\_sociales.pdf](http://deugarte.com/gomi/historia_del_analisis_de_redes_sociales.pdf) Acceso: 13 de mayo de 2010.

Vianello, Marina *El Hipertexto entre la utopía y la aplicación: identidad, problemática y tendencias de la web*, Ediciones TREA, S.L. España, 2004.



## Anexos

- 1 Cuadros con los resultados de las encuestas a profesores y estudiantes de las Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca.
- 2 Transcripción del *focus group* realizado por Xavier Macas el 28 de junio de 2010, con estudiantes voluntarios de la Escuela de Comunicación Social, en la cafetería de la Facultad de filosofía de la Universidad de Cuenca.
- 3 Transcripción de la entrevista realizada por Xavier Macas el 29 de junio de 2010, al Licenciado Ricardo Tello Tello, profesor de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca.
- 4 Modelo de encuesta realizada a estudiantes y profesores de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social  
de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

**Tablas de uso redes sociales en estudiantes.****Cuadro 1** Preferencias en el uso de sistemas de correo electrónico

			SISTEMA DE CORREO ELECTRÓNICO				Total
			hotmail	gmail	yahoo	live	
SEXO	Femenino	Conteo	71	12	7	0	90
		SEXO	78,9%	13,3%	7,8%	,0%	100,0%
		CORREO	54,6%	66,7%	77,8%	,0%	56,6%
		Total	44,7%	7,5%	4,4%	,0%	56,6%
	Masculino	Conteo	59	6	2	2	69
		SEXO	85,5%	8,7%	2,9%	2,9%	100,0%
		CORREO	45,4%	33,3%	22,2%	100,0%	43,4%
		Total	37,1%	3,8%	1,3%	1,3%	43,4%
Total		Conteo	130	18	9	2	159
		SEXO	81,8%	11,3%	5,7%	1,3%	100,0%
		CORREO	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		Total	81,8%	11,3%	5,7%	1,3%	100,0%

FUENTE: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.

AUTOR: Xavier Macas

**Cuadro 2** Preferencia de uso de blog según el sexo

			Sistema de BLOG			Total
			blogspot	blogger	gblogs	
SEXO	Femenino	Conteo	16	3	1	20
		SEXO	80,0%	15,0%	5,0%	100,0%
		BLOG	50,0%	100,0%	100,0%	55,6%
		Total	44,4%	8,3%	2,8%	55,6%
	Masculino	Conteo	16	0	0	16
		SEXO	100,0%	,0%	,0%	100,0%
		BLOG	50,0%	,0%	,0%	44,4%
		Total	44,4%	,0%	,0%	44,4%
Total		Conteo	32	3	1	36
		SEXO	88,9%	8,3%	2,8%	100,0%
		RED DE BLOG	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		Total	88,9%	8,3%	2,8%	100,0%

FUENTE: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.

AUTOR: Xavier Macas

**Cuadro 3** Posesión de página web según especialización

CARRERA	Periodismo	Conteo	POSEE PÁGINA WEB		Total
			Si	No	
UNIVERSITARIA	CARRERA UNIVERSITARIA	Conteo	5	90	95
		POSEE PÁGINA WEB	5,3%	94,7%	100,0%
		Total	83,3%	58,1%	59,0%
	Relaciones	Conteo	3,1%	55,9%	59,0%
Total	CARRERA UNIVERSITARIA	Públicas	1	65	66
		POSEE PÁGINA WEB	1,5%	98,5%	100,0%
		Total	16,7%	41,9%	41,0%
	,6%		40,4%		41,0%

FUENTE: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.

AUTOR: Xavier Macas

**Cuadro 4** Lugares de acceso a Internet

	ACCEDE A INTERNET	CARRERA UNIVERSITARIA	
		Periodismo	Relaciones Públcas
		Recuento	Recuento
DESDE UNIVERSIDAD	Si	74	43
DESDE UN CIBERCAFÉ	Si	60	38
DESDE SU CASA	Si	41	29
DESDE RED WIFI	Si	21	13
GRATUITA			
DESDE CELULAR	Si	10	11
DESDE MODEM USB	Porta	5	5
	Movistar	8	5
	Alegro	0	1

FUENTE: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

AUTOR: Xavier Macas

**Cuadro 5** Número de veces por semana que ingresa a Internet

		SEXO	
		Femenino	Masculino
		Recuento	Recuento
NÚMERO DE VECES POR SEMANA QUE INGRESA A INTERNET	1 vez por semana	4	4
	2 veces por semana	9	8
	3 veces por semana	17	11
	4 veces por semana	13	11
	5 veces por semana	20	7
	6 veces por semana	7	3
	7 veces por semana	21	26
	Sub total:	91	70
	Total:		161

FUENTE: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.

AUTOR: Xavier Macas

**Cuadro 6** Tiempo de navegación en Internet por día

		SEXO	
		Femenino	Masculino
		Recuento	Recuento
TIEMPO DE NAVEGACION EN INTERNET POR DÍA	30 minutos o menos	14	11
	1 hora	33	26
	2 horas	25	16
	3 horas	5	9
	4 horas	7	6
	5 horas o más	7	2

FUENTE: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.

AUTOR: Xavier Macas

**Cuadro 7** Número de veces por día que ingresa a Internet

		SEXO	
		Femenino	Masculino
		Recuento	Recuento
NÚMERO DE VECES POR DÍA QUE INGRESA A INTERNET	1 vez al día	40	32
	2 veces al día	32	17
	3 veces al día	12	8
	4 veces al día	1	7
	5 veces al día	2	3
	6 veces al día	1	1
	7 veces al día	3	2

FUENTE: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.

AUTOR: Xavier Macas

**Cuadro 8** Número de veces por semana que ingresa a Internet

NÚMERO DE VECES POR SEMANA QUE INGRESA A INTERNET	CICLO QUE CURSA			
	2º Ciclo	4º Ciclo	6º Ciclo	8º Ciclo
	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
1 vez por semana	4	2	1	1
2 veces por semana	4	3	7	3
3 veces por semana	9	11	6	2
4 veces por semana	11	8	3	2
5 veces por semana	7	8	8	4
6 veces por semana	7	3	0	0
7 veces por semana	11	8	14	14

FUENTE: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.

AUTOR: Xavier Macas

**Cuadro 9** Comparación comparativo entre Hi5 y Facebook por género de usuario

		SEXO	
		Femenino	Masculino
		Recuento	Recuento
UTILIZA RED SOCIAL HI5	Si	55	49
UTILIZA RED SOCIAL FACEBOOK	Si	60	44
Total	104 usuarios		

FUENTE: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación



UNIVERSIDAD DE CUENCA

"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

Social el 17 y 18 de junio de 2010.

AUTOR: Xavier Macas

**Cuadro 10** Número de horas a la semana que permanece en redes sociales

		SEXO	
		Femenino	Masculino
		Recuento	Recuento
HORAS POR SEMANA DE USO DE REDES SOCIALES	30 minutos o menos	26	29
	1 a 3 horas	33	23
	3 a 6 horas	10	9
	6 a 10 horas	6	4
	10 o más horas	7	1

FUENTE: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.

AUTOR: Xavier Macas

**Cuadro 11** Usos de redes sociales

USOS DE REDES SOCIALES		SEXO	
		Femenino	Masculino
		Recuento	Recuento
USA REDES SOCIALES PARA COMUNICACIÓN CON LA FAMILIA	Si	45	27
USA REDES SOCIALES PARA BUSCAR VIEJOS AMIGOS	Si	44	24
USA REDES SOCIALES PARA CONOCER PERSONAS	Si	32	32
USA REDES SOCIALES PARA SOCIALIZAR CON AMIGOS	Si	58	42
USA REDES SOCIALES PARA OCIO Y ENTRETENIMIENTO	Si	33	33
USA REDES SOCIALES PARA JUEGOS VIRTUALES ON LINE	Si	3	4
USA REDES SOCIALES PARA DAR OPINION EN FOROS	Si	12	12
USA REDES SOCIALES PARA INFORMARSE DE NOTICIAS	Si	34	30

FUENTE: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.

AUTOR: Xavier Macas

**Cuadro 12** Opinión a través de redes sociales

		SEXO	
		Femenino	Masculino
		Recuento	Recuento
PARTICIPA EN DISCUSIONES U OPINA A TRAVÉS DE REDES SOCIALES	Si	31	33



UNIVERSIDAD DE CUENCA

"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

FUENTE: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación

Social el 17 y 18 de junio de 2010.

AUTOR: Xavier Macas

### Cuadro 13 Posteo de documentos Online

	Si	SEXO	
		Femenino	Masculino
		Recuento	Recuento
SUBE A INTERNET	Si	19	19
MUSICA			
SUBE A INTERNET	Si	24	32
DOCUMENTOS			
SUBE A INTERNET VIDEOS	Si	23	24
SUBE A INTERNET FOTOS	Si	64	51
otro_tipo_doc		0	0

FUENTE: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.

AUTOR: Xavier Macas

### Cuadro 14 Que sistema utiliza para postear sus documentos Online

	Si	SEXO	
		Femenino	Masculino
		Recuento	Recuento
UTILIZA FLICKR PARA SUBIR INFORMACIÓN	Si	2	1
UTILIZA NETLOG PARA SUBIR INFORMACIÓN	Si	3	2
UTILIZA MY SPACE PARA SUBIR LA INFORMACIÓN	Si	7	6
UTILIZA FACEBOOK PARA SUBIR LA INFORMACIÓN	Si	49	38
UTILIZA PICASA PARA SUBIR LA INFORMACIÓN	Si	0	0
UTILIZA SONICO PARA SUBIR LA INFORMACIÓN	Si	9	7
UTILIZA HI5 PARA SUBIR LA INFORMACIÓN	Si	44	42
UTILIZA YOUTUBE PARA SUBIR LA INFORMACIÓN	Si	26	14
utiliz_otra		0	0
		1	0
	que pasa	1	0

FUENTE: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.

AUTOR: Xavier Macas

**Cuadro 15** Redes sociales y medios de comunicación

		SEXO	
		Femenino	Masculino
		Recuento	Recuento
UTILIZA MEDIOS CONVENCIONALES PARA INFORMARSE (TV, RADIO, PRENSA)	Si	87	64
UTILIZA REDES SOCIALES PARA INFORMARSE	Si	57	40
SEGUIDOR O "FAN" DE MEDIO DE COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE RED SOCIAL	Si	35	36
SEGUIDOR O "FAN" DE TELEVISIÓN	Si	22	22
SEGUIDOR O "FAN" DE RADIO	Si	13	17
SEGUIDOR O "FAN" DE PRENSA	Si	10	20
SEGUIDOR O "FAN" DE MEDIOS DIGITALES	Si	13	13

FUENTE: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.

AUTOR: Xavier Macas

**Cuadro 16** Redes sociales e intercambio académico

		SEXO	
		Femenino	Masculino
		Recuento	Recuento
INTERACTUA EN REDES SOCIALES CON FINES ACADÉMICOS	Si	35	32
LAS REDES SOCIALES FACILITAN EL DESEMPEÑO ACADÉMICO	Si	56	41
DISPONISIÓN A PARTICIPAR EN PROGRAMAS EDUCATIVOS	Si	87	56
IMPULSADOS POR LA UNIVERSIDAD A TRAVÉS DE REDES SOCIALES			
ESTÁ DE ACUERDO QUE LA UNIVERSIDAD BLOQUEE EL ACCESO A REDES SOCIALES	Si	19	14

FUENTE: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.

AUTOR: Xavier Macas

**Tablas de uso redes sociales en docentes.****Cuadro 17** Posesión de correo electrónico

Posesión de Correo Electrónico	SEXO		
	Femenino	Masculino	
	Recuento	Recuento	
POSEE CORREO ELECTRONICO	Si	3	6

Fuente: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.de la Universidad de Cuenca, el 21 de junio 2010

Autor: Xavier Macas

**Cuadro 18** Preferencias en el uso de sistemas de correo electrónico

Preferencias de correo electrónico	SEXO		
	Femenino	Masculino	
	Recuento	Recuento	
RED DE CORREO	hotmail	1	1
	gmail	1	2
	yahoo	0	0
	live	0	0
	ucuenca	0	1
	msn	0	1

Fuente: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.de la Universidad de Cuenca, el 21 de junio 2010

Autor: Xavier Macas

**Cuadro 19** Posesión de blog

Posesión de Blogs	SEXO		
	Femenino	Masculino	
	Recuento	Recuento	
POSEE BLOG	Si	1	3

Fuente: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.de la Universidad de Cuenca, el 21 de junio 2010

Autor: Xavier Macas

**Cuadro 20** Preferencias de correo electrónico

Posesión de páginas Web	SEXO	
	Femenino	Masculino
	Recuento	Recuento
POSEE PÁGINA WEB Si	0	0

Fuente: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social  
el 17 y 18 de junio de 2010.de la Universidad de Cuenca, el 21 de  
junio 2010

Autor: Xavier Macas

**Cuadro 21** Acceso a Internet

Acceso a Internet	SEXO	
	Femenino	Masculino
	Recuento	Recuento
ACCEDE A INTERNET DESDE SU CASA Si	3	5
ACCEDE A INTERNET DESDE UN CIBERCAFÉ Si	1	0
ACCEDE A INTERNET DESDE UNIVERSIDAD Si	1	5
ACCEDE A INTERNET DESDE RED WIFI Si	0	1
GRATUITA		
ACCEDE A INTERNET DESDE CELULAR Si	0	0
ACCEDE A INTERNET DESDE MODEM USB Porta	1	0
	Movistar	0
	Alegro	0

Fuente: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de  
2010.de la Universidad de Cuenca, el 21 de junio 2010

Autor: Xavier Macas

**Cuadro 22** Número de veces que accede a Internet a la semana

Número de veces que accede a Internet a la semana	DOCENTES	
	Si	No
	Recuento	Recuento
NÚMERO DE VECES POR SEMANA QUE INGRESA A INTERNET		
1 vez por semana	0	0
2 veces por semana	0	0
3 veces por semana	0	0
4 veces por semana	1	0
5 veces por semana	1	0
6 veces por semana	1	0
7 veces por semana	6	0

Fuente: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.de la Universidad de Cuenca, el 21 de junio 2010

Autor: Xavier Macas

**Cuadro 23** Tiempo de navegación en Internet

Tiempo de navegación en internet	DOCENTES	
	Si	
	Recuento	
TIEMPO DE NAVEGACION EN INTERNET POR DÍA		
30 minutos o menos	2	
1 hora	2	
2 horas	2	
3 horas	1	
4 horas	2	
5 horas o más	0	

Fuente: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.de la Universidad de Cuenca, el 21 de junio 2010

Autor: Xavier Macas



UNIVERSIDAD DE CUENCA

"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

**Cuadro 24** Preferencia de uso Redes Sociales

Preferencia de uso de Redes Sociales	DOCENTES	
	Si	Recuento
	Recuento	
UTILIZA RED SOCIAL TUENTI	Si	1
UTILIZA RED SOCIAL SONICO	Si	2
UTILIZA RED SOCIAL NETLOG	Si	1
UTILIZA RED SOCIAL HI5	Si	2
UTILIZA RED SOCIAL ORKUT	Si	0
UTILIZA RED SOCIAL FACEBOOK	Si	7
UTILIZA RED SOCIAL MYSPACE	Si	0
UTILIZA RED SOCIAL Badoo	Si	0
UTILIZA RED SOCIAL TAGGED	Si	0
otra_redsoc		0

Fuente: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.de la Universidad de Cuenca, el 17 y 18 de junio 2010

Autor: Xavier Macas

**Cuadro 25** Tiempo invertido en redes sociales

Tiempo semanal invertido por los docentes en las redes sociales	DOCENTES		
	Si	No	
	Recuento	Recuento	
HORAS POR SEMANA DE USO DE REDES SOCIALES	30 minutos o menos	2	0
	1 a 3 horas	6	0
	3 a 6 horas	0	0
	6 a 10 horas	1	0
	10 o más horas	0	0

Fuente: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.de la Universidad de Cuenca, el 21 de junio 2010

Autor: Xavier Macas

**Cuadro 26** Uso de las redes sociales en los docentes

Uso de las redes sociales en los docentes	DOCENTES	
	Si	Recuento
USA REDES SOCIALES PARA COMUNICACIÓN CON LA FAMILIA	Si	5
USA REDES SOCIALES PARA BUSCAR VIEJOS AMIGOS	Si	1
USA REDES SOCIALES PARA CONOCER PERSONAS	Si	1
USA REDES SOCIALES PARA SOCIALIZAR CON AMIGOS	Si	3
USA REDES SOCIALES PARA OCIO Y ENTRETENIMIENTO	Si	3
USA REDES SOCIALES PARA JUEGOS VIRTUALES ON LINE	Si	0
USA REDES SOCIALES PARA DAR OPINION EN FOROS	Si	2
USA REDES SOCIALES PARA INFORMARSE DE NOTICIAS	Si	4

Fuente: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.de la Universidad de Cuenca, el 21 de junio 2010

Autor: Xavier Macas

**Cuadro 27** Posteo y publicación online de documentos en los docentes

Posteo y publicación online de documentos en los docentes	DOCENTES	
	Si	Recuento
SUBE A INTERNET MUSICA	Si	1
SUBE A INTERNET DOCUMENTOS	Si	8
SUBE A INTERNET VIDEOS	Si	3
SUBE A INTERNET FOTOS	Si	3
otro_tipo_doc		0

Fuente: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.de la Universidad de Cuenca, el 21 de junio 2010

Autor: Xavier Macas



UNIVERSIDAD DE CUENCA

"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

**Cuadro 28** Lugares de posteo y publicación online de documentos en los docentes

Lugares de posteo y publicación online de documentos en los docentes	DOCENTES	
	Si	Recuento
	Recuento	
UTILIZA FLICKR PARA SUBIR INFORMACIÓN	Si	0
UTILIZA NETLOG PARA SUBIR INFORMACIÓN	Si	0
UTILIZA MY SPACE PARA SUBIR LA INFORMACIÓN	Si	0
UTILIZA FACEBOOK PARA SUBIR LA INFORMACIÓN	Si	5
UTILIZA PICASA PARA SUBIR LA INFORMACIÓN	Si	2
UTILIZA SONICO PARA SUBIR LA INFORMACIÓN	Si	1
UTILIZA HI5 PARA SUBIR LA INFORMACIÓN	Si	2
UTILIZA YOUTUBE PARA SUBIR LA INFORMACIÓN	Si	5
utiliz_otra		1

Fuente: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.de la Universidad de Cuenca, el 21 de junio 2010

Autor: Xavier Macas

**Cuadro 29** Uso de medios de comunicación y redes sociales en docentes

Uso de medios de comunicación y redes sociales en docentes	DOCENTES	
	Si	Recuento
	Recuento	
UTILIZA MEDIOS CONVENCIONALES PARA INFORMARSE (TV, RADIO, PRENSA)	Si	9
UTILIZA REDES SOCIALES PARA INFORMARSE	Si	7
SEGUIDOR O "FAN" DE MEDIO DE COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE RED SOCIAL	Si	7
SEGUIDOR O "FAN" DE TELEVISIÓN	Si	3
SEGUIDOR O "FAN" DE RADIO	Si	3
SEGUIDOR O "FAN" DE PRENSA	Si	5
SEGUIDOR O "FAN" DE MEDIOS DIGITALES	Si	3

Fuente: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.de la Universidad de Cuenca, el 21 de junio 2010

Autor: Xavier Macas



UNIVERSIDAD DE CUENCA

"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social  
de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

**Cuadro 30** Redes sociales y academia

Redes Sociales y Academia	DOCENTES	
	Si	
	Recuento	
INTERACTUA EN REDES SOCIALES CON FINES ACADÉMICOS	Si	6
	No	3
LAS REDES SOCIALES FACILITAN EL DESEMPEÑO ACADÉMICO	Si	8
	No	1
DISPONCIÓN A PARTICIPAR EN PROGRAMAS EDUCATIVOS IMPULSADOS POR LA UNIVERSIDAD A TRAVÉS DE REDES SOCIALES	Si	9
	No	0
ESTA DE ACUERDO QUE LA UNIVERSIDAD BLOQUEE EL ACCESO A REDES SOCIALES	Si	2
	No	6

Fuente: Encuestas realizadas en la Escuela de Comunicación Social el 17 y 18 de junio de 2010.de la Universidad de Cuenca, el 21 de junio 2010

Autor: Xavier Macas



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010  
**Transcripción del *focus group* realizado por Xavier Macas el 28 de junio de 2010, con estudiantes voluntarios de la Escuela de Comunicación Social, en la cafetería de la Facultad de filosofía de la Universidad de Cuenca.**

Ciclo	Voluntarios
Segundo	Roberto Cordero, Andrés Calle y Pedro Andrade
Sexto	Carolina Álvarez, Isabel Aguilar
Octavo	Gabriela Domínguez

### Preguntas para focus group.

#### Pregunta 1

**Xavier Macas:** La encuesta dio como resultado que las mujeres se conectan más veces al día a Internet. Tal vez las mujeres realizan más consultas que los hombres en Internet. Sin embargo, al momento de contestar cuantas veces a la semana se conectan a Internet, los hombres, fueron quienes más veces a la semana se conectan.

#### Respuestas:

**Andrés Calle:** No quiero sonar machista, pero tal vez las mujeres tienen un poco más de tiempo libre o les gusta conversar más entre amigas, o como se dice vulgarmente chismear más.

**Gabriela Domínguez** (relaciones públicas): Yo tal vez pienso que esa no es la respuesta correcta, porque en lo personal casi no tengo tiempo para comunicarme con mis amigas y con nadie, yo paso mucho tiempo conectada pero es por mi trabajo básicamente, es por que en la mañana tengo que estar conectada por mail y trabajar hasta las doce o una de la tarde que vengo acá, debe ser una de las razones porque también trabajamos casi con el Messenger todo el día.



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

**Carolina Álvarez:** Yo soy de las que me conecto siete veces al día por ejemplo, y no es porque yo tenga más tiempo libre en mis manos, de hecho yo soy la que hago todo en mi casa y paso solo allí, yo igual trabajo pero yo de donde sea saco tiempo, para mí es como una necesidad, necesito estar a cada rato estar viendo revistas revisando periódicos, el Facebook, mi mail, a mí se me ha vuelto casi como una adicción eso del Internet.

**Roberto Cordero:** A ver yo también creo que si soy adicto a tal facebook ese más que todo allí un grupo que primero entra al Internet es al mail, o el facebook mismo, más que todo entran solo a eso sí, y es verdad que no tengamos el tiempo suficiente para hacer eso sino que... ya se convierte como en una necesidad, o para ver que están haciendo otras personas, o para informarse de algo, igual allí no hay solo páginas de amigos sino de todo, de todo se puede encontrar en el facebook.

**¿Por qué crees que los hombres se conectan menos veces al día, pero se conectan más veces a la semana?**

Allí pienso porque las mujeres ya terminan de ver todo en el día, si dicen ya se ya vi para que entrar otro día, pero vuelta los hombres al menos yo por poco..., no se aunque sea para ver si alguien está conectada o algo, aunque sea para molestarle o para mandarle un trabajo. Con mis amigos mismo solo chateando o algo así pero creo que es por eso, que todos los días se conectan más los hombres que las mujeres.

**Pedro Andrade:** yo pienso que los hombres buscan tal vez un poco más de distracción, no es del todo académico conectarse a Internet sino existen las redes sociales sobretodo el Youtube. Considero que también soy un adicto.

**Pregunta 2**

**Xavier Macas: En cuanto a la accesibilidad: la mayor parte de los estudiantes**

**117 afirmaron que lo hacen desde la Universidad.**

**98 afirmaron que lo hacen desde un caber café.**

**70 acceden también desde su casa.**



**34 Red WiFi gratuita**

**22 acceden desde celular**

**Al mencionar la Universidad se refieren al campus o a los cibercafés circundantes.**

**Gabriela Domínguez** (relaciones públicas):

Esa respuesta se debe a nuestra situación socio- económica, que tenemos en casa. Entonces, inmediatamente acuden a la Universidad. A veces tenemos doble jornada de clases y es mucho mas fácil estar aquí mismo en la Universidad.

Así no haya la disponibilidad del centro de cómputo, hay otros centros de cómputo cerca de aquí, o en la misma biblioteca. Aunque no es tan buena la red, pero yo creo que no tienen otra alternativa, si es que su situación económica es baja.

**Xavier Macas:** Al referirte a otros centros de cómputo te refieres a los cibercafés que están alrededor...

**Gabriela Domínguez** (relaciones públicas): Si a los que están alrededor,

**Xavier Macas:** Consideran que esa accesibilidad circundante se la puede considerada como accesibilidad de Internet en la Universidad.

**Carolina Álvarez:** Bueno vamos por partes verás. Primero aquí la accesibilidad es demasiado baja, pese a que hay computadoras en la biblioteca, pese a que hay computadoras en los centros de cómputo, que yo no sé si valen o no...

**Xavier:** No has entrado a un centro de cómputo...

**Carolina Álvarez:** No o sea yo accedo más desde aquí desde la Universidad, desde el celular o desde el WiFi, igual las redes son malas, pero como uno se pasa más tiempo aquí, entonces uno busca donde meterse desde aquí se pueda acceder, desde donde



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 allá, desde el centro de cómputo, o sea los cibercafés de aquí a lado ayudan bastante, porque la velocidad es buena, y la red no se cae.

**Isabel Aguilar:** Bueno en lo personal yo tengo Internet en mi casa pero el tiempo que tengo acceso a Internet desde mi casa es relativamente bajo. Al estar aquí la accesibilidad es buena, muy, muy buena, tienen muchísimas máquinas, eso es lo bueno. La de la biblioteca no porque no te permite entrar a redes sociales, pero en el centro de cómputo, es una buena disponibilidad, allí haciendo una que otra maña (a veces como que quieren cerrar el acceso), pero si te las maniobras si puedes entrar desde el centro de cómputo. Entonces es bueno el Internet en el centro de cómputo. Entonces, estar aquí todo el tiempo, permite que aunque tengas acceso en tu casa, quieras estar siempre allí. Una red social, el Messenger si se convierte en una adicción.

**Pedro Andrade:** en lo personal, por ventaja yo tengo Internet en mi casa y es donde más utilizo, la verdad es que aquí yo lo utilizo poco, primero porque las máquinas están siempre ocupadas. No he tenido la posibilidad de estar en la biblioteca y en el centro de cómputo, pero considero que si se pudieran poner un poco más de máquinas en la biblioteca ayudaría más a la gente que no tiene los recursos para disponer de Internet en la casa.

**Roberto Cordero:** Yo si tengo Internet en la casa pero... yo cuando vengo acá no es que tenga la necesidad como en mi casa y tal vez como dice la compañera, no es que allá podamos entrar en el Facebook pero igual, no es que yo me vaya así aunque sea por el facebook mucho a la biblioteca. Me parece que el Internet en la biblioteca es un buen Internet es uno de los más rápidos. Yo la otra vez que traje mi laptop, me pude bajar una película en tres horas así. En tres horas, una película completa. Es bien rápido, en verdad que es bien rápido, cosa que en otros lugares se demora 20 horas, 24 horas un día, o una semana de poquito a poquito, aquí se bajó en tres horas. O sea el problema del Internet aquí en la biblioteca es que vienen muchas máquinas (laptops) y allí es que se muere la red. Yo creo que sería casi el mejor Internet de aquí, porque ni el de la biblioteca central que tiene Etapa es tan rápido. Es bastante bueno. Me parece bien que la biblioteca sirva para asuntos académicos, y no para cosas de entretenimiento. Si quisiera que pongan youtube porque es necesario. O Word que no



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 tienen allí, para poder abrir los trabajos. Pero, pienso que tal vez la razón es que los estudiantes hagan los trabajos en la casa y no vengan a estar haciéndolos acá.

**Andrés Calle:** Bueno no sé, en realidad yo también tengo acceso a Internet en mi casa pero no sufro de esa adicción. Realmente yo tengo mi Internet y entro una vez cada seis días al facebook. Me conecto en el Messenger tres horas máximo y me desconecto. Lo uso simplemente para hacer trabajos, o con fines académicos. Incluso ni el Youtube, tampoco lo veo.

**Roberto Cordero:** yo al Youtube si le doy palo,

**Andrés Calle:** Hago los deberes por Internet, pero no es que sienta esa necesidad, de entrar a cada rato. Incluso por eso jamás me conecto (al Messenger).

**Roberto Cordero:** Podría ser que tú seas el único no adicto.

**Gabriela Domínguez:** Bueno, yo no me considero adicta. Sin embargo, mi trabajo me obliga a estar conectada todo el tiempo así yo no quiera.

**Xavier Macas:** ¿Dónde trabajas?

**Gabriela Domínguez:** Yo trabajo en el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, la sede está en Quito. Entonces, constantemente tengo que trabajar con los directores, etc. A parte que tenemos regionales, en todo el país. Y si alguien me pide ayuda tengo que conectarme inmediatamente.

### Pregunta 3

**Xavier Macas:** Vamos con otra pregunta, Gracias por las respuestas.

**¿Por qué creen que existe un incremento en el uso de Facebook sobre Hi5 a pesar de que Hi5 estuvo primero en nuestro medio?**



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

**Isabel Aguilar:** Bueno yo creo que aquí especialmente en el Ecuador y más en Cuenca la gente es novelera. Entonces, desde que empezó el Hi todo el mundo tenía uno. Y ahora es la típica que te tomas las fotos para el facebook o para el Hi, entonces es como que ...

**Xavier Macas:** Te da estatus si te tomas fotos para el Facebook.

**Isabel Aguilar:** Bueno yo ya le cerré a mi Hi5. Yo creo que no es que sea más aniñado sino por el mismo hecho de la novelería de que la gente te dice: ayy sigues en el Hi5, ¿que pasó? O sea no tienes un Facebook. Es como cuestión de moda.

Pero ya poniéndose a pensar con cabeza fría y analizando una red con la otra, pienso que Facebook sí te da más accesibilidad a muchas opciones más. O sea, en el Hi puedes cambiar tu fondo de pantalla, poner música en tu perfil. Pero, el facebook tiene más accesibilidad para comunicarte, es más interactivo. Te habla de eventos, de cosas que realmente te interesan. Y más que nada y siendo realistas puedes chismear, curiosear y meterte más en la vida de las personas.

**Carolina Álvarez:** Yo estoy de acuerdo con Isabel en que el Facebook es mucho más interactivo. Pero entre el Hi y el Facebook, ambos son igual de inseguros. Ninguno de los dos te presenta una total seguridad, ni una total privacidad, para tu perfil. Pero, si considero que el Facebook te da estatus y es mucho más interactivo. Al menos a mí me parece mucho más interactivo el Facebook, que el Hi5.

**Pedro Andrade:** Como dijeron las compañeras todo es cuestión de lo que está a la Vanguardia. Al inicio todos comenzaron a entrar en la red social de Hi5, y no tenerlo significaba estar rezagado. Luego sale Facebook y obviamente todos comenzaron a cambiarse. Entonces Hi5 va quedándose atrás y por eso abrí una cuenta en Facebook. Y también me gusta mucho más el facebook porque, la verdad es más interactivo, y tienes vías de acceso más fáciles para comunicarte con personas de otros lados. Ahora, también se da el mal uso de estas redes sociales. Por ejemplo, algunas personas lo utilizan sobre todo para los chismes... Ojos que no ven, Facebook que te lo cuenta.



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 Entonces, puedes enterarte de todo lo que, por ejemplo tu ex está haciendo. Lo típico es que tu ex entra a ver tu perfil o tú entras a ver qué está haciendo tu ex.

**Roberto Cordero:** yo también desde hace unos dos o tres años, recién conocí el facebook. En el colegio sólo era el Hi5, y el Hi5 y el Hi5. Pero lo que le dañó a Hi5 es que se trató de hacer una página web. Así, se empezó a meter en otras cosas que no eran red social. Por ejemplo, dar monedas, juegos, mi pana, mi Hi5 puesto en español.

**Isabel Aguilar:** en las aplicaciones,

**Roberto Cordero:** eso por favor, es así como que no se vuelva un Hi5 eso, porque es una manera como más, no se la palabra..., pero el Hi5 es solo entre amigos, en cuenca ni nada, sino también es en organizaciones, allí ponen empleos, ponen todo y es ...

**Xavier Macas:** Hay un montón de aplicaciones que te son útiles...

**Roberto Cordero:** Has visto eso de que le estás matando al “mostrito” y en el Hi5 ganas 10 monedas, para comprar una vida.

**Xavier Macas:** Tu dijiste algo que Hi5 es para niños

**Roberto Cordero:** el facebook es más maduro. La ventaja del facebook, es que tiene el chat incorporado. Ves quiénes están conectados en ese momento.

**Xavier Macas:** Hi5 tiene chat,

**Roberto Cordero:** pero creo que Hi5 sacó el chat después de Facebook, porque yo no me acuerdo que Hi5 haya tenido Chat. Así fue la novedad del Facebook que tiene chat y que allí puedes poner “un estado”. Eso es lo que le da un plus al facebook.

**Andrés Calle:** Yo también tenía Hi5, antes que facebook, pero no sé si por cuestión de novelería uno se cambió del Hi5 al Facebook.



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

**Xavier Macas:** O sea que ingresaste por novelería.

**Andrés Calle:** En realidad sí. No me atraía mucho el Hi5, jamás me ha atraído nada de eso. Ahora, incluso tengo Twitter, también.

**Xavier Macas:** ¿Pero tienes porqué, por qué razón?

**Andrés Calle:** Tengo por información, para que me sirva para conocer, para poder hablar con personas. Incluso el Twitter, es mucho mejor que el Hi5, porque cuando estás afiliado te ayuda a conocer noticias.

**Xavier Macas:** Mi criterio es que Twitter es un micro blog pero no una red social.

**Roberto Cordero:** Claro, el Twitter es más para noticias, para información.

#### Pregunta 4

**Xavier Macas:** Vamos con las aplicaciones Web 2.0. Utilidad para subir documentos a Internet.

**El 100 % de los encuestados afirmaron que subían a Internet “otro tipo de documentos”. Y la siguiente pregunta, indagaba sobre qué aplicación o soporte usaban para subir a Internet tales documentos. Nuevamente 159 estudiantes afirmaron utilizar otro servicio, qué servicio creen que utilizan para subir documentos.**

**Gabriela Domínguez:** La verdad es que no tengo idea que otro tipo de documentos suban. En lo personal, he subido trabajos de aquí de la Universidad, fotografías. Tengo un blog donde subo comentarios de las cosas que pasan en la ciudad, también trabajos que hecho en la Universidad como les he dicho anteriormente, pero en verdad no tengo idea qué es lo que suban los demás.

**Xavier Macas:** ¿Tú, por ejemplo, qué subes?



**Gabriela Domínguez:** Por ejemplo subo deberes, comentarios de lo que pasa en la ciudad. Una que otra fotografía de un viaje personal, pero de allí a ciencia cierta no tengo idea qué otro tipo de documentos suben los estudiantes.

**Roberto Cordero:** Una foto de perfil para que alguien vea quién soy está bien, pero algunas personas suben cinco mil fotos. La fiesta de ayer, de cómo me fui al baño hoy día... no...

Pero en otros países al menos los estudiantes suben los trabajos de la misma universidad o del colegio para compartirlos con otras personas. En Taringa, Megaupload, o Rapidshare, suben canciones para que otras personas puedan acceder. De allí, no sé, tal vez se consiguen otro mail pirata, para subir cosas como pornografía, pero no creo que suban esos materiales con una identidad real.

**Xavier Macas:** ¿Tú qué soporte utilizas para subir tus cosas?

**Andrés Calle:** En realidad, yo casi no subo nada, ni siquiera documentos, ni textos, nada.

**Carolina Álvarez:** Yo si subo fotos, texto, audios, video. Y no es porque piense que están bien hechas mis cosas, sino porque quiero compartirlos y también una opinión de lo que yo hago. Saber si voy o no a funcionar como periodista.

**Xavier Macas:** Para subir videos dónde lo haces

**Carolina Álvarez:** Youtube

**Xavier Macas:** para subir audios

**Carolina Álvarez:** los subo a Taringa desde Rapidshare

**Xavier Macas:** Textos.

**Carolina Álvarez:** Tengo un blog en la coctelera y otro en Blogger



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

**Isabel Aguilar:** ¿Yo dónde subo? Generalmente, lo que yo subo son fotos y texto, nada más. Tengo un video subido y claro, tengo mi cuenta en youtube para poder opinar de ciertos videos, pero nada más.

**Pedro Andrade:** Lo principal es subir imágenes, videos y música. En lo personal, si tengo una cuenta en Youtube pero igual no he subido ningún video, más lo utilizo para acceder a ciertos videos. Cree un blog, pero después me cogió la pereza, y nunca lo terminé. Subí un poco de imágenes y textos, pero años que no lo he utilizado.

## Pregunta 5

**Xavier Macas:** Al preguntar que razón es predominante para participar en redes sociales, la mayoría de estudiantes contestó que usan el sistema para socializar con amigos, las mujeres buscan socializar más que los hombres. Otra razón poderosa es comunicarse con la familia.

**Gabriela Domínguez:** La tendencia básicamente que nosotros queremos socializar es porque muchas veces no nos queda el tiempo para conversar con nuestros compañeros cara a cara en clases, y bueno el tema de la familia es porque la mayoría de nosotros tiene familiares en el exterior. Y sale muy caro hacer una llamada y sin verle a la persona. Entonces es mejor conectarse con esa persona. Escucharle, ver lo que escribe, ver los comentarios.

**Xavier Macas:** pero los hombres son los que más socializaban con la familia.

**Gabriela Domínguez:** las mujeres somos las que pasamos más tiempo en casa con nuestra familia. Entonces, difícilmente les vamos a extrañar porque ya les vemos todo el tiempo en la casa. Esa, me parece que pueda ser una razón.



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

**Carolina Álvarez:** Yo en Facebook me he encontrado con amigas de la escuela que no he visto hace años. Para mí es chévere saber que están bien, que es de su vida y como la familia está cerca entonces buscas a los que están distantes. Como digo, me he encontrado con un amigo que no he visto años y así me enteré que se ha casado, que tienen dos hijos y todo. Chévere saber de ellos y como están, pero mi familia, está aquí y puedo hablarles todo el tiempo.

**Isabel Aguilar:** con el Facebook me he reencontrado con mis primos que viven en Quito después de un montón de tiempo. Hay personas que uno no ve años y les encuentra allí. Entonces te pones a socializar. Tú también dijiste que ya eras adicto al Facebook, pero hay personas con las que te ves ahí todos los días y vuelves a charlar. Es algo que ya se te sale de las manos.

**Pedro Andrade:** Para los que tenemos familia afuera es muy útil el Skipe, el chat por webcam. Funcionan muy bien. Así yo me comunicaba con amigos que están en el exterior.

De allí en el tema de sociabilizar creo que todo el mundo socializa. No nos olvidemos que existe el "Ciber Love" que es otra red social. La red social de Bado, que es principalmente para eso. Tal vez, se nos vuelve difícil sociabilizar y nos escondemos detrás de un computador para buscar a tu chica ideal. Buscas según su peso, color de ojos, orientación sexual, tu tipo de mujer o tu tipo de hombres. Buscas algunas características, de qué ciudad, de qué país, de dónde quieras y te sale una lista. Allí te encuentras gente de todo:

**Roberto Crespo:** Psicópata...

**Pedro Andrade:** Allí encuentras gente de todo...

**Xavier Macas:** Has llegado a tener un contacto real con esas personas a través de una llamada...



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

**Pedro Andrade:** la verdad que sí, pero no. Hay gente que utiliza las redes sociales seriamente. Se han enamorado, pero pienso que estar tras el monitor es como vulgarmente se dice es para darle a la joda y eso es todo.

**Roberto Cordero:** Con mi familia que vive en Canadá, el internet es lo mejor para comunicarse, porque en verdad cuesta bastante llamarles y prefiero verles por la cámara.

**Xavier Macas: ¿has mantenido video conferencias con ellos?:**

**Roberto Cordero:** Claro. Pero, el Facebook es bueno también para socializar. No es que yo esté buscando a todo el mundo para mandarle solicitud, solicitud y solicitud. No es que mando así demasiadas solicitudes. Al que no le conozco, no le acepto. Y peor hay unas "fotos falsísimas". Dices guau, una modelo y dices de ley, porque abajo ves que está por poco bajado de wikipedia... no ... no es ella. Solo que fueran verdaderas o que mismo le conozca. Y también me comunico con una familia de Quito y también lo utilizo para informarme. Ahora que también estamos en el mundial, allí antes de que salga en ningún lado o en la misma tele ya sale gol de "ni sequien" digo gol. Entonces ya para que ver la televisión o ir a leer el siguiente día el periódico...

**Pedro Andrade:** Quiero acotar algo. Fox Sports llevó al mundial a un periodista que sólo se encarga de todo lo que es redes sociales. Entonces el está desde Sudáfrica actualizando lo acontecido cada segundo en Twitter, Facebook. Cuenta como ha avanzado. Creo que las redes sociales son parte de los medios de comunicación.

**Andrés Calle:** Yo también utilizo para comunicarme más con mi familia que vive en el extranjero. Por ejemplo, tengo un par de tíos que viven en Italia. Yo tenía una relación bien estrecha con ellos pero viajaron y ahora converso con ellos por el Messenger, en el Facebook y todo. Con los amigos también incluso, aquí también con amigos de la Universidad que estamos todo el día en clases y por la noche nos encontramos en el Messenger o en el Facebook de nuevo unas tres horas más.

**Roberto Cordero:** Ya hiciste el deber así.



**Andrés Calle:** Claro.

### **Pregunta 6**

**Xavier Macas:** Porque se usa más Hotmail que otros sistemas de Correo electrónico.

**Andrés Calle:** Tal vez porque desde siempre las máquinas ya venían instaladas con el Messenger y el Internet Explorer. Y eso venía con el Hotmail. Entonces era lo más fácil, lo primero que ese encontró y fue lo que todo el mundo fue acatando. Claro, yo también tengo Hotmail, porque siempre se ha escuchado de este mail y allí me mantengo.

**Xavier Macas:** También puede ser por lo del Messenger...

**Andrés Calle:** Claro, también

**Roberto Cordero:** Yo creo que no es tanto porque es el primero. Más bien porque es el mejor. Yo tenía una cuenta en Yahoo y Gmail, pero no es lo mismo que el Hotmail de Microsoft. Creo que es más interactivo. En yahoo usted ve allí mismo todos los mensajes y no puede leer y vendrán los cinco mil mensajes que usted manda, que usted borra, y usted envía en una sola ventana. Entonces, eso es lo bueno del Hotmail que tiene los mensajes separados y también al lado hay noticias, los juegos, todo allí es enlazado. El Messenger de Yahoo no es lo mismo, y es como más universal tener Hotmail. Si alguien te dice que tiene gmail es como una cosa rara. Al menos creo que todos hemos de tener Hotmail aquí. Eso es lo universal.

**Pedro Andrade:** es lo que encontramos primero. En esa época, personas de Estados Unidos tenían AOL y su sistema de chat era parecido al de Messenger, pero creo que aquí en Latinoamérica, Hotmail es lo que más se utiliza.



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

**Isabel Aguilar:** Yo antes tenía una cuenta en Yahoo, pero desde que tengo el Internet en mi casa cambié a Hotmail. Se accede de una al Messenger. Cambias todas las opciones que quieras. Es mucho más útil.

**Carolina Álvarez:** A parte de la facilidad y del Messenger que ya dijeron todos ellos, Hotmail es uno de los mails más seguros, aparte de que es uno de los más organizados.

**Gabriela Domínguez:** Bueno aparte de todas las cualidades que han dado mis compañeros creo que es el más popular. Todo el mundo lo prefiere y debe ser porque es mucho más eficiente que otros y por todas las cualidades que dieron mis compañeros. Yo también, tengo mi cuenta en Hotmail y me parece bueno.

**Xavier Macas:** Porque es más eficiente:

**Gabriela Domínguez:** Porque en la presentación vienen clasificadas las cosas. Te puedes enterar de noticias, de cosas interesantes.

## Pregunta 7

**Xavier Macas:** 143 de los 161 estudiantes respondieron que estarían dispuestos a participar de programas educativos impulsados por la Universidad a través de redes sociales. ¿Las redes sociales son una buena opción para participar de programas educativos?

**Gabriela Domínguez:** Uno, por la comodidad. No necesariamente tenemos que estar aquí de forma presencial para coger uno de estos cursos, sino también podemos hacerlo desde nuestra casa o desde nuestro trabajo. Entonces, nos ahorra el tiempo de venir. Economizamos buses, taxis. Entonces, sería mucho más eficiente digamos.

**Carolina Álvarez:** No podemos quedarnos atrás de las tecnologías, o sea todas las universidades del mundo tienen programas de Internet. Cuentan con medios, tienen sus páginas y porque no participar de eso y hacer un aprendizaje mediante algo que nos resulta útil.



**Isabel Aguilar:** Creo que un sistema tan caduco como el que tenemos aquí, de sentarse para escuchar horas de horas lo que dice el profesor, esa metodología está desactualizada, al menos para nosotros como jóvenes. Uno ve en otras universidades y dice wow... por ejemplo en la UDA tienes tu computadora, y no es tanto cuestión de dinero, pero o sea es como más interactivo. Por ejemplo en la UPS en nuestra carrera de comunicación social rara vez un profesor dicta clases sin la ayuda de documentales o una proyección de tal cosa. En cambio de aquí, practicas ya cuando trabajas. Yo creo que si copiamos tantas cosas malas, porque no tenemos ideas originales como ecuatorianos, creo que sería bueno copiar cosas buenas como dijo Carolina. No quedarnos atrás de una tecnología que va a seguir avanzando.

**Pedro Andrade:** Estamos en el Siglo XXI y retroceder, sería un suicidio. En un mundo globalizado, debemos adaptarnos a los nuevos cambios... Debemos utilizar la tecnología y aprovecharla. Incluso hay muchas personas que hacen cursos mediante un computador. En el Wallstreet por ejemplo se maneja todo por un computador y creo que la Universidad debería aprovechar medios tecnológicos para beneficio académico de los estudiantes, en medio de una sociedad globalizada.

**Roberto Cordero:** me parece que debemos utilizar todos estos medios tecnológicos. Los padres no deben discutir que sus hijos usen el Facebook y nosotros entender que esos recursos no sólo sirven para conocer personas virtuales. Que también es bueno el contacto con nuestros pares así como cuando estábamos en primer curso y los chicos decían: ve vamos a saludar a ellas, o cómo te llamas, cuál es tu número, pero ahora, el Facebook socializa más.

**Andrés Calle:** sería bueno con fines educativos, tratar de complementar una educación presencial con una red social. La red social podría servir como material de apoyo, como un plus de la clase que recibimos en la Universidad, pero si mantenemos clases solo mediante redes sociales creo que se perdería el contacto. Entraríamos en una etapa donde la gente comenzara a vivir una vida a través de una pantalla y eso para mí no es una vida social normal. Ahora a los jóvenes de unos 13 años les resulta más difícil



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 acercarse a alguna chica o conversar. Para perder el miedo se esconden detrás de un computador. Ponen una foto o un signo de interrogación en la cara y se conectan.

**Roberto Cordero:** O hasta por el Celular se conectan y dicen vos me escribiste, y el otro le responde yo no te escribí. Y entre que sí que no comienzan a ser amigos.

**Andrés Calle:** Entonces se transforma todo. A la larga, ya no existiría la Universidad solo existirían bases de datos, y ya nadie se conocería con nadie.

**Roberto Cordero:** en mi caso sobre esto de la pedagogía, yo estuve en la Universidad de Loja, y eso de irse sólo a dar los exámenes, yo no le recomiendo a nadie. Eso es horrible. Yo al menos pasé de vago el año entero, porque ni siquiera estudiaba. Allí estaban los cuadernos y no sentía ninguna obligación, entonces allí votados los cuadernos no leía, sólo al último era, vamos a ver aunque sea sólo para dar el examen, que era la única actividad presencial.

Creo que es importante iniciar una nueva cultura de educación a través de medios virtuales, para que las iniciativas emprendidas en materias como “diseño de tesis” con el profesor Cristóbal Cárdenas, no queden en el aire. Allí había un foro, allí mismo se mandaba las tareas y yo igual subía al E Virtual los comentarios y allí recibí la calificación.



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010  
**Transcripción de la entrevista realizada por Xavier Macas Macas el 29 de junio de 2010, al Licenciado Ricardo Tello Tello, profesor de Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca.**

**Xavier Macas:** El 77 % de los profesores de la Escuela de Comunicación afirmó tener un perfil en Facebook. El 100% de los profesores afirmó que sería una buena opción participar de un sistema de educación virtual con apoyo de redes sociales. Cree que es una opción y por qué.

**Ricardo Tello:** Si es una opción por la facilidad de acceso que permite actualmente el tema del Internet y la accesibilidad que hay. La propia encuesta está confirmando la tendencia de accesibilidad, primero en el acceso a las redes de Facebook, y en segunda instancia a las de Hi5, esto sumado al tema de uso de Correo Electrónico. Creo que ahora, ninguno de los alumnos que asisten a la escuela de comunicación social carece de un correo electrónico. Todos tienen correo electrónico y sabiéndolo utilizar se convierte en un potencial aliado, por ejemplo en mi experiencia personal, los trabajos sólo los recibo vía digital. Primero como un ejercicio de la utilización de nuevas tecnologías y segundo, como una forma de promover una campaña de reducción del consumo de papel. Si recordamos, el formato que exige la facultad, vemos que pide una carátula que va presidida de una hoja en blanco. Entonces todo eso representa el consumo de papel. Podíamos obviar la impresión y simplemente enviarla en formato digital. Entonces esa es una de las alternativas, otra la posibilidad de difundir guías académicas a través del sistema digital. Por ejemplo, podría ser vía Google docs, subir el documento y compartirlo con todos.

**Xavier Macas:** Trabajar en Red...

**Ricardo Tello:** Trabajar en red, o como nosotros hacemos acá en el octavo ciclo, que tenemos un blog donde se suben ciertas lecturas. Los alumnos tienen que dejar comentarios de ciertas lecturas, allí se anuncia los deberes, se les pone la fecha y alumno que no revisó el Blog, no entregó oportunamente su trabajo. Los deberes se cuelgan en el blog. Es una forma de vincularles al tema del uso de las nuevas tecnologías y de cierta manera mientras la Universidad como tal se actualiza,



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 establecer una forma de aula virtual. Y lo propio ocurriría si es que nosotros por ejemplo haríamos un sistema de discusión entre los profesores de forma virtual subiendo un documento. Se me ocurre un documento que proponga mejorar la cátedra en la Universidad y armar un debate que dure una semana sin siquiera vernos en ningún momento, accediendo a un entorno virtual que termine recogiendo las posiciones de los profesores.

**Xavier Macas:** Algunos profesores sobrepasan cierta edad, también eso limita su agilidad o destreza con las tecnologías. Un informe de la comunidad Europea indicó que las nuevas tecnologías no habían aportado como se esperaba a la solución de problemas educativos. La Universidad como debería integrar a estos profesores que están en otra época incluso pedagógicamente.

**Ricardo Tello:** Yo creo que acceder a las nuevas tecnologías es necesario, en cualquiera de los campos del desarrollo humano, es decir un periodista que hoy no este en twitter muy difícilmente maneja una coyuntura apropiada de lo que está ocurriendo en el mundo. De la misma manera yo creo que un profesor que se prive de la posibilidad de ingresar a cualquiera de los sistemas de búsqueda de libros digitales gratuitos, no solamente de búsqueda de libros digitales sino de subir una creación propia, un libro suyo, rebasando ya los límites que imponen el derecho de propiedad intelectual, las condiciones de las editoriales y eso. Hacer libros virtuales para que se difundan. De hecho, yo conozco aquí de profesores de lengua y literatura que han subido sus textos y han tenido un nivel de lectores tres, cuatro y hasta cinco veces más de lo que un tiraje que el comité de publicaciones de la facultad le permitiría. Escribe y sube su libro. Renuncia a los temas de propiedad intelectual y deja la libertad de que todo usuario baje su libro.

Entonces yo si creo que el tema de acceso a la tecnología es un tema indispensable y fundamental ahora sobre todo porque en determinado caso los alumnos van ha estar más adelante que el profesor. Es como que los alumnos quieren aprender periodismo digital y el profesor solamente cuenta con una pizarra, un borrador y una tiza. Hay una brecha, la brecha tecnológica se produce porque quienes nacieron antes de la irrupción



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 de esa tecnología se niegan a conocerla. La brecha tecnológica no se produce con los jóvenes de ahora que nacieron con esa tecnología.

**Xavier Macas:** Escuché una entrevista, con un técnico en medios alternativos, y decía que estudiante de comunicación social que no tiene un blog por lo menos y no escribe algo allí, bueno en que otra época de la vida va ha poder hacer eso, y segundo de los 9 profesores que hay en la escuela solo cuatro dijeron tener un blog. Es preocupante eso de todas maneras siendo una planta tan reducida. Como podemos leer ese tipo de datos.

**Ricardo Tello:** Tiene varias aristas, en primera instancia en la época en la que nosotros éramos estudiantes debíamos esperar que un profesor tenga capacidad de gestión para que pueda conseguir que los trabajos que se ejercitaban en la cátedra se publiquen y la esencia, de todo esta profesión, es que los trabajos se publiquen.

Es decir más valor tiene el alumno que sabe escribir una noticia que aquel que sabe definir lo qué es noticia. Este es un tema eminentemente práctico porque hay alumnos que pueden saber diez definiciones de noticia pero no saber escribir una noticia. Entonces allí radica la diferencia en el tema práctico. La posibilidad tecnológica que nos da el acceso a este tipo de blogs, de micro blogs nos permite un ejercicio práctico diario y de que en algún rato reproduzcamos el fenómeno de Joani Sánchez que desde Cuba escribió un periódico para el mundo. Un éxito total y que no le cuesta absolutamente un solo centavo. Entonces, el tema de los emprendimientos se enlaza con el tema de los estudiantes. Ahora, que los profesores se actualicen en gran parte la responsabilidad es individual, pero sobre todo tiene que ser compartida con la institución. La Universidad debería hacer planes de capacitación para que todos los que tenemos dificultades en el tema tecnológico nos podamos equiparar y tener el mismo nivel de acceso que muchos estudiantes tienen. Nivelemos.

**Xavier Macas:** Si no hay un adecuado acople con estas tecnologías hacia dónde camina la escuela de comunicación.



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

**Ricardo Tello:** lo que hace falta aquí es sistematizar. Nada más, sistematizar el hecho de que alguien deje de imprimir invitaciones en papel, de que alguien deje de imprimir convocatorias en papel, de que alguien deje de levantar actas en papel. De que quienes se sienten excluidos de ese tema o se suben o se quedan, es quizá una forma cruel, pero es necesaria, porque muchas veces, ya la historia lo ha demostrado, no podemos detener el tren para que se suban todos, porque puede ser más perjudicial. Alguien debería preocuparse de eso y establecerse (como ya muchas entidades públicas lo hacen), la oficina cero papeles. No se imprime papeles. Todo es vía digital y hay sistemas de hacer monitoreo y acompañamiento de los procesos de los trámites digitales.

**Xavier Macas: Cuáles son estos otros documentos que los profesores dijeron estar subiendo a Internet.**

**Ricardo Tello:** desconozco. Yo subo videos, fotos y textos, o comparto documentos en formatos txt, pdf, o documentos de Word. Audios no subo porque no es mi especialidad el tema de audiovisuales.

**Xavier Macas: La accesibilidad se convierte en una limitante para los profesores.**

**Ricardo Tello:** El tema de la accesibilidad a veces ha sido una limitante o un justificativo para decir que hay escasa difusión. Me explico, hay quienes dicen que en Latinoamérica el uso de Internet es complicado por los costos que representa. Sin embargo, las ciudades inteligentes son las que abren campos de acceso vía WiFi. En el mercado uno puede encontrar una mochila que tiene un lector, un lector de intensidad de WiFi. Cuando hay una señal WiFi el lector sube y le da una alerta al dueño de esa mochila que hay una señal WiFi. En las ciudades inteligentes como Norteamérica y Europa es muy difundido tener acceso WiFi porque no es negocio el pago para acceder a Internet, negocio es solo lo que se encuentra en Internet. Eso da la pauta para facilitar las cosas. En el mercado se puede encontrar una computadora, con acceso WiFi por 300 dólares. Eso quiere decir cuatro pagos de 60 dólares que es manejable.



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 Entonces, el acceso a WiFi en lugares como centros comerciales, universidades, con mayor razón deben marcar la pauta de la accesibilidad, pero no podemos desconocer que la "realidad real", comunicación social tiene que acceder por la vía de WiFi que maneja Derecho. Entonces, allí hay un desfase, filosofía no tiene acceso a wifi. Los alumnos de aquí no tienen acceso a wifi en el aula. Y sin duda, la conectividad podría ser un mecanismo de desarrollo y aprendizaje en las aulas. Yo tengo alumnas que me envían el deber a través de un BlackBerry, y me doy cuenta porque no llevan tildes.

**Xavier Macas: 8 profesores afirmaron que las redes sociales si les facilitan el desempeño académico: la pregunta es de qué forma.**

**Ricardo Tello:** Yo no convoco nada a través de redes sociales. Sin embargo, yo si puedo definir perfiles de ciertos alumnos a través de sus redes sociales. No intervengo en sus redes. No dejo mensajes, ni intercambio nada, ni consulto galletas de la suerte ni nada. Sin embargo a través de lo que consultan los alumnos uno puede darse cuenta cuál puede ser su perfil. Uno descubre cosas interesantes, les valora de diferente manera. Saber cuáles son sus formas de divertirse, sus lecturas, sus aficiones. Algo que a través del contacto diario en las aulas no se da.

Claro que hay el riesgo de conocer solamente un perfil de los alumnos, porque uno sube la mejor foto y si salió otra foto donde sale más bonito o más bonita sube esa foto. No sube la foto donde está feo ni tampoco deja un comentario que dice hoy no arregle mi cuarto, hoy respondí a mis padres. Hay cosas que no suben, solo las cosas que tratan de causar cierto tipo de reacción o mostrar cierto tipo de perfil pero de todas maneras es una forma de conocer a los alumnos.

Yo conozco de profesores de fotografía de la Universidad de Guayaquil que dejan las tareas en el Facebook y convocan a sus alumnos a través de Facebook, que guía las lecturas a través de Facebook. Entonces, es un ejemplo de lo que si se puede hacer a través de esa vía y sobre todo es muy fácil detectar o determinar plagios. A través de un motor de búsqueda (otra de las herramientas) el profesor puede cargar una frase y recordar al alumno en qué páginas aparece el deber de forma textual y se le recuerda



"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010 que lo que está haciendo es un plagio. Yo tengo serias dudas de que los trabajos impresos en papel se lean. Es una impresión personal.

**Xavier Macas: Existe un bloqueo a redes sociales qué opina:**

**Ricardo Tello:** Es un absurdo, yo creo que se debería abrir el tema de acceso a las redes sociales porque allí es en donde están. Como decía José Luís Orihuela, que mantiene el blog de notas Ecuaderno, no es que los jóvenes no lean, lo que pasa es que están leyendo en otros soportes y estos soportes son las redes sociales. Criterio con el que coincide el profesor Piticielli. Sin embargo, el académico argentino cuestiona a la vez la profundidad de los materiales difundidos en las redes sociales.

Es allí en donde se intercambian música, libros documentos. Es allí donde están leyendo. Cuando un joven se abstrae en la biblioteca decimos que está bien. Pinta de intelectual porque está leyendo y pasa horas de horas en la biblioteca, pero si pasa horas de horas en Facebook, entonces se está torciendo. Pero, creo que lo que el joven está haciendo es leer. Leer en otro soporte. Está leyendo en otras partes en donde nosotros quizá somos los que no estamos. Y dos el riesgo que revierte el tema de las redes sociales en general es que un poco podemos perder el horizonte también... Se me ocurre,

Mónica Venegas, miembro del Concejo de Participación Ciudadana, quinto poder que tiene el Estado, el otro día colgó un “estado”, un comentario en facebook que decía: “estoy en sesión del Pleno”. Y yo le respondí entre signos de interrogación: ¿Y también en Facebook? O sea, o estas en la sesión en pleno y te concentras o estás en facebook... todo tiene su tiempo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social  
de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

**Universidad de Cuenca  
Escuela de Comunicación Social**

Encuesta No. \_\_\_\_\_

Esta encuesta tiene por objetivo conocer de qué manera los estudiantes y profesores usan las redes sociales (Sonico, Hi5, Myspace, Facebook u otros sistemas como Messenger, Yahoo Mesenger, blogs). Agradecemos su colaboración.

**1. Datos personales**

1.1 Sexo:	Femenino <input type="checkbox"/>	Masculino <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	
1.2 Estado civil:	Soltero	Casado <input type="checkbox"/>	Divorciado <input type="checkbox"/>	Unión Libre <input type="checkbox"/>
1.3 Edad:				
1.4 Es profesor:	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>		
1.5 Ciclo que cursa:				
1.6 ¿Dónde nació?:				
1.7 Ciudad de residencia:				

1.8 ¿Tiene correo electrónico?	Si <input type="checkbox"/>	¿Cuál?	No <input type="checkbox"/>
1.9 ¿Tiene Blog?	Si <input type="checkbox"/>	¿Cuál?	No <input type="checkbox"/>
1.10 ¿Tiene página web?	Si <input type="checkbox"/>	¿Cuál?	No <input type="checkbox"/>

**2. Acceso a Internet****2.1 ¿Desde qué lugar usted accede a Internet?**

Su casa:	<input type="checkbox"/>		
Cibercafé:	<input type="checkbox"/>		
Universidad:	<input type="checkbox"/>		
Red WiFi gratuita:	<input type="checkbox"/>		
Celular:	<input type="checkbox"/>		
Modem USB:	Porta <input type="checkbox"/>	Alegro <input type="checkbox"/>	Movistar <input type="checkbox"/>

**2.2 ¿Cuántas veces a la semana ingresa a Internet?**

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

**2.3 ¿Cuántas veces al día ingresa a Internet?**

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

**2.4 ¿Qué tiempo al día usa internet?**

30 minutos o menos:	1 hora	2 horas	3 horas	4 horas	5 horas o más (especifique)
---------------------	--------	---------	---------	---------	-----------------------------



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

<b>3. Uso de redes Sociales</b>				
<b>3.1 ¿Qué red social utiliza?</b>				
Tuenti <input type="checkbox"/>	Sonicoo <input type="checkbox"/>	Netlog <input type="checkbox"/>	Hi5 <input type="checkbox"/>	Orkut <input type="checkbox"/>
Facebook <input type="checkbox"/>	Myspace <input type="checkbox"/>	Badoo <input type="checkbox"/>	Tagged <input type="checkbox"/>	Otra: (especifique):

<b>3.2 ¿Tiene usted un perfil en alguna red social?</b> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>				
---	--	--	--	--

<b>3.3 ¿En promedio, cuántas horas a la semana usa redes sociales?</b>				
30 minutos o menos <input type="checkbox"/>	1 a 3 horas <input type="checkbox"/>	3 a 6 horas <input type="checkbox"/>	6 a 10 horas <input type="checkbox"/>	10 horas o más (especifique) <input type="checkbox"/>

<b>3.4 Usted usa redes sociales para:</b>				
Comunicación con la familia: <input type="checkbox"/>	Ocio y Entretenimiento: <input type="checkbox"/>			
Buscar viejos amigos: <input type="checkbox"/>	Juegos Virtuales on line: <input type="checkbox"/>			
Conocer gente nueva: <input type="checkbox"/>	Opinión en foros: <input type="checkbox"/>			
Socializar con amigos: <input type="checkbox"/>	Informarse de noticias: <input type="checkbox"/>			

<b>3. 5 ¿Usted participa en discusiones u opina a través de redes sociales?</b>			Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
---	--	--	-----------------------------	-----------------------------

<b>3.6 ¿Ha sido engañado por usuarios que han creado identidades falsas en las redes sociales?</b>			Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	No sé <input type="checkbox"/>
--	--	--	-----------------------------	-----------------------------	--------------------------------

<b>3. 7 ¿Su identidad ha sido suplantada en redes sociales?</b>			Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
---	--	--	-----------------------------	-----------------------------

<b>4. Aplicaciones Web 2.0</b>				
<b>4.1 Usted ve videos en línea a través de:</b>				
Youtube <input type="checkbox"/>	Metacafe <input type="checkbox"/>	Googlevideos <input type="checkbox"/>	Megauploadvideo <input type="checkbox"/>	Blip.Tv <input type="checkbox"/>
Yahoo video <input type="checkbox"/>	Daily Motion <input type="checkbox"/>	My Ñumo <input type="checkbox"/>	Otros (especifique): <input type="checkbox"/>	

<b>4.2 Usted sube a internet:</b>				
Música: <input type="checkbox"/>	Videos: <input type="checkbox"/>	Fotos: <input type="checkbox"/>		
Documentos: <input type="checkbox"/>	Nada <input type="checkbox"/>	Otros (especifique): <input type="checkbox"/>		

<b>4.3 ¿Qué aplicación en línea o red social utiliza para la actividad de la pregunta anterior (4.2)?</b>				
Flickr: <input type="checkbox"/>	Myspace: <input type="checkbox"/>	Picasa: <input type="checkbox"/>	Hi5: <input type="checkbox"/>	Youtube: <input type="checkbox"/>
Netlog: <input type="checkbox"/>	Facebook: <input type="checkbox"/>	Sonicoo: <input type="checkbox"/>	Ninguno <input type="checkbox"/>	Otros (especifique): <input type="checkbox"/>

<b>5. Redes sociales y medios de comunicación</b>					
<b>5.1 ¿Usa medios convencionales (TV, radio o prensa) para informarse?</b>			Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
<b>5.2 Para informarse usa redes sociales</b>			Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
<b>5.3 ¿Usted es seguidor o "fan" de algún medio de comunicación a través de una red social?</b>					
Si <input type="checkbox"/>	¿Cuál?: <input type="checkbox"/>	Tv <input type="checkbox"/>	Radio <input type="checkbox"/>	Prensa <input type="checkbox"/>	Medio digital <input type="checkbox"/>
No <input type="checkbox"/>					



UNIVERSIDAD DE CUENCA

"Diagnóstico sobre el consumo de redes sociales en la escuela de comunicación social  
de la Universidad de Cuenca, durante el ciclo lectivo Marzo – Julio de 2010

<b>6. Intercambio académico</b>		
<b>6.1 ¿Usted interactúa en las redes sociales con fines académicos?</b>	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
<b>6.2 ¿Cree usted que las redes sociales le ayudan en su desempeño académico?</b>	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
<b>6.3 ¿Estaría dispuesto a participar en programas educativos que la Universidad impulse a través de redes sociales?</b>	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
<b>6.4 Está de acuerdo que la Universidad bloquee el acceso a redes sociales como: Sonico, Hi5, Myspace, Facebook u otros sistemas como Messenger o Yahoo Mesenger.</b>	Si <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>