

**UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS**



**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**DESARROLLO DE TESIS**

**El uso de la red social Facebook como alerta de accidentes y  
desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de  
Ciencias De La Comunicación y Psicología de la Universidad  
Peruana de las Américas, Lima 2017**

**PARA OPTAR TITULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**AUTOR:**

Br. Zevallos Ortega, Kathia Valerie

**ASESOR:**

Mg. Richard Muñoz Castillo

**LINEA DE INVESTIGACIÓN: LAS TIC EN LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**LIMA PERÚ**

**JULIO 2018**

**“EL USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK COMO ALERTA DE ACCIDENTES Y DESASTRES NATURALES EN ESTUDIANTES DEL SEXTO CICLO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y PSICOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS, LIMA 2017”**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Psicología - Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, para optar el Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, en la Universidad Peruana de las Américas.

**Aprobado por:**

---

**PRESIDENTE**

---

**SECRETARIO**

---

**VOCAL**

**Dedicatoria**

A mi padre por sus desvelos, por sus lecciones, por la motivación constante que me hecho una mejor persona, pero más que nada, por su amor.

A mi madre, por el apoyo, su sacrificio, las horas de entrega, sus cuidados y su cariño.

A Brayan, por su paciencia, su confianza, comprensión y su forma de ser, por ver en mí cosas positivas en momentos negativos.

## **Agradecimiento**

A las personas que contribuyeron con sus valiosas sugerencias, críticas constructivas,  
apoyo moral e intelectual para cristalizar la presente tesina.

Al Dr. Luis Hurtado Valencia, Rector de la Universidad Peruana de Las Américas,  
gratitud eterna por darme la oportunidad de realizar mis estudios de Licenciatura.

A mi asesor de tesis, Mg. Richard Muñoz Castillo por su experiencia científica para la  
formulación de la Tesis.

A mi familia, por estar siempre ahí.

A todos ellos, infinitas gracias.

El autor.

## **RESUMEN**

El principal objetivo de esta investigación es identificar el uso de la Red social Facebook como alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del Sexto Ciclo de la facultad de Ciencias De La Comunicación y Psicología de la Universidad Peruana De Las Américas, Lima-2017.

Este estudio se enmarca dentro de una investigación descriptiva, ya que consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta.

Los datos estadísticos que sostiene una investigación viene de los resultados obtenidos por la aplicación de los instrumentos (a quien aplico mis instrumentos - usuarios) lugar y empresa donde se aplicarán y validados por expertos de ciencias, entre ellos se tiene una encuesta para el uso de la red social Facebook.

Palabras clave: Comunicación virtual, Cooperación y participación ciudadana, Comunidad virtual

## ABSTRACT

The principal objective of this research is to identify the use of Facebook social network as an alert for accidents and disasters in students from Universidad Peruana de Las Américas, Lima-2017.

This study is part of a descriptive research, since it consists in getting to know the situations, customs and attitudes prevailing through the exact description.

The statistical data that sustains an investigation comes from the results obtained by the application of the instruments (to whom I apply my instruments - users) place and company where they will be applied and validated by science experts, among them there is a survey for the

Key words: Virtual communication, Cooperation and citizen participation, Virtual community

# DESARROLLO DE TESIS

## Tabla de contenidos

Página del Jurado .....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Tabla de contenidos .....	vii
Presentación.....	ix
Introducción.....	x
Capítulo I: Problema de la Investigación.....	13
1.1 Descripción de la Realidad Problemática.....	14
1.2 Planteamiento del Problema.....	14
1.2.1 Problema General.....	14
1.2.2 Problemas Específicos.....	14
1.3 Objetivos de la Investigación.....	15
1.3.1 Objetivo General.....	15
1.3.2 Objetivos Específicos.....	15
1.4 Justificación e Importancia de la Investigación.....	16
Capítulo II: Marco Teórico.....	17
2.1 Antecedentes.....	18
2.1.1 Internacionales.....	18
2.1.2 Nacionales.....	20
2.2 Bases teóricas.....	21
2.3 Definición de Términos Básicos.....	39
Capítulo III: Metodología de la Investigación.....	45
3.1 Enfoque de la Investigación.....	46
3.2 Variables.....	46

3.2.1 Operacionalización de variables.....	46
3.3 Investigación .....	48
3.4 Tipo de Investigación.....	48
3.5 Diseño de Investigación.....	48
3.6 Población y Muestra.....	48
Lista de Tablas.....	50
Lista de Figuras.....	50
3.7 Marco Metodológico.....	68
3.8 Metodología.....	68
3.9 Nivel de investigación.....	69
3.10 Instrumento.....	69
3.11 Resultados.....	70
3.11.1 Perfil del Encuestado.....	70
Conclusiones.....	71
Recomendaciones.....	73
Referencias Bibliograficas.....	76
Anexos.....	79
Matríz de Consistencia.....	80
Cuestionarios.....	82

## **Presentación**

Señores miembros del Jurado: Dando cumplimiento a las normas del Reglamento de elaboración y sustentación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, para elaboración del proyecto de investigación, presento este trabajo con el título: “El uso de la Red Social Facebook como alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del Sexto Ciclo de la facultad de Ciencias De La Comunicación y Psicología de la Universidad Peruana De Las Américas, Lima-2017”.

En este se describe el proceso de la investigación, la que tiene como objetivo Identificar la repercusión que existe en el uso de la red social.

El estudio está compuesto por tres secciones, el primero denominado Introducción, que describe el problema de investigación, justificaciones antecedentes objetivos e hipótesis que dan los primeros conocimientos del tema, así como fundamenta el marco teórico, en la segunda sección presenta los componentes metodológicos, en la tercera sección presenta los resultados, discusión del tema y finalmente exponer las conclusiones, recomendaciones y las referencias bibliográficas, así como los demás anexos.

Señores miembros del jurado esperando que esta investigación sea evaluada y merezca su aprobación.

El autor

## INTRODUCCIÓN

Es increíble la evolución que ha tenido el ser humano en cuanto a comunicación. Hemos pasado de escribir cartas de amor y mandarlas con personas de mucha confianza, esperando la respuesta con curiosidad y timidez tras semanas o meses de expectativa, a una plataforma social donde inmediatamente llega el mensaje y nuestro receptor, en cuestión de minutos, nos da una respuesta. Sin duda alguna, internet se ha convertido en nuestro segundo estilo de vida; es una tecnología que ha impactado al mundo contemporáneo en aspectos culturales, sociales y comunicacionales. Es una poderosa herramienta que facilita la interacción y acelera la comunicación.

Enrique Echeburúa y Paz de Corral, psicólogos clínicos (2010), señalan que el grupo que prefiere internet está conformado por jóvenes y adolescentes, porque están acostumbrados a la rapidez de respuesta, la interactividad y las múltiples actividades que pueden realizar con ella.

En ese sentido, las herramientas de internet más utilizadas por este público, son las redes sociales, que se han transformado en una plataforma nueva de comunicación, interacción interpersonal, y comunicacional, ya que permite platicar con amigos sin tener que salir a buscarlos. Según un estudio realizado por la Universidad de Piura (2010), 30% de la población nacional utiliza Facebook, equivalente a ocho millones de peruanos y se estima que siga con la misma línea de crecimiento. El 54% son varones y el 46% son mujeres. El estudio señala también que el grupo dominante es gente joven, el 34% es universitario y tienen entre 18 a 24 años.

Hablar de red social es mucho más fácil de imaginar, pero con una gran variedad de conceptos. Por ejemplo, muchos consideran que es un medio de diversión, especialmente los más pequeños, al encontrar juegos y videos interactivos. Para otras personas, red social significa un medio de búsqueda personalizado, ya que si alguien publica “Dónde encuentro pasteles en Los Olivos”, se encuentra no sólo con locales y direcciones, si no con referencias de los consumidores y hasta un medio de intercambio de servicios sin la necesidad de un local comercial con las formalidades del caso. Por otro lado, para cierto grupo de personas, representa un canal de expresión y ayuda comunitaria, un medio de información útil e importante, un lugar de opinión y alerta ciudadana.

En este marco, utilizando los hashtags (según la Sociedad Americana del Dialecto la define como un símbolo para hacer notar temas o crear una tendencia en la web), las personas pueden dar alerta de un accidente, un acontecimiento de impacto, o un desastre natural, comunicando lo que en su comunidad ha pasado, por ejemplo #Incendio, facilitando la búsqueda en la plataforma social, creando un espacio único de fácil acceso para la interacción con los afectados, sus familiares o el público interesado.

Muchos medios de comunicación tradicionales se apoyan también en las redes sociales para publicar sucesos noticiosos, buscando romper lo convencional. Ellos se aproximan a las personas con contenidos cortos en compañía de multimedia, para ganar adeptos. Inclusive algunos medios informativos utilizan la opción de **reportes ciudadanos** vía Facebook, whatsapp, o Youtube; permitiéndoles emitir sus reportes, denuncias, preocupaciones sobre lo que sucede a diario en el país, para ser luego publicadas en la plataforma de Facebook del medio y/o comentadas en un espacio especial dentro de un noticiero. Es entonces que las redes sociales ya no son sólo una necesidad de comunicación y entretenimiento, sino medio de información más.

En un temblor, por ejemplo, muchos usuarios publican información importante en sus perfiles, tales como el reporte del SENHAMI, Marina de Guerra del Perú, Defensa Civil, entre otros; convirtiéndose de esta manera, en un protagonista de la historia.

En el siglo XX, las noticias eran elegidas y categorizadas por un grupo pequeño de personas que decidían qué era publicable y qué no. Pero en la actualidad, la situación es diferente: las noticias ya no se producen en el ámbito periodístico solamente, sino también de forma individual. Ahora, cualquier ciudadano puede publicar información noticiosa y/o de interés sin necesidad de ser periodista. Cada uno es, de cierta forma y con las herramientas adecuadas, un medio de comunicación, y puede dar a conocer determinado contenido, sin recurrir a los medios tradicionales- aunque quizá no con el mismo alcance de un medio tradicional, como un canal de televisión.

En la presente investigación se busca definir la influencia de la red social Facebook y su repercusión como alerta de desastres naturales, para ello se ha considerado utilizar un instrumento de recolección de datos tipo encuesta, el cual será aplicado en una muestra de 25 estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Las Américas. Teniendo en consideración un diseño descriptivo simple, el cual nos

permitirá identificar la reacción del uso de la red social Facebook como medio de Comunicación virtual para la alerta de accidentes y desastres naturales y reconocer su influencia en la cooperación y participación ciudadana.

Antes de iniciar el capítulo uno, es importante mencionar que este proyecto de investigación nace con el propósito de contribuir a la labor periodística acercándola al ciudadano, porque, aunque aún no estén claros los cambios que generarán los medios digitales en el periodismo, tenemos la seguridad de que el periodista, y su relación con la ciudadanía se mantendrá siempre.

## **Capítulo I: Problema de la Investigación**

## **1.1 Descripción de la Realidad Problemática:**

Como parte del desarrollo del método científico, nuestra investigación responde a un fenómeno recurrente que los medios de comunicación no manejan cuando su objetivo es solo responder a una necesidad. Los estudiantes del 6to ciclo de la Universidad Peruana de Las Américas utilizan las redes sociales como medio de entretenimiento, pero no sabemos si en la actualidad también están utilizando la plataforma como medio de alerta de accidentes y desastres naturales.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿Cómo el uso de la red social Facebook influye como alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Peruana de Las Américas?

### **1.2.2 Problemas específicos**

¿Cuál es la reacción del uso de la red social Facebook como medio de Comunicación virtual para la alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Peruana de Las Américas?

¿Cuál es la influencia del uso de la red social Facebook en la cooperación y participación ciudadana en la alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Peruana de Las Américas?

¿Cuál es la utilidad de la red social Facebook como comunidad virtual para la alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes de del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Peruana de Las Américas?

### **1.3 Objetivos de la investigacion**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Conocer el uso de la red social Facebook influye como alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Peruana de Las Américas.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

Identificar la reacción del uso de la red social Facebook como medio de Comunicación virtual para la alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Peruana de Las Américas.

Reconocer la influencia del uso de la red social Facebook en la cooperación y participación ciudadana en la alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Peruana de Las Américas.

## **1.4 Justificación e Importancia de la Investigación**

### **Justificación Práctica**

La investigación realizada se llevó a cabo con la intención de optar el título profesional de Licenciado en ciencias de la comunicación, dando cumplimiento al reglamento de la Universidad peruana de las Américas, siendo una necesidad de satisfacción personal a la vez de enriquecer conocimientos afines del tema establecido y también contribuir al análisis, el interés de conocer el uso de la red social Facebook influye como alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Psicología de la Universidad Peruana de Las Américas.

### **Justificación teórica**

Se manifiesta según lo trabajado por Finquelievich, aportando el concepto de red social, como un sistema informático on-line que amplía el alcance y las potencialidades de las organizaciones comunitarias existentes y colaboran a la creación de nuevas organizaciones. Sistemas que fueron creados para promover y estimular la comunicación, la cooperación, la participación y el intercambio de información, experiencias, bienes y servicios entre los ciudadanos y los actores públicos y privados de una comunidad, mientras simultáneamente abren la comunidad local a la comunicación en red con la comunidad global. De esta forma, se genera la participación ciudadana en el mundo de la internet, acercándolo a la vida urbana, utilizando las TIC'S como herramientas esenciales para la comunicación.

### **Justificación metodológica**

La investigación se justifica para determinar el uso de la red social Facebook, que influye como alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Psicología de la Universidad Peruana de Las Américas; por lo tanto, para la recopilación de datos de las variables se empleó una encuesta aplicada y se estructuró un grupo de 3 dimensiones. Por lo tanto, al ser la univariable medida en una escala de Likert. En tal sentido, la investigación contribuye a tener una información veraz respecto a la relación de la univariable en esta realidad.

## **Capítulo II: Marco Teórico**

## 2.1 Antecedentes:

### 2.1.1 Internacionales

#### Red social

**Aguilar & S. Hung (2010)**, En el artículo científico: “Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook.”

Los investigadores colombianos plantearon las siguientes interrogantes:

“¿De qué manera se formulan, como mensajes de sí mismos, los usuarios de redes sociales virtuales?, ¿Por qué quieren ser reconocidos los usuarios de redes sociales?, ¿qué se busca en tales redes?, ¿qué tipo de interacciones se producen? y ¿qué tan diferente es el sujeto en una interacción presencial y en una virtual? ¿Hasta qué punto estas redes sociales virtuales ofrecen la posibilidad de facilitar interacciones presenciales o de cara a cara que en otro contexto carecerían de toda probabilidad?” (2010:192)

**Bowman & Willis (2003)**, En la revista de investigación “Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información” Recuperado de [http://www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media\\_espanol.pdf](http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media_espanol.pdf)

Expresa que de acuerdo a una investigación sobre los ataques terroristas del 11 de setiembre de 2001 lo siguiente:

“Los ataques terroristas del 11 de septiembre del 2001 generaron el mayor tráfico a los sitios tradicionales de noticias en la historia de la Web. Muchos grandes sitios noticiosos sucumbieron ante la inmensa demanda y la gente se cambió al correo electrónico, los weblogs y los foros como conductos para la información, comentarios y acciones relacionadas con los eventos del 9/11.5 La respuesta en Internet significó el surgimiento de una nueva proliferación de “haga periodismo por sí mismo”. Todo, desde relatos de testigos y galerías de fotos hasta comentarios y narrativa personal, surgió para ayudar a la gente a detener colectivamente la confusión, la ira y el sentimiento de pérdida durante el inicio de la tragedia”.

**Castells, M. (2009)**, *Communication power*. Oxford University Press: Oxford.

El investigador expone acerca de un fenómeno de comunicación llamado *mass self communication*, proceso de comunicación que se produce individualmente cuando la información fue producida por un usuario y puesta en circulación por las conexiones de medios sociales. Esto incorpora, de manera cada vez más intensa y compleja, los flujos de informaciones desde la lógica de transmisión, que esboza la comunicación de masas tradicionales, y la lógica del compartir en los sitios de redes sociales como Facebook, de los cuales emergen flujos informativos caracterizados.

**McLuhan (1960)**, “El medio es el mensaje” Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4502543.pdf>

Explica que la información transmitida a través de un medio no es tan relevante, por sí sola, sino que logra su poder transformador a través del medio y el contexto por el cual se transmite. Con su aparición, las redes sociales virtuales han entrado a ser parte primordial de la interacción de millones de personas en el mundo y, de esta manera, prácticas sociales y formas de comunicación interpersonal antiguas, que a su vez generan nuevas prácticas, lenguajes, y formas de socialización, tanto en la esfera social presencial, como en la virtual, así como nuevas formas de identificarse, representarse a sí mismos y ejercer su ciudadanía, acciones que referencian la complejización del sujeto.

**McMillan & Morrison (2006)**, En la revista científica “Coming of age with the internet: A qualitative exploration of how the internet has become and integral part of young people’s lives.”

Hablan sobre los tipos de relaciones que los individuos pueden establecer con los grupos sociales de la red. Exponen un modelo en el que se explican los diferentes ambientes en los que se puede encontrar el individuo. Se definen diferentes dominios representados por círculos concéntricos; el primero

representa un dominio o ámbito en el que Internet afecta a las vidas de los jóvenes (yo, familia, comunidades presenciales y comunidades virtuales). El modelo de McMillan y Morrison comienza con la esfera interna, el yo, hasta llegar a la esfera más externa que son las comunidades virtuales. En cada una de las esferas el individuo se debate entre una dualidad. A medida que se va haciendo más concéntrico aumentan los niveles de dependencia.

**Soares (2013)**, Versión web del diario brasileiro Folha de Sao Paulo. Recuperado de <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/07/1305911-jornalismo-domina-rede-social-durante-protestos-pelo-pais.shtml>

El periodista hace mención que, durante las protestas ocurridas en julio de 2013, los ciudadanos interactuaron en las redes sociales masivamente, inclusive hasta multiplicar el alcance que tenían los medios tradicionales en sus versiones web. No sólo compartían información, sino que utilizaban hashtag y expresaban sus puntos de vista. La apropiación social de los sitios de redes sociales para la intermediación de las movilizaciones significó expresiones colectivas como síntesis del espíritu de las manifestaciones.

Esta página además se convirtió en uno de los sitios web paulistas más compartidos por usuarios de la red social Facebook.

### **2.1.2 Nacionales**

**Chauca, M. (2016)**, *Construcción de redes de opinión en la web 2.0: 'Adopta un congresista' y 'D'onofrio, lejos de ti'*. (Tesis de Pregrado) Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1371>

La investigadora hace referencia en la mencionada tesis que:

“(…) el generador de contenidos consume, produce y espera que la información le llegue a través de sus redes sociales. Su participación está al

mismo nivel que la de los medios de comunicación tradicionales, pero no por eso es periodista: es generador de conversación, discusión o interacción (...).”

**Saldaña, W. (2013)** “Comunicación Web. Medios, Redes sociales y Blogs en el Ciberespacio”

“Las primeras redes sociales virtuales aparecieron en 1985, cuando Stewart Brandy y Larry Brilliant lanzaron una web de anuncios electrónicos llamado Whole Earth Lectronic Link (The Well). En la década del noventa surgieron una serie de servicios similares como The Globe, Geocities y Tripod, donde los usuarios creaban sus páginas personales susceptibles a vincularse con las de otros miembros (P.62)”.

## 2.2 Bases teóricas

### Redes sociales

“Es un sistema informático on-line que amplía el alcance y las potencialidades de las organizaciones comunitarias existentes y colaboran a la creación de nuevas organizaciones. Estos sistemas están concebidos para promover y estimular la comunicación, la cooperación, la participación y el intercambio de información, experiencias, bienes y servicios entre los ciudadanos y los actores públicos y privados de una comunidad (...), mientras simultáneamente abren la comunidad local a la comunicación en red con la comunidad global”. (Susana Finkelievich).

**Cornejo, M. & Tapia, M. L. (2011)** “Redes sociales y relaciones interpersonales en internet”. Recuperado de <http://fundamentos.unsl.edu.ar/pdf/articulo-24-219.pdf>

“A mediados de esta década surge un nuevo fenómeno tecnológico y social: “las redes sociales”. Se definen como “formas de interacción social, como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos” (conclusiones de las Jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector, citadas por Cristina Alemañy Martínez, 2010). En 2010 casi cualquier conjunto de gente organizada constituye una red. De este modo, en torno a cualquier afinidad de gustos,

intereses, etc. se crean nuevas relaciones; se mantienen, se refuerzan o se transforman ciertos vínculos con otros. Así la web 2.0 es un nuevo modismo para nombrar lo que antes se definía como “hacer algo en grupo”.

La web 2.0 o el blog 2.0 es el espacio de Internet en el que se otorga una especial importancia a lo social. Si bien la expresión 2.0 emana de las webs, es aplicable como adjetivo a otro sinfín de cosas, significando un valor añadido a través de la interactividad, por ejemplo profesionales 2.0, empresas 2.0, universidades 2.0, etc. Según Bernete (2010) las redes sociales han existido siempre desde que hay sociedad.

Sin embargo, desde que existe la World Wide Web (www), este término tiene un uso frecuente recurriendo a la expresión “redes sociales” para identificar estructuras sociales de todo tipo: de delincuentes, amigos, empresas, iglesias, cajeros automáticos, etc. Las redes sociales en Internet están adquiriendo una importancia inusitada, las mismas son muy variadas dependiendo a qué se dediquen específicamente o según cómo funcionen. Antes de finalizar 2009, Google señaló las 10 páginas que el buscador consideraba emergentes entre los usuarios hispanohablantes, ubicando a Facebook en tercer lugar, hoy considerada la gran red social mundial. En las redes se comparten muchos datos personales (intereses, gustos, fotos, videos, etc.). En la página de inicio, cada usuario hace su performance, su construcción pública del yo, siendo este perfil “un conjunto de datos de diversa naturaleza, un collage de texto e imágenes que componen un reflejo de sí mismo, pero maleable, cambiante, flexible” (Bernete, 2010: 102). Son las conexiones entre los perfiles y no los perfiles en sí, las que conforman una red. Este es un espacio donde nada se oculta, dado que las conexiones son públicas; a veces los comentarios o mensajes que se envían intentan ser privados pero en un espacio que es fundamentalmente público ya que hay observadores que pueden acceder a la información brindada cuando lo deseen. Esto implica riesgos, dado que Internet es un medio sincrónico (los datos personales persisten durante mucho tiempo) y un medio acrónico (muchas personas pueden acceder a esa información tiempo después) pudiéndose utilizar esa información para diversos fines.

Para Bernete (2010) se ha producido un cambio fundamental en donde lo público juega un papel diferente, se interactúa de una forma que antes no existía aunque esa interacción sea con personas ya conocidas, o bien, interacciones nuevas que motivan a pesar del peligro que conllevan. Según Del Moral (2005) existen cuatro empleos generales que fomentan el uso de las redes sociales: Mantenimiento de amistades: seguir en contacto con amigos, colegas, excompañeros de trabajo, etc., quienes de no ser por estos servicios irían perdiendo relación. - Nueva creación de amistades: cada una de las personas que participa en las redes, relaciona de una u otra forma, a sus contactos con segundas o terceras personas, que pueden a su vez interactuar y conocerse. - Entretenimiento: existe un perfil de usuarios que las usa como portal del entretenimiento (juegos, explorar las actualizaciones del estado de otros usuarios, mirar las vidas ajenas, etc); utilizando en muchos casos el recurso de observar al otro sin ser visto “voyeurismo”. - Gestión interna de organizaciones empresariales: uso circunscripto a empresas dentro de cuya estructura se crean redes privadas para la realización de trámites, comunicaciones, contactos con otros profesionales, etc. Todos los intercambios y formas de comunicación permiten conocer gente a la que sería imposible acceder a diario, por su lejanía física e incluso temporal. Con estos intercambios se crea una relación virtual con cierto carácter de amistad o incluso amor, según el modelo clásico de relación. Se pueden compartir puntos de vista, fotografías, experiencias, emociones, etc. a través de Facebook, Hi5, Twitter, Tuenti o cualquier otra red social. Contar con una red de apoyo social es una necesidad planteada por la psicología desde la prevención y tratamiento”. (PP. 221 – 223)

### **Concepto de Red Social**

**Orihuela, J. (2005, Julio 19)** “Apuntes sobre redes sociales” En el blog eCuaderno. Recuperado de <https://www.ecuaderno.com/2005/07/19/apuntes-sobre-redes-sociales/> hace referencia que:

“La Red son las personas y lo que las personas hacen con ella. Las redes sociales basadas en Internet están contribuyendo a reformular el concepto y la

eficacia de la Red. (...) las redes sociales basadas en Internet, en la medida en que mejoren sus prestaciones, contribuirán a reformular el concepto y la eficacia de la Red". Esas mejoras pueden llegar mediante la combinación del potencial del 'software social' con la sindicación de contenidos a través de RSS (que permite acceder a los contenidos de multitud de formas distintas), lo que constituye una de las más interesantes y prometedoras perspectivas para convertir a la Red en un sistema de conocimiento compartido y no sólo en un almacén de datos”.

**Saldaña, W. (2013)** “Comunicación Web. Medios, Redes sociales y Blogs en el Ciberespacio”

“(Citando a Castells, 2001:152) Los individuos construyen sus redes, online y offline, sobre la base de sus intereses, valores, afinidades y proyectos. Debido a la flexibilidad y el poder de comunicación en internet, la interacción social online juega un papel cada vez más importante en la organización social en su conjunto. Cuando se estabilizan en la práctica, las redes online pueden construir comunidades, o sea comunidades virtuales, diferentes de las comunidades físicas pero no necesariamente menos intensas o menos efectivas a la hora de unir y movilizar”.

**Navarro, J. (12/10/2011)** Definición.ABC. Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/social/red-social.php>

“Una Red Social es una estructura social integrada por personas, organizaciones o entidades que se encuentran conectadas entre sí por una o varios tipos de relaciones como ser: relaciones de amistad, parentesco, económicas, relaciones sexuales, intereses comunes, experimentación de las mismas creencias, entre otras posibilidades.

(...) Pero las relaciones personales no son lo único, las redes sociales también nos ayudan a mantenernos informados en tiempo real, sobre lo que acontece a nuestro alrededor. Hoy todos somos reporteros callejeros pues a través de las plataformas digitales nos podemos expresar, manifestar, movilizar gente o transmitir nuestro desacuerdo ante las problemáticas actuales.

El efecto dominó de este medio hace que los contenidos que se publiquen se viralicen al poco tiempo de ser lanzados. Todo mensaje que se transmite en la red se reproduce miles de veces y esto ha permitido desde masivas convocatorias a marchas, hasta sacar a la luz información restringida.

Las redes sociales de internet se han convertido sin dudas en un fenómeno social que revoluciona la manera de comunicación y la interacción que hasta el momento teníamos los seres humanos”.

### **Estructura de un servicio de red social**

**Boyd & Ellison (2007).** “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*”. Señala que así como todos los procesos de la comunicación, las redes sociales se componen de

“Estructuras o servicios que generan conexiones para llegar al público que las usa. Estos son llamados SNS (Social Networking Services), que básicamente son servicios basados en web que permiten construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema limitado, además de enlazar una lista de otros usuarios con los que se comparte una conexión; ver y recorrer su lista de conexiones establecidas y las hechas por otros usuarios dentro del mismo sistema. La naturaleza de estas conexiones puede variar de un sitio a otro. Las redes sociales nos permiten conocer a personas de otros países o de nuestra misma localidad.

Generalmente, las redes sociales se usan para poder comunicarse con grupos de personas de diferentes países sin las limitaciones convencionales del correo electrónico o las llamadas telefónicas, que, aunque existen servicios que permiten conversaciones grupales, no otorgan el tiempo, el espacio o determinadas herramientas que disponen los servicios de redes sociales.

Los servicios de redes sociales son continuamente utilizados por medio de computadoras, tabletas y celulares avanzados, entre otros dispositivos inteligentes. Para poder acceder a los servicios de redes sociales, se requiere que el usuario cree una cuenta y un perfil de usuario. Aunque la mayoría de las redes incorporan la opción de cargar imágenes de perfil personales como dibujos o fotografías de sí mismos, ciertas redes se caracterizan por la

asignación de un avatar (representación gráfica que identifica al usuario), el cual puede ser modificado por éste a voluntad y dentro de ciertos límites. Los servicios de redes sociales se pueden dividir en dos grandes categorías:

**Redes sociales internas y privadas (ISN):** Se componen de un grupo de personas dentro de una empresa, asociación, sociedad, el proveedor de educación y organización.

**Redes sociales externas: (ESN):** Red abierta y a disposición de los usuarios de la web para comunicarse, diseñada para atraer a anunciantes. Los usuarios con frecuencia adquieren el rol de "amigos" aún sin mantener relaciones de amistad previa con otros usuarios.

En la mayoría de los servicios de redes sociales, ante una solicitud o invitación a establecer contacto "virtual", los usuarios deben confirmar que son amigos o que aceptan la conexión, luego de lo cual estarán vinculados. Las redes sociales por lo general tienen controles de privacidad que permiten al usuario elegir quién puede ver su perfil o entrar en contacto con ellos, entre otras funciones. Muchos sitios de redes sociales incorporan una función de favoritos o "likes" ('Me gusta' en inglés) que permiten indicar la valoración del contenido que comparte cada usuario.”.

## Características de la red social

**Sedano, G.** (2015) Web Espacio. “*Características de las redes sociales*”. Recuperado de [www.webspacio.com/caracteristicas-redes-sociales/](http://www.webspacio.com/caracteristicas-redes-sociales/)

**“Identidad virtual:** Lo más notorio quizá sean los elementos visuales y textuales con las que un usuario se presenta a sí mismo: su nombre o alias, un avatar y descripciones. Pero la identidad virtual o digital está constituida también por los contenidos que comparte y las interacciones con otros usuarios diariamente. Todos estos elementos van construyendo una imagen del usuario que se moldea continuamente.

No siempre la identidad virtual refleja necesariamente a la persona totalmente. Cada usuario puede asumir actuaciones o roles según sus necesidades. Hay redes sociales profesionales en donde quizá se quiera aparentar más seriedad o redes para fanáticos de juegos online en lo que todo puede ser sólo diversión.

**Vínculos y conectividad:** Las redes sociales se tratan de establecer lazos con otras personas, conexiones de diversa índole, que estos sitios ayudan a crear y mantener vivos. Los usuarios deben ser capaces de relacionarse y hacer crecer sus redes de contactos, de lo contrario no podríamos hablar de redes sociales.

Junto a la construcción de un perfil, los sitios de redes sociales ofrecen también la posibilidad de crear listas de amigos, compartirla con otros y contactar con las redes de nuestros contactos.

**Interacción:** Esta es una de las principales características de las redes sociales. Es lo que mueve a las redes sociales, lo que mejor plasma su carácter social. Ya sea que se comparta un mismo interés en algún deporte, una misma institución, o lo que fuera, la gente está allí para comunicar y expresarse.

Los perfiles y las listas de contactos son solo los pasos previos para ese fin último que es interactuar con otros. En los sitios de redes sociales esto se

evidencia cuando se comparte actividades y contenidos. Un comentario en Facebook, un enlace en Twitter, una consulta en Quora, etc.

Otras características de las redes sociales que están presentes en mayor o menor medida son:

- **Personalización:** los usuarios son capaces de ajustar las configuraciones del sitio.
- **Tiempo real:** a diferencia de los foros y otras páginas de comunidades, las redes sociales ofrecen la oportunidad de establecer relaciones con respuestas inmediatas, asegurando una interacción continua.
- **Inteligencia colectiva:** el sentido de colaboración, creación conjunta y ayuda mutua inspira la conformación de redes sociales. Es el usuario quien en comunidad propone, soluciona y da soporte a la misma.
- **Lenguaje multimedia e hipertextual:** el lenguaje de las redes sociales es el de Internet, en el que se usan los recursos audiovisuales (texto, imagen, video, audio, gráficos interactivos y animaciones) y los enlaces para comunicar.
- **Viralidad:** El sistema de redes de contactos hace fácil la propagación de contenidos, multiplicando exponencialmente su exhibición e influencia.”

**Boyd & Ellison (2007).** “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”. “Journal of Computer-Mediated Communication”

“Los SNS (Social Networking Services) son servicios basados en web que permiten construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema limitado, además de articular una lista de otros usuarios con los que se comparte una conexión, y de ver y recorrer su lista de conexiones establecidas y las hechas por otros usuarios dentro del mismo sistema. La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro. Las redes sociales nos permiten conocer a personas de otros países o de nuestro mismo estado”.

**Merlo, C. (2013)** “Experience Marketing. Guía técnica básica Facebook y Twitter”

“Mayormente las redes sociales se usan para poder comunicarse con grupos de personas de diferentes países sin las limitaciones convencionales del correo electrónico o las llamadas telefónicas y videollamadas, en los cuales aunque existen servicios que permiten conversaciones grupales, no otorgan el tiempo, el espacio o determinadas herramientas que disponen los servicios de redes sociales.

Los servicios de redes sociales son frecuentemente accedidos por medio de computadoras, tabletas y celulares avanzados, entre otros dispositivos inteligentes.”

**Enciclopedia de Características (2017).** "10 Características de las Redes Sociales". Recuperado de <https://www.caracteristicas.co/redes-sociales/>

**“1. Comunidades virtuales:** Lo principal a la hora de hablar de redes sociales es comprender que forman parte de una creciente comunidad con acceso a Internet y con tiempo para invertir en ella: tiempo de ocio, de trabajo y de socialización.

Esto último ha permitido remodelar el espacio de lo público, al punto tal que ciertas redes sociales muy populares hacen las veces de punto de encuentro y centralizan la información de los usuarios, creando así verdaderas comunidades virtuales, gracias a las cuales personas de distinta procedencia y distinta historia vital pueden coincidir y compartir gracias a sus gustos personales o sus formas de usar la red.

**2. Tipos de redes sociales:** Existen distintas formas de clasificar las redes sociales, conforme a su público objetivo, sujeto principal de la relación o según su plataforma, a saber:

**Según su público objetivo:** Pueden ser horizontales o verticales.

- Horizontales. Se dirigen a todo público, sin un foco temático específico o una comunidad puntual, sino al “gran público” de Internet.
- Verticales. Se conciben en base a un eje temático que es el que agrupa a la comunidad, es decir, cierto grado de especialización, por ejemplo: redes de empleo, redes de videojuegos, etc.

Según el sujeto principal de la relación. Pueden ser humanas, de contenidos o de inertes.

- Humanas. Dan lugar a las relaciones entre usuarios, según su perfil social y de gustos, aficiones, etc.
- De contenido. La interacción se da centrada en la información compartida por los usuarios, y no en ellos mismos. De este tipo son las redes de intercambio de documentos, etc.
- De inertes. Las más novedosas, permiten poner en red objetos, lugares, marcas e incluso personas fallecidas.

Según su plataforma. Pueden ser metaversos o Web.

- Metaversos. Estas redes sociales exigen al usuario una conexión particular (WOW) de tipo cliente-servidor.
- Web. Redes sociales basadas en la estructura tradicional de Internet.

### **3. Perfil o identidad**

La mayoría de las redes sociales manejan cuantiosas porciones de datos de sus usuarios: direcciones de correo, fotografías, números telefónicos, gustos, aficiones, amigos, incluso parte de su historia personal, profesional o amorosa. Todo esto permite la construcción de “perfiles” con los cuales el usuario se muestra a los demás.

El asunto es que dichos perfiles no siempre responden a la verdad de las personas, sino a ciertos deseos narcisistas de cómo quisieran ser, y puede llegar a ser fuente de angustias o de sufrimientos emocionales (y reales) en

caso de verse frustrada esa idealización del individuo. Este fenómeno es estudiado por psicólogos y educadores.

#### **4. Masividad**

Uno de los grandes atractivos (sobre todo para las empresas anunciantes) de las redes sociales es su masividad. Las principales redes sociales cuentan con millones de usuarios a nivel mundial a los que puede exponerse un contenido, como una publicidad o una noticia.

Esto significa que las grandes redes sociales compiten en importancia (y ganan en inmediatez) con los periódicos tradicionales y otras formas de masificación informativa.

#### **5. Conectividad**

La conectividad de las nuevas tecnologías ha sido aprovechada por las redes sociales para tener presencia en casi todos los gadgets tecnológicos: computadores, tabletas, teléfonos inteligentes. La presencia de una empresa o un individuo en ellas pueden verse incluso como un requisito para alcanzar nuevas audiencias y estar “a la par” con su público.

#### **6. Personalización**

Otro aspecto importante y apreciado de las redes sociales es la hiperpersonalización o “customización”, que consiste en la adaptación plena a los gustos y la personalidad del usuario, permitiéndole además una interacción directa con otros usuarios e incluso con las cuentas empresariales, a cargo de un administrador llamado “CM o Community Manager”. De este modo, la experiencia en redes es íntima y singular.

#### **7. Algoritmos**

Las redes sociales operan en base a algoritmos que organizan la información para mostrarnos más de aquello que nos guste y menos de lo que no. Así, cuando validamos un comentario, una publicidad o una

noticia, retroalimentamos el sistema para que se adapte aún más a nuestros gustos puntuales.

## **8. Requisitos de uso**

Las redes sociales tienen requisitos mínimos de uso. La mayoría pide una cierta edad ya cumplida en sus usuarios, e incluso algunas –como las de citas- piden la mayoría de edad cumplida. Del resto, los registros suelen ser gratuitos y consistir en una cierta cantidad de información con que el usuario debe alimentar su perfil.

## **9. Ventajas**

Las ventajas de las Redes Sociales tienen que ver con su inmediatez y su masividad, nunca antes vividas por la humanidad industrializada, así como su personalización de la experiencia, a grado tal que muchas de las interacciones en redes (los “me gusta” o los “favoritos”, etc.) son empleados en el mundo del marketing como medidores del éxito de una campaña o un producto.

Por otro lado, las Redes Sociales nos permiten centralizar nuestros contactos, administrar fechas de cumpleaños, retomar contacto con viejos amigos o hacer algunos nuevos, todo sin salir necesariamente de casa.

## **10. Desventajas**

Las desventajas de las Redes Sociales apuntan a la ruptura con la presencia de los demás, es decir, a que no sepamos socializar en persona sino por escrito, construyendo generaciones dependientes de la máquina y alienadas, encerradas en un nicho que poco o nada las expone a los gustos diferentes o al pensamiento contrario.

Del mismo modo, los algoritmos de las redes sociales privilegian el contenido semejante al que hemos elegido (con un “me gusta” o un “favorito”, etc.), restringiendo las oportunidades de recibir información real, no filtrada por los gustos o las ideologías del usuario, por lo que terminan convirtiéndose en “cámaras de eco” donde la gente lee solo opiniones semejantes a las suyas. Esto a menudo se denuncia como un efecto antidemocrático de las redes sociales.”

### **Las redes sociales como herramienta de denuncia**

**Quiñonez, E. (20/04/2014)** Prensa Libre. *“Denuncias en internet tienen gran efecto social”*.

Recuperado de

[http://www.prensalibre.com/noticias/comunitario/JUZGADOSCLIC\\_0\\_1123687632.html](http://www.prensalibre.com/noticias/comunitario/JUZGADOSCLIC_0_1123687632.html)

“De acuerdo con el Estudio de Redes Sociales en Centroamérica 2014, siete de cada 10 habitantes en la región afirman que la web se ha convertido en una fuente fundamental de información. (...) José Kont, de la empresa iLifebelt Centroamérica, explica que, por ejemplo, las redes sociales son espacios de información eficaces para potenciar mensajes positivos. (...) “El poder es de la gente, no de internet; esta es solo una herramienta”. (...) Estos espacios virtuales han empujado a que la gente hable, se exprese. Que sepan que sus opiniones valen y se difunden. Pero no hay que olvidar al Estado.

“Internet no resuelve el problema. Lo expone. Es una prevención, pues su efecto es más rápido, pero esto no suplirá el papel del aparato de seguridad y justicia. Mientras haya estado de Derecho, se debe presionar para que funcione”.

### **¿Redes sociales o redes sociales virtuales?**

**Arnao, J. & Surpachín, M. (2016)** CEDRO, “Uso y abuso de Redes sociales digitales en adolescentes y jóvenes”

“Desde la postura de Eduardo Villanueva (EDUCAR, 2010), es imprescindible que se mantenga una clara diferenciación en la denominación a los servicios como Facebook, conocidos como redes sociales, a pesar de ser un medio social, es decir creado a partir de las interacciones en las redes sociales de las que realmente formamos parte. Las redes sociales son las que dan sentido a las interacciones, mientras que los servicios como Facebook se montan sobre estas redes, a las que potencian, alteran y a veces agrandan, pero no son las redes en sí mismas. No es el mismo concepto: “un medio social solo puede existir sobre relaciones sociales previas, y depende de las redes sociales de los participantes. Aprovechar un medio social, sea una persona, profesional u organización, requiere entender las relaciones sociales” (Villanueva, EDUCAR, 2010); mientras que las redes sociales existen per sé. De esta manera se puede identificar que las redes sociales siempre han existido, sin embargo, estas tecnologías representan nuevos canales de comunicación como Facebook, WhatsApp, Twitter o Instagram que han desarrollado más redes eliminando las barreras geográficas, a lo que se le debería denominar redes sociales en medios virtuales o redes sociales virtuales para diferenciarlas de las redes sociales que se generan en la realidad (Rodríguez, 2010; El País.com). Las redes sociales virtuales se establecen, además, desde el anonimato, desde la “comodidad” y la “conveniencia” del usuario, ya que se plantean como una forma fácil y segura de ampliar las redes de contactos y generar un sistema de relaciones interpersonales práctico, productivo, instantáneo, cómodo, barato y que preserve nuestra identidad si lo deseamos (Ardévol, 2005). En suma, las redes sociales se generan sin necesidad de un canal específico, a diferencia de las redes sociales virtuales que necesitan de un sistema tecnológico para desarrollarse. (...) la comunicación interpersonal mediada ofrece modalidades de relación diferentes que encajan con un estilo de vida que consume tecnología y se desarrolla plenamente en usuarios que tienen curiosidad de expandir sus círculos de relaciones continuamente (Ardévol, 2005). A pesar de esta discrepancia en la denominación, para fines de esta investigación haremos uso del término de “redes sociales” para referirnos a estos servicios virtuales que permiten la generación y expansión de las redes interpersonales en el ciberespacio de cada usuario. Las redes sociales, a partir de esta denominación,

funcionan bajo un perfil –que es como la “carta de presentación” del usuario–, donde comparte una descripción de sus rasgos físicos –a través de fotos–, su personalidad, inquietudes y aficiones, información que supuestamente es real pero podría ser falsa (Ardévol, 2005). De esta manera, el sujeto se convierte en un personaje o actor que posee una identidad virtual que podría no corresponder con la real; define su identidad desde su página principal, con fotografías, rasgos sociodemográficos: sexo, edad, estatus socioeconómico, ocupación, gustos, etc. (Cáceres, Ruiz, Gaspar, 2005).

Las siguientes son las principales redes sociales:

Facebook: la red con más usuarios en el mundo, superando los 1350 millones de usuarios (Facebook - octubre 2014), de estos casi 800 millones son usuarios móviles (Facebook - marzo 2015). En el Perú es la red social favorita, con casi 10 millones cuentas, de las cuales el 54,7% pertenecer a varones y 45,3% a mujeres. Según este estudio de 2015, el grupo de 18 a 24 años ha alcanzado 3.4 millones de usuarios, mientras el grupo de edad con mayor porcentaje de crecimiento ha sido el de 55 a 63 años, con un 39,39% de variación (FuturoLabs, 2013). Este éxito quizá se base en que Facebook es la expresión personal del usuario: uno se inventa una personalidad y la expone al medio, combinando expresiones visuales de personalidad, formas textuales, comentarios, provocaciones, etc. (Villanueva, 2011).

Twitter: la segunda red social más utilizada en el mundo, con 144 millones de usuarios. En el Perú ocupa el segundo lugar de preferencias.

Instagram: aplicación gratuita para dispositivos móviles, que permite tomar fotografías y modificarlas con efectos especiales, para compartirlas en redes sociales como Facebook, Twitter u otra red social. Instagram, poco a poco, se está haciendo un espacio en la preferencia de los adolescentes peruanos. Y Ask.fm: red social donde se pueden realizar preguntas y obtener respuestas. El modus operandi de esta red para abrir un perfil es similar al de las otras redes sociales y la diferencia es que las preguntas se pueden hacer de forma anónima.

Por este motivo, han surgido dificultades con adolescentes víctimas de acoso, ya que en la práctica puede y es usada para realizar Ciberbullying.

WhatsApp: aplicación de chat para smartphones. Permite el envío de mensajes de texto, fotos y archivos entre sus usuarios. Su funcionamiento es como el de los programas de mensajería instantánea para computadoras”. (PP.30-32)

### **Riesgos de las redes sociales: ¿Abuso o adicción?**

**Arnao, J. & Surpachín, M.** (2016) CEDRO, “Uso y abuso de Redes sociales digitales en adolescentes y jóvenes”

“Internet constituye una tecnología que ha impactado especialmente a las personas jóvenes y les ha proporcionado muchos beneficios en nuevas plataformas virtuales. No obstante, el uso desmedido y la falta de control y autorregulación han hecho que muchas personas lleguen a estar obsesionadas con internet, se muestran incapaces de controlar su uso y pueden poner en peligro sus estudios, su trabajo y sus relaciones sociales. En ese sentido, ¿puede una persona llegar a ser adicto a internet?, esa respuesta nos conduce a establecer un diagnóstico clínico, lo cual aún no está establecido en manuales psiquiátricos; actualmente existe gran polémica en la comunidad científica sobre el reconocimiento de la adicción a internet, smartphones, o juegos en línea. Este debate debe ser zanjado pronto, porque urge definir políticas públicas que incorporen estas nuevas enfermedades propias de la época. En opinión de los autores, existe el riesgo de caer en la adicción a las TIC, lo cual en nada desmerece sus ventajas y méritos. a. Neurociencia y adicción a internet.

Artículos neurocientíficos como los de Bill Davidow (2012) en The Atlantic nos indica que la adicción a internet, al igual que la adicción a los videojuegos, se forma mediante un “circuito de la compulsión”, que consiste en que el usuario inicia el juego, consigue el objetivo y es recompensado con nuevo contenido descargable en línea, que lo hace desear seguir jugando para así

reingresar al circuito. En consecuencia, conseguir un objetivo o esperar una recompensa (como puede ser la obtención de nuevos contenidos) tras completar una tarea, activa las neuronas de un área llamada ventral tegmental que libera el neurotransmisor dopamina en los centros de placer del cerebro.

La liberación de esta hormona hace que la experiencia sea percibida como placentera para el usuario. De manera que algunas personas pueden obsesionarse con estas “experiencias buscadoras de placer”, involucrándose en conductas compulsivas, como la necesidad de revisar constantemente el email en búsqueda de un nuevo correo, actualizar constantemente su timeline de Twitter o su perfil de Facebook e, incluso, apostar compulsivamente en línea. Investigadores como Peter Whybrow, del Instituto Semel de Neurociencia y Conducta Humana de la Universidad de California, EE.UU recalca que “la PC es como cocaína electrónica”, pues impulsa ciclos de manía seguidos por períodos depresivos.

El trastorno de dependencia de la red se conoce con muchos nombres: desorden de adicción a internet - Internet Addiction Disorder (IAD) -, uso compulsivo de internet - Compulsive Internet Use (CIU) -, o uso patológico de internet - Pathological Internet Use (PIU) -, Adicciones online, trastorno de dependencia a internet, síndrome de toxicomanía de internet, enfermos de la red, netaholics, adicción a la computadora; más aún no se encuentra clasificada en el DSM-IV (Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales), donde el término adicción solo aparece con relación a sustancias. No obstante, visto que se ha convertido en un trastorno común, algunos autores sugieren que amerita ser incluido en el DSM-V dentro del espectro de los trastornos del control de los impulsos (Block, 2008; Dell'Osso , Altamura, Allen,Marazziti, Hollander, 2006; Didia, 2009; en Santana et al., 2012). No obstante, en el nuevo manual no está como una patología.

(...) En la presente investigación, se evita usar una etiqueta de los nombres en el párrafo anterior por falta de pruebas científicas para denominar al uso excesivo de internet como una verdadera adicción, además de no haber

consenso de ello entre los investigadores. De esta forma, hemos optado por utilizar otros términos menos controversiales como “uso problemático de internet” o “abuso de internet”, definiéndolo como: a) una preocupación inadaptada con el uso de internet, experimentado como el uso irresistible por períodos más largos de lo previsto; y b) una angustia significativa o una discapacidad que es resultado del comportamiento. De igual manera, se definirá “adicción” como una afición patológica que genera dependencia y resta libertad al ser humano, al estrechar su campo de conciencia y restringir la amplitud de sus intereses. De hecho, existen hábitos de conducta aparentemente inofensivos que en determinadas circunstancias pueden convertirse en adictivos e interferir gravemente en la vida cotidiana de las personas afectadas, a nivel familiar, escolar, social o de salud (Echeburúa y De Corral, 1994).

Las redes sociales han tenido un crecimiento exponencial, lo que las ha hecho un medio masivo de comunicación; los usuarios son expuestos a sus contenidos (de manera voluntaria o no), y en todo momento son partícipes, generadores y críticos.

Las denuncias sociales a través de estas redes, han concedido a los ciudadanos, foros abiertos, plurales, de apoyo o de identidad comunal; han dado pie a la generación de conciencia colectiva y a la colaboración.

Es entonces que han permitido lo que los otros medios masivos y controlados no han logrado en ningún momento; que la información se difunda sin filtros, y que llegue a una cantidad importante de personas. Esto ha hecho de las redes sociales un medio democratizador del flujo de información; la cual es de gran ayuda como herramienta de denuncia siempre y cuando se tenga un gran valor moral y ético para exponerlas bien fundamentadas.

La información fluye en tiempo real y es más difícil la manipulación de ella, así los usuarios hacen conciencia y deciden participar o no; la libertad, el valor ético y moral lo deciden los usuarios sin tener que lidiar con la información manipulada de los medios tradicionales y sus fines políticos o comerciales.

Las redes sociales no sólo permiten que los usuarios se mantengan informados sobre acontecimientos políticos, económicos, sociales y culturales, sino que se han convertido en un espacio de participación social activa.

Con decir “participación social activa” se hace referencia a la opinión, discusión, análisis, y formulación de debate sobre las temáticas en cuestión y que de ésta forma gracias a la tecnología se propaguen ideas para que cada lector forme un argumento propio.

El uso de redes sociales se ha extendido a nivel mundial convirtiéndose en activismo social, para ejemplo de ello, uno de los acontecimientos de mayor relevancia en México fue el llamado movimiento social “YoSoy132” o el movimiento 15M en España”. (PP. 33-35)

## **2.3 Definición de términos básicos**

### **Dimensiones de las redes sociales**

#### **1. Comunicación virtual**

**Universidad de Alicante, Curso básico CI2 de Comunicación Virtual (2012)**  
*Comunicación virtual*. Recuperado de [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/54704/4/ci2\\_basico\\_2015-16\\_Comunicacion\\_virtual.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/54704/4/ci2_basico_2015-16_Comunicacion_virtual.pdf)

Lo define como la base de la formación en el entorno virtual, y es esencial para facilitar el aprendizaje. Gracias a la evolución de las redes de ordenadores e Internet, han surgido formas diversas de comunicación virtual. En este, los usuarios exponen sus ideas, opiniones y experiencias y, a su vez, reciben retroalimentación de otros usuarios.

Así mismo, el autor hace referencia de dos tipos de comunicación: síncrona o asíncrona.

Donde Síncrona se define como el estado de los usuarios participando en la conversación en el mismo instante. “Un ejemplo de este tipo de comunicación es el chat o las videoconferencias”. Mientras que la comunicación asíncrona se

da en un público de dos o más personas cuando no existe coincidencia temporal. “El usuario deja un mensaje, pero la respuesta no es inmediata. Un ejemplo de este tipo de comunicación pueden ser el correo electrónico, los foros de discusión o las listas de distribución”. (P.02)

**González, I. (2016)** Ilifebelt. Recuperado de “¿Qué es Comunicación Digital y por qué es importante para las empresas? <http://ilifebelt.com/que-es-comunicacion-digital-y-por-que-es-importante-en-las-empresas/2016/09/>

Se denomina Comunicación virtual o Comunicación digital, al “intercambio de información y conocimiento haciendo uso de las herramientas digitales disponibles, puestas a nuestra disposición por la investigación y desarrollo tecnológico”, identificándolo también como “un ecosistema que para funcionar requiere de una coordinada simbiosis entre tecnología (aparatos y herramientas) y las personas que participan en el intercambio de información. En principio, los soportes de información se digitalizan, para luego difundirse en un entorno que facilite este proceso. Todo esto conlleva una sólida cadena de estrategias que respondan a alcanzar los objetivos de un plan de acción: una buena estrategia digital”.

Por su parte, José Luis Delgado, Director de Suona Comunicación, en su artículo “El poder de la comunicación digital como herramienta de gestión” (2013), lo define como el “conjunto de habilidades que aglutina y el ecosistema en el que se desarrolla. Conlleva, primeramente, la digitalización de los soportes de información, después su integración en un entorno que permita su difusión, y por último, un repertorio de estrategias que deben atender a una o a un conjunto de finalidades dentro de un plan de acción”. (Delgado, J. (2013) Suona Comunicación Recuperado de “El poder de la Comunicación digital como herramienta de gestión” <http://www.suonacomunicacion.com/blog-noticias/283-poder-comunicacion-digital-empresas.html#.WcdIXbLyIM8>)

## 2. Cooperación y participación ciudadana

**Baumann, P. (2000)** (Recuperado del libro *¡Ciudadanos a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio.*- Susana Finquelievich) “*Usos sociales de TICs: Gobiernos locales y Participación Ciudadana*”. (P.52)

El autor denomina al concepto de participación ciudadana a “aquellas prácticas de individuos o grupos comunitarios que se generan o pueden llegar a generarse por medio de la utilización de TICs, orientadas a acciones cuyo fin es intervenir o influir en la política local y en las gestiones de gobierno, en una o varias áreas en las cuales se sienten afectados”.

**Valdiviezo, M. (2013)** “La Participación Ciudadana en el Perú y los principales mecanismos para ejercerla”. Recuperado de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/10CB865461FC9E2605257CEB00026E67/\\$FILE/revges\\_1736.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/10CB865461FC9E2605257CEB00026E67/$FILE/revges_1736.pdf)

“La participación ciudadana es definida como un conjunto de sistemas o mecanismos por medio de los cuales los ciudadanos, es decir, la sociedad civil en su conjunto, pueden tomar parte de las decisiones públicas, o incidir en las mismas, buscando que dichas decisiones representen sus intereses, ya sea de ellos como particulares o como un grupo social

(...) **LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN EL PERÚ:** La participación, por parte de la sociedad civil, en los asuntos públicos de nuestro país es un derecho fundamental, reconocido por los tratados y pactos internacionales suscritos por el Estado, los cuales establecen que toda persona tiene derecho a participar en los asuntos públicos de su país, tal como lo habíamos mencionado en la parte introductoria.”

### **El Periodismo participativo como herramienta de cooperación y participación ciudadana**

**Bowman & Willis (2003)**, *Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*

“Es el acto de un ciudadano o grupo de ciudadanos que juegan un papel activo en el proceso de coleccionar, reportar, analizar y diseminar información. La intención de esta participación es suministrar la información independiente, confiable, exacta, de amplio rango y relevante que una democracia requiere. El periodismo participativo es un fenómeno emergente que se produce de la base hacia arriba y en el cual hay poca o ninguna supervisión o flujo de trabajo

periodístico formal de un cuerpo administrativo. En su lugar, es el resultado de muchas conversaciones simultáneas y distribuidas que pueden florecer o atrofiarse rápidamente en la red social de la Web”. (P.10)

**Instituto Electoral del Distrito Federal - Dirección Ejecutiva de Participación Ciudadana (IEDF, 2012)** *Los instrumentos de participación ciudadana, requisitos de procedencia y desarrollo*, Recuperado de <http://www.iedf.org.mx/secciones/participacion/capacitacion/manuales/07Instrumentos.pdf> (P.20)

“Así mismo, los instrumentos de participación ciudadana, aportan a:

- Mejorar la relación entre gobernantes y gobernados.
- Fortalecer el sistema democrático representativo y participativo.
- Garantizar derechos políticos y humanos.
- Legitimar decisiones gubernamentales.
- Consolidar la gobernanza, es decir, lograr que gobierno y sociedad actúen en conjunto”.

### 3. Comunidades virtuales

**Finquelievich, S. (2000)** *¡Ciudadanos a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio*.

“La mayoría de los negocios del mundo son efectuados actualmente a través de las conexiones, que negligén la distancia y las localizaciones geográficas. Sobre la base de estas conexiones se va estableciendo cada vez más la comunicación entre computadoras (CMC - computer mediated communication) y provocando modificaciones cada vez más dramáticas. No sólo alcanzan el mundo corporativo, financiero y de los negocios, sino también la cotidianidad de cada uno, en la medida en que los mismos hogares van siendo equipados con computadores conectadas a la —rede de redes, la Internet. (P. 20). (...) Los conceptos sobre comunidad y organizaciones comunitarias son importantes cuando se desarrollan investigaciones sobre estos temas, y su importancia aumenta cuando se trata de comunidades electrónicas o virtuales. Para los estudiosos anglosajones, el concepto más tradicional para definir una comunidad es “El conjunto de personas que viven en una región,

ciudad o barrio en particular y que usualmente están relacionadas por intereses comunes” (Webster’s 1986, p. 460). Para los hispanoamericanos, según el Diccionario de la Lengua Española, de la Real Academia (1995, Tomo 2, p. 529) es: “Junta o congregación de personas que viven unidas bajo ciertas constituciones o reglas; como los colegios, conventos, etc. o “Común de los vecinos de una ciudad o villa”. Las definiciones académicas se focalizan en “Grupo de personas que tienen relaciones directas y multidireccionales entre ellos y que practican una reciprocidad generalizada y equilibrada” (Taylor, 1987), o bien las definen a través de sus actividades, como Schuler (1996): “Las comunidades pueden ayudar a concretizar las cosas. Las personas son infinitamente más capaces cuando trabajan juntas que cuando lo hacen solas”. (P.106) (...) todos estos grupos están incrementando sus potencialidades mediante la CMC. Pueden extraer la información que necesitan de las redes informáticas, darse a conocer, informar a la comunidad en general sobre sus objetivos y formas de trabajo, ganar respaldo y sobre todo, reposicionarse en las estructuras de poder locales. En cierta forma, lo que tienen en común es su actuación en redes horizontales, en una suerte de recuperación de las formas tradicionales de la democracia directa y de la vida comunitaria. (P.105)

**Turrubiantes, R. (2000)** (Recuperado del libro *¡Ciudadanos a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio*.- Susana Finkelievich) “*Chat, Chat, Chat... Agoras cibernéticas y comunicación global*” (P.209) –

“Las comunidades virtuales crean una atmósfera de solidaridad partiendo de intereses comunes sin importar la edad, nacionalidad, sexo, gustos, o simplemente por el placer de chatear. En este ambiente las relaciones suelen ser más sólidas, siempre y cuando se manejen con sinceridad, ya que se inicia por conocer los pensamientos y sentimientos de los otros y de uno mismo. (...) En este intercambio de palabras, la comunicación alcanza nuevas dimensiones. Lo que para unos es una “mala palabra”, para otros no es más que una expresión de uso común.”

**Fejler, E. (2000)** (Recuperado del libro *¡Ciudadanos a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio.*- Susana Finkelievich) “Las comunidades virtuales en Argentina: vida y pasión” (P. 189)

“Las comunidades virtuales, al ser un mundo alterno al tangible, donde la persona antes que persona es un teclado que emite mensajes digitales, permiten que la gente se construya un mundo de fantasía pensando que es el real. Permite que la computadora reemplace en muchos casos las carencias que se sienten afuera, construyendo personalidades fuertes y decididas como contrapunto de sus debilidades. Y otras personas, que en la vida real tienen poco poder de decisión pueden encontrar en estos submundos la posibilidad de sentirse un ser nuevo, de desarrollar una personalidad que, por diversas causas, en el mundo exterior no logran ejercer”.

## **Capítulo III: Metodología de la Investigación**

### **3.1 Enfoque de la investigación.**

El marco metodológico es la estructuración de los procedimientos a realizar durante el proceso de estudio relacionado al análisis, toma de datos para buscar la descripción de la univariable que presumiblemente afectan el desarrollo integral del estudiante.

### **3.2 Variables**

#### **Variable Red Social**

Es un sistema informático on-line que amplían el alcance y las potencialidades de las organizaciones comunitarias existentes y colaboran a la creación de nuevas organizaciones. Estos sistemas están concebidos para promover y estimular la comunicación, la cooperación, la participación y el intercambio de información, experiencias, bienes y servicios entre los ciudadanos y los actores públicos y privados de una comunidad (...), mientras simultáneamente abren la comunidad local a la comunicación en red con la comunidad global". (Susana Finkelievich)

#### **3.2.1 Operacionalización de la variable**

##### **Variable: Red social**

La red social Facebook se evalúa tomando en cuenta los procedimientos de: Comunicación virtual, Cooperación y participación ciudadana, Comunidad virtual; en el análisis de las características o componentes de cada uno de ellos, insumos útiles para la elaboración de un instrumento que recogerá datos para su procesamiento estadístico y obtener resultados.

Tabla 1

*Tabla de Operacionalización de variable Red Social*

Dimensiones	Indicadores	Número de ítems	Escala de medición	Niveles
Comunicación virtual	Favorecer la comunicación.	1-2	Nunca (5)	Bueno 3 Regular 2 Pésimo 1
	Transmisión de datos informativos.	3-5	Casi nunca (4)	
	Despliegue de información	6-7	Algunas veces (3) Casi siempre (2) Siempre (1)	
Cooperación y participación ciudadana	Promover el trabajo cooperativo.	08-09	Nunca (5)	Bueno 3 Regular 2 Pésimo 1
	Difundir la alerta ciudadana.		Casi nunca (4)	
	Ciudadanos con iniciativa	10-11	Algunas veces (3) Casi siempre (2) Siempre (1)	
Comunidad virtual	Formar redes personales.	12-16	Nunca (5) Casi nunca (4) Algunas veces (3) Casi siempre (2) Siempre (1)	Bueno 3 Regular 2 Pésimo 1
	Generar la interacción de los ciberciudadanos para convertirse en líderes de opinión.	17-19		
	Intercambio de experiencias y comentarios.			

Fuente: Adaptación del Marco Teórico de Susana Finquelievich. (2000)

### **3.3 Investigación**

Por tratarse de una investigación tipo descriptiva y de una sola variable, no es necesaria planear una variable.

### **3.4 Tipo de investigación**

#### **Descriptivo**

“Utiliza criterios sistemáticos que permiten poner en manifiesto la estructura de los fenómenos en estudio, además ayuda a establecer comportamientos concretos mediante el manejo de técnicas específicas de recolección de información. Así, el estudio descriptivo identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actividades del universo investigado, descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación”. (Hernandez 2016 P. 286)

### **3.5 Diseño de investigación**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2016), el nivel descriptivo consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refiere, esto es su objetivo es no identificar la relación que existe entre ellas. (P.154)

Por lo tanto, es un estudio experimental de naturaleza descriptiva que mide las cualidades de la variable 1 de El uso de la Red social Facebook como alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Psicología de la Universidad Peruana de Las Américas, Lima-2017

### **3.6 Población y muestra**

La población, según Hernández, Fernández y Baptista (2010), es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis o entidades de

población y se le denomina Población por constituir la totalidad del fenómeno agregado a un estudio o investigación. (P.174).

Para esta investigación se ha considerado estudiantes del primer ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Peruana de Las Américas, que en total son 20, por lo tanto, se considera una población pequeña y se va realizar un censo.

## LÍNEA DE TABLAS Y LÍNEA DE FIGURAS

Tabla 01

Medidas de frecuencia de la dimensión Comunicación Virtual

Niveles de frecuencia	n	%
Malo	2	10,0
Regular	12	60,0
Bueno	6	30,0
Total	20	100,0

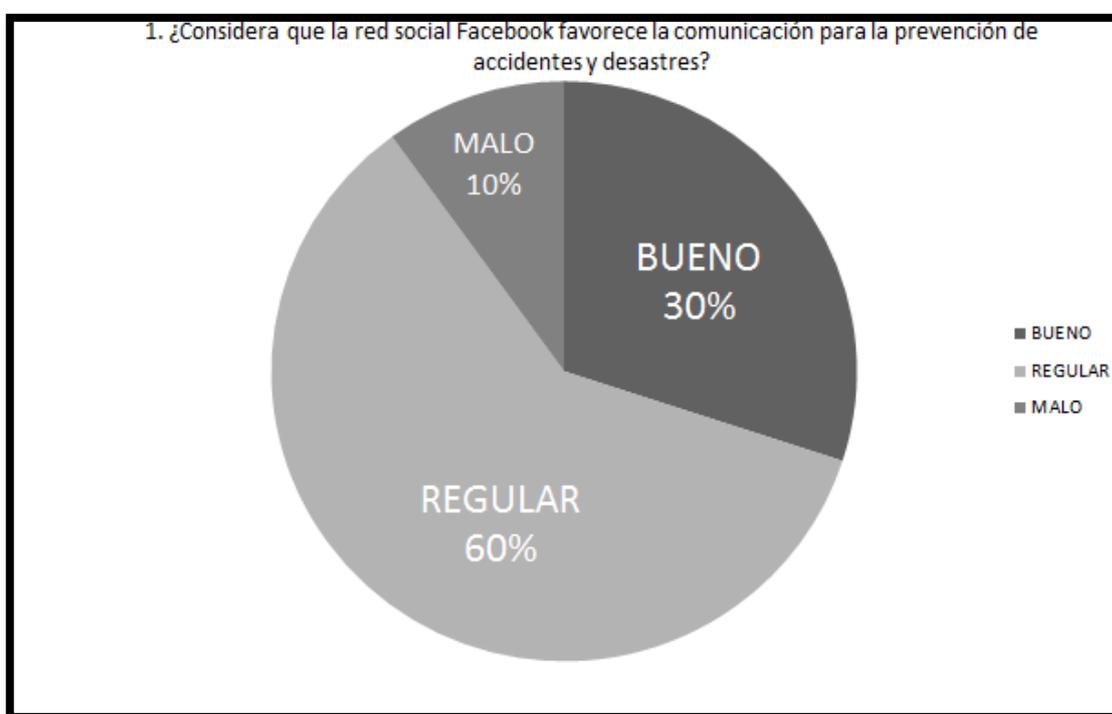


Figura 1.

### Interpretación:

En la tabla 1 y figura 1, se observa que de los 20 estudiantes internos, el 10% manifiestan un nivel deficiente, el 60% indican nivel regular y el 30% de ellos manifiestan un nivel eficiente con respecto a la dimensión Comunicación Virtual.

Tabla 02

Medidas de frecuencia de la dimensión Comunicación Virtual

Niveles de frecuencia	n	%
Malo	2	10,0
Regular	8	40,0
Bueno	10	50,0
Total	20	100,0

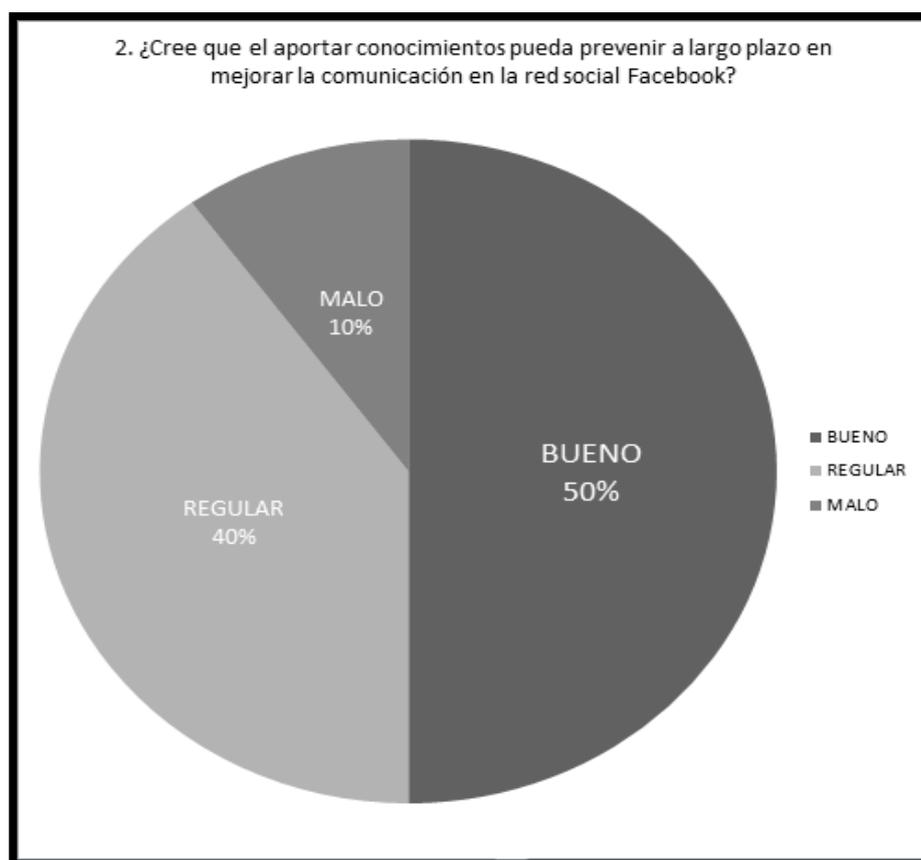


Figura 2.

**Interpretación:**

En la tabla 2 y figura 2, se observa que de los 20 estudiantes internos, el 10% manifiestan un nivel deficiente, el 40% indican nivel regular y el 50% de ellos manifiestan un nivel eficiente con respecto a la dimensión Comunicación Virtual.

Tabla 03

Medidas de frecuencia de la dimensión Comunicación virtual.

Niveles de frecuencia	n	%
Malo	2	10,0
Regular	13	65,0
Bueno	5	25,0
Total	20	100,0

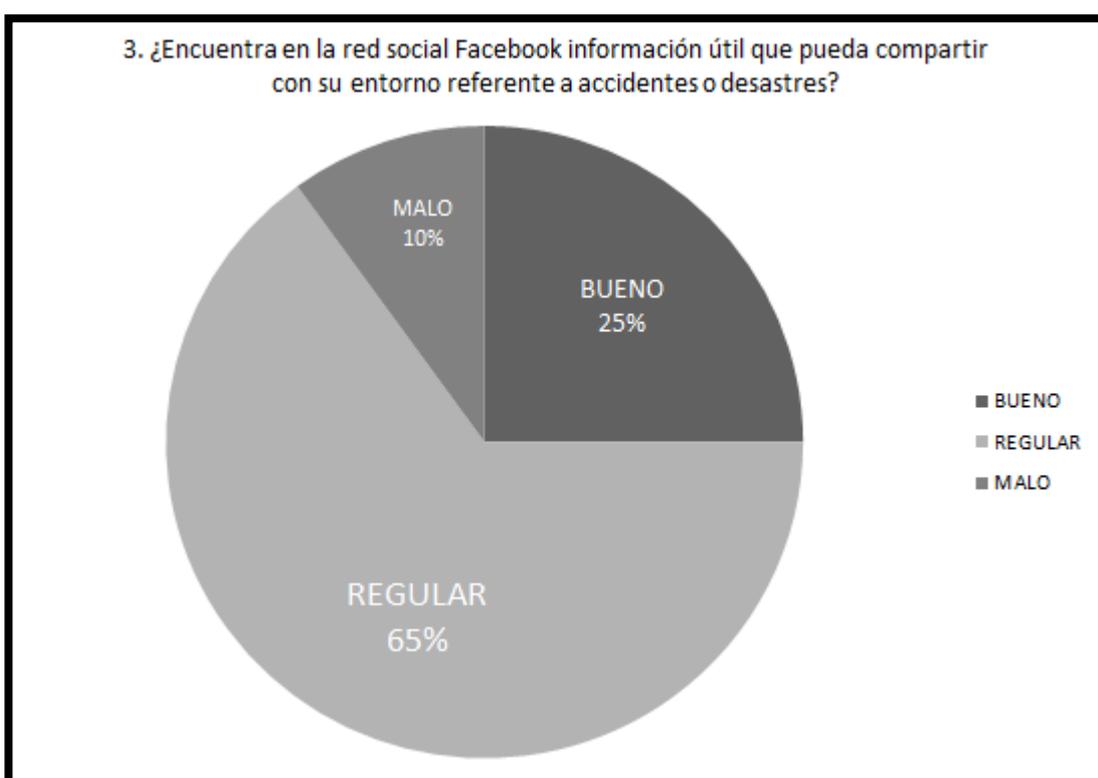


Figura 3.

**Interpretación:**

En la tabla 3 y figura 3, se observa que de los 20 estudiantes internos, el 10% manifiestan un nivel deficiente, el 65% indican nivel regular y el 25% de ellos manifiestan un nivel eficiente con respecto a la dimensión Comunicación virtual.

Tabla 04

Medidas de frecuencia de la dimensión Comunicación Virtual.

Niveles de frecuencia	n	%
Malo	3	15,0
Regular	10	50,0
Bueno	7	35,0
Total	20	100,0

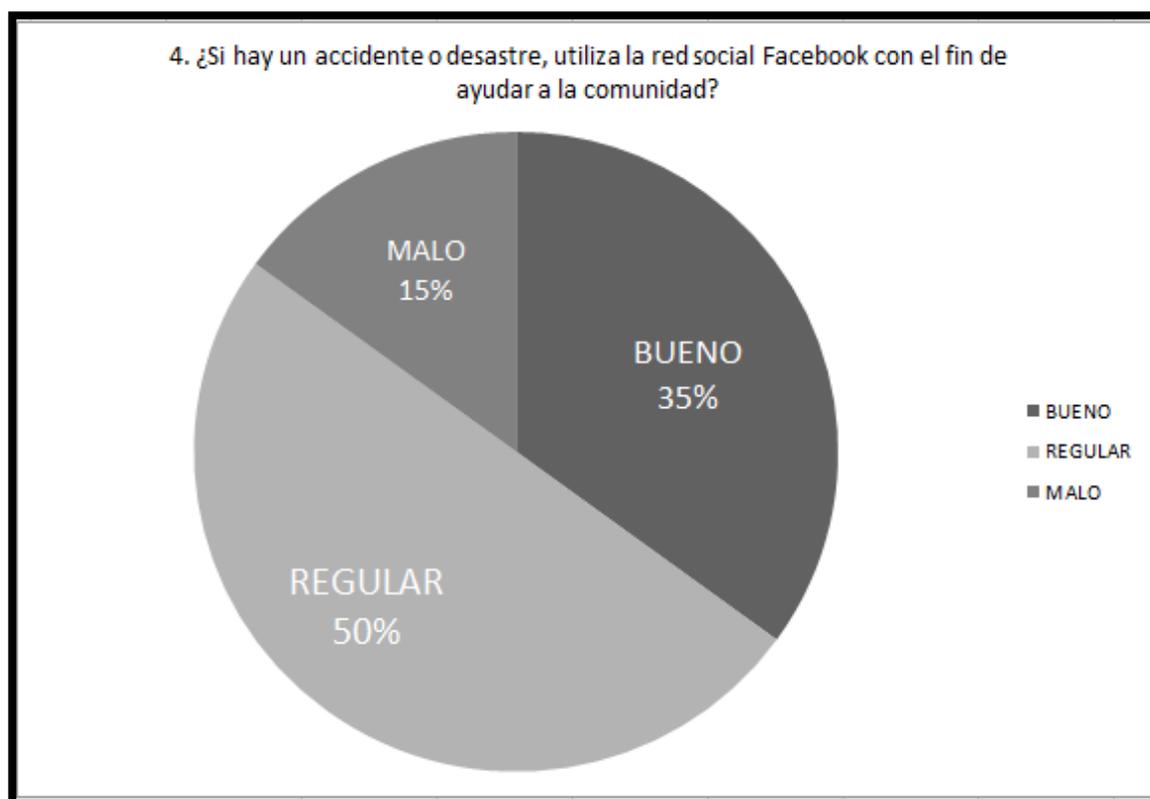


Figura 4.

**Interpretación:**

En la tabla 4 y figura 4, se observa que de los 20 estudiantes internos, el 15% manifiestan un nivel deficiente, el 50% indican nivel regular y el 35% de ellos manifiestan un nivel eficiente con respecto a la dimensión Comunicación virtual.

Tabla 05

Medidas de frecuencia de la dimensión Comunicación Virtual

Niveles de frecuencia	n	%
Malo	1	5,0
Regular	5	25,0
Bueno	10	70,0
Total	14	100,0

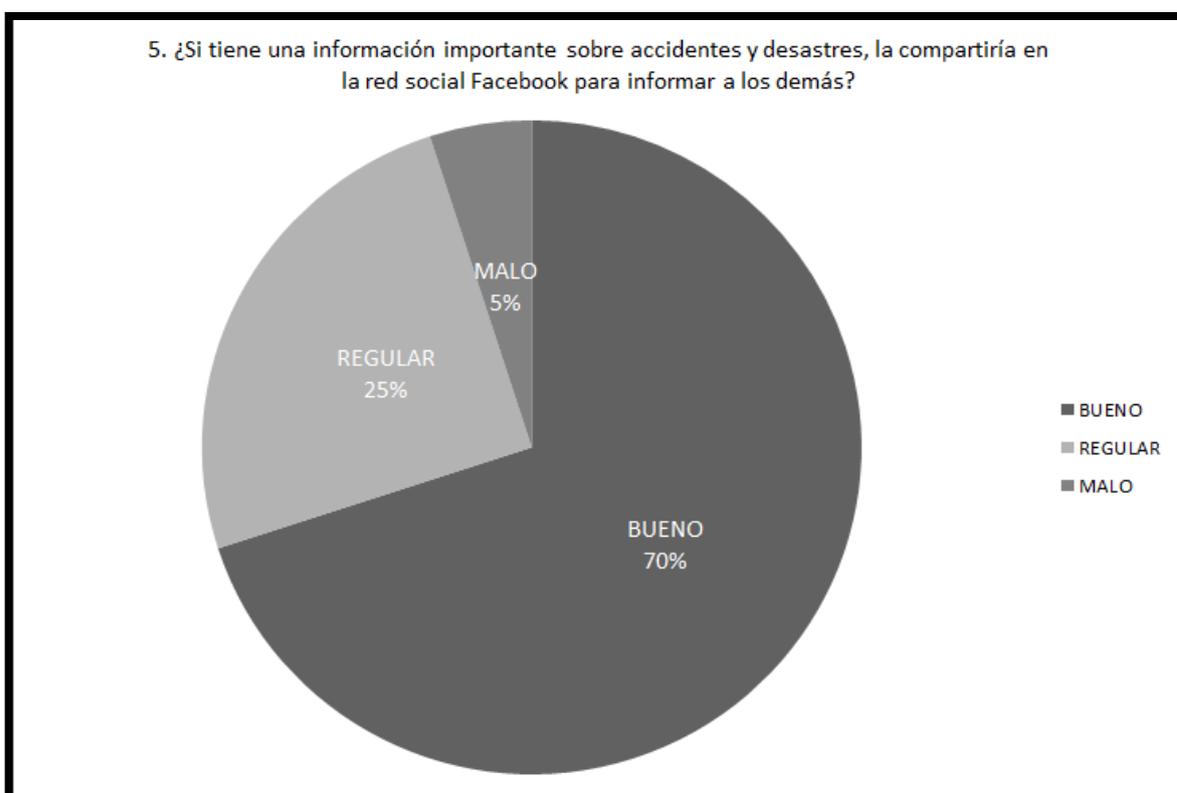


Figura 5.

**Interpretación:**

En la tabla 5 y figura 5, se observa que de los 20 estudiantes internos, el 5% manifiestan un nivel deficiente, el 25% indican nivel regular y el 70% de ellos manifiestan un nivel eficiente con respecto a la dimensión Comunicación Virtual.

Tabla 06

Medidas de frecuencia de la dimensión Comunicación Virtual

Niveles de frecuencia	n	%
Malo	3	15,0
Regular	13	65,0
Bueno	4	20,0
Total	20	100,0

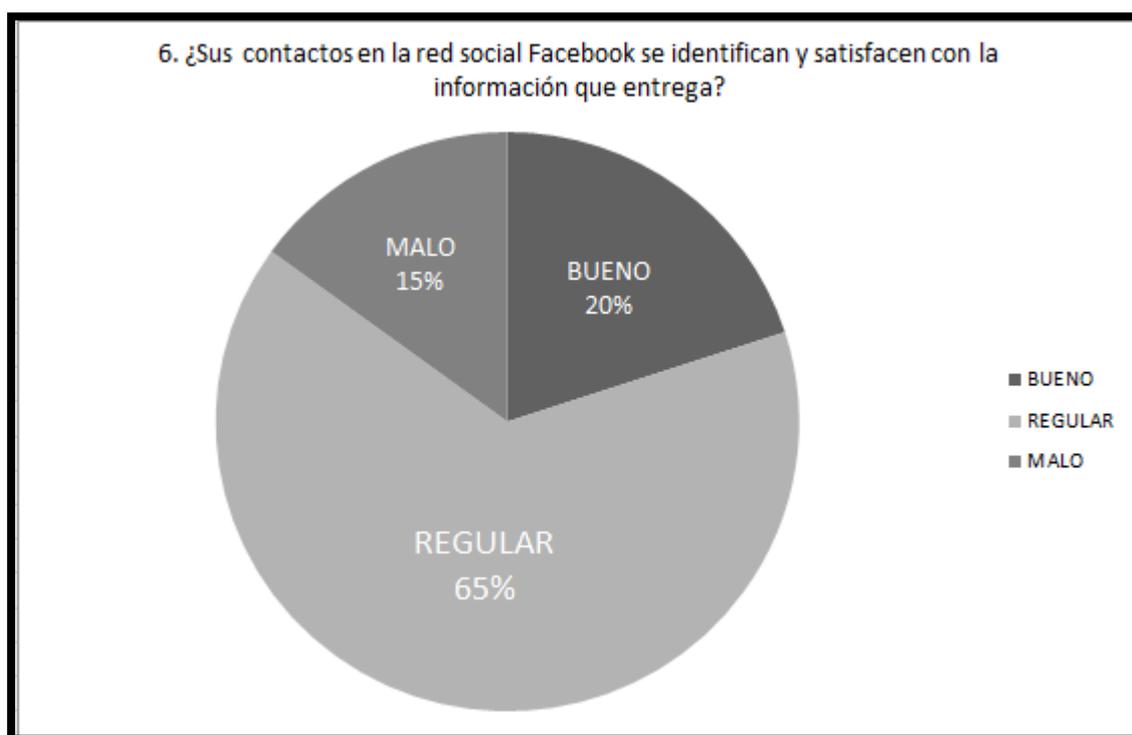


Figura 6.

**Interpretación:**

En la tabla 6 y figura 6, se observa que de los 20 estudiantes internos, el 10% manifiestan un nivel deficiente, el 65% indican nivel regular y el 20% de ellos manifiestan un nivel eficiente con respecto a la dimensión Comunicación Virtual.

Tabla 07

Medidas de frecuencia de la dimensión Cooperación y Participación Ciudadana

Niveles de frecuencia	n	%
Malo	5	25,0
Regular	6	30,0
Bueno	9	45,0
Total	20	100,0



Figura 7.

**Interpretación:**

En la tabla 7 y figura 7, se observa que de los 20 estudiantes internos, el 25% manifiestan un nivel deficiente, el 30% indican nivel regular y el 45% de ellos manifiestan un nivel eficiente con respecto a la dimensión Cooperación y Participación Ciudadana.

Tabla 08

Medidas de frecuencia de la dimensión Cooperación y Participación Ciudadana

Niveles de frecuencia	n	%
Malo	4	20,0
Regular	9	45,0
Bueno	7	35,0
Total	20	100,0

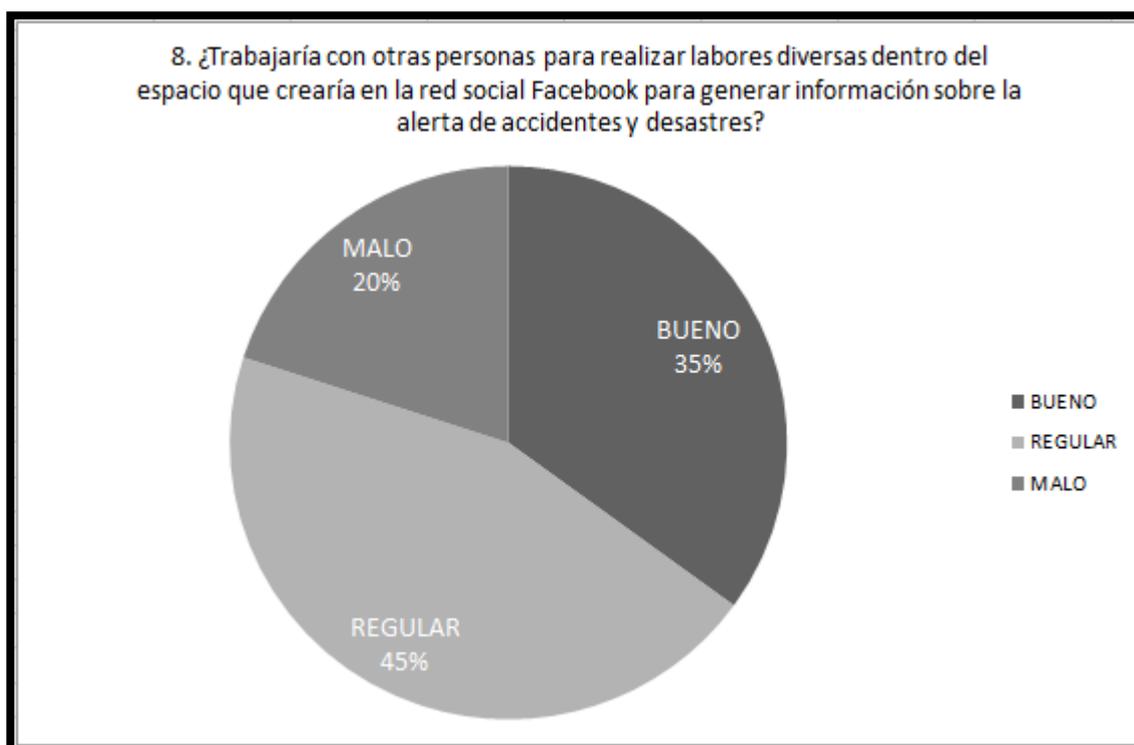


Figura 8.

**Interpretación:**

En la tabla 8 y figura 8, se observa que de los 20 estudiantes internos, el 20% manifiestan un nivel deficiente, el 45% indican nivel regular y el 35% de ellos manifiestan un nivel eficiente con respecto a la dimensión Cooperación y Participación Ciudadana.

Tabla 09

Medidas de frecuencia de la dimensión Cooperación y Participación Ciudadana

Niveles de frecuencia	n	%
Malo	2	10,0
Regular	6	30,0
Bueno	12	60,0
Total	20	100,0

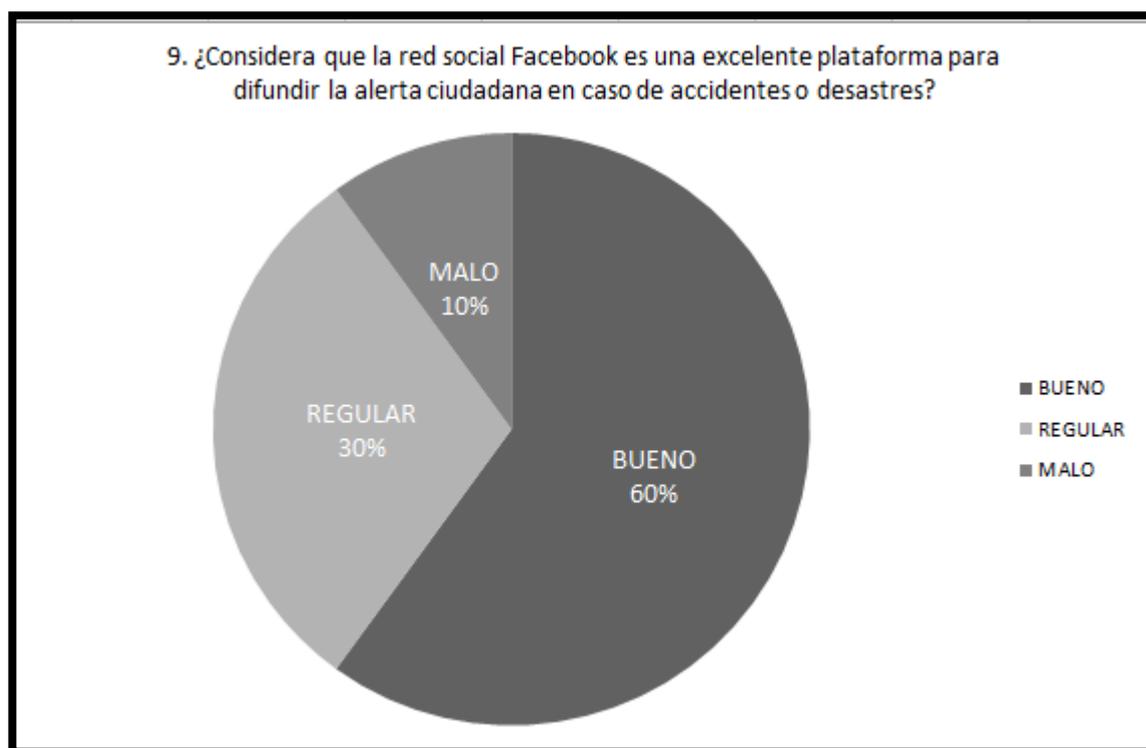


Figura 9.

**Interpretación:**

En la tabla 9 y figura 9, se observa que de los 20 estudiantes internos, el 10% manifiestan un nivel deficiente, el 30% indican nivel regular y el 60% de ellos manifiestan un nivel eficiente con respecto a la dimensión Cooperación y Participación Ciudadana.

Tabla 10

Medidas de frecuencia de la dimensión Cooperación y Participación Ciudadana

Niveles de frecuencia	n	%
Malo	2	10,0
Regular	8	40,0
Bueno	10	50,0
Total	20	100,0

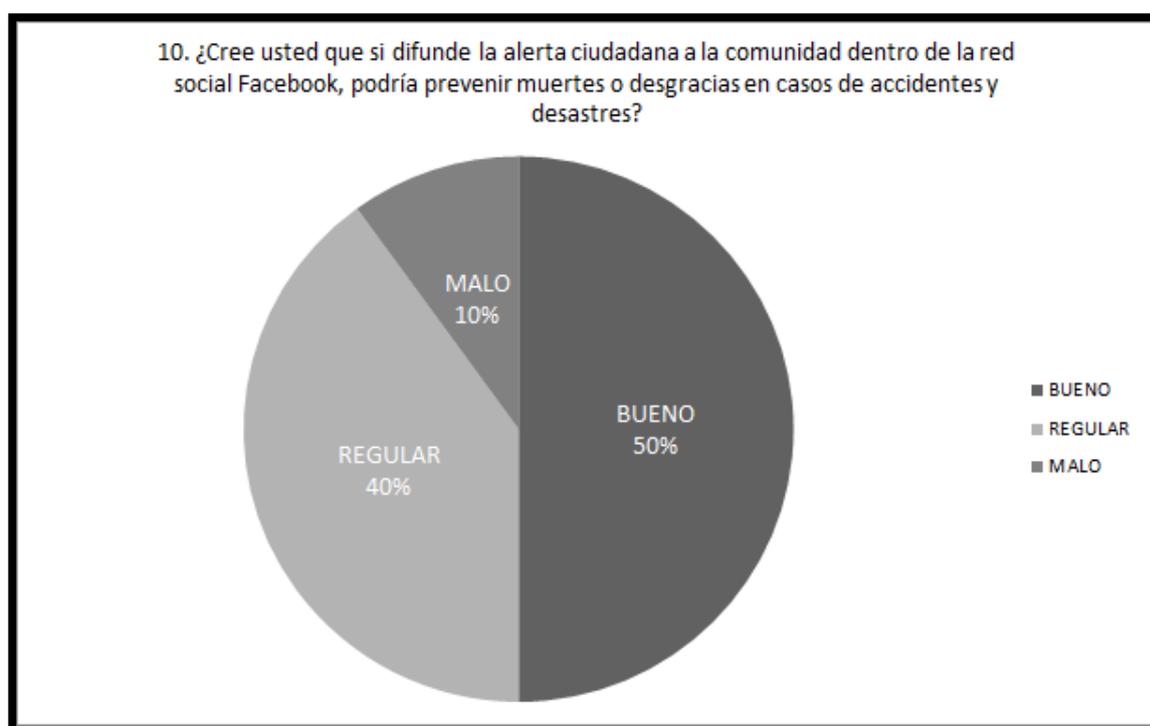


Figura 10.

**Interpretación:**

En la tabla 10 y figura 10, se observa que de los 20 estudiantes internos, el 10% manifiestan un nivel deficiente, el 40% indican nivel regular y el 50% de ellos manifiestan un nivel eficiente con respecto a la dimensión Cooperación y Participación Ciudadana.

Tabla 11

Medidas de frecuencia de la dimensión Cooperación y Participación Ciudadana

Niveles de frecuencia	n	%
Malo	2	10,0
Regular	7	35,0
Bueno	11	55,0
Total	20	100,0

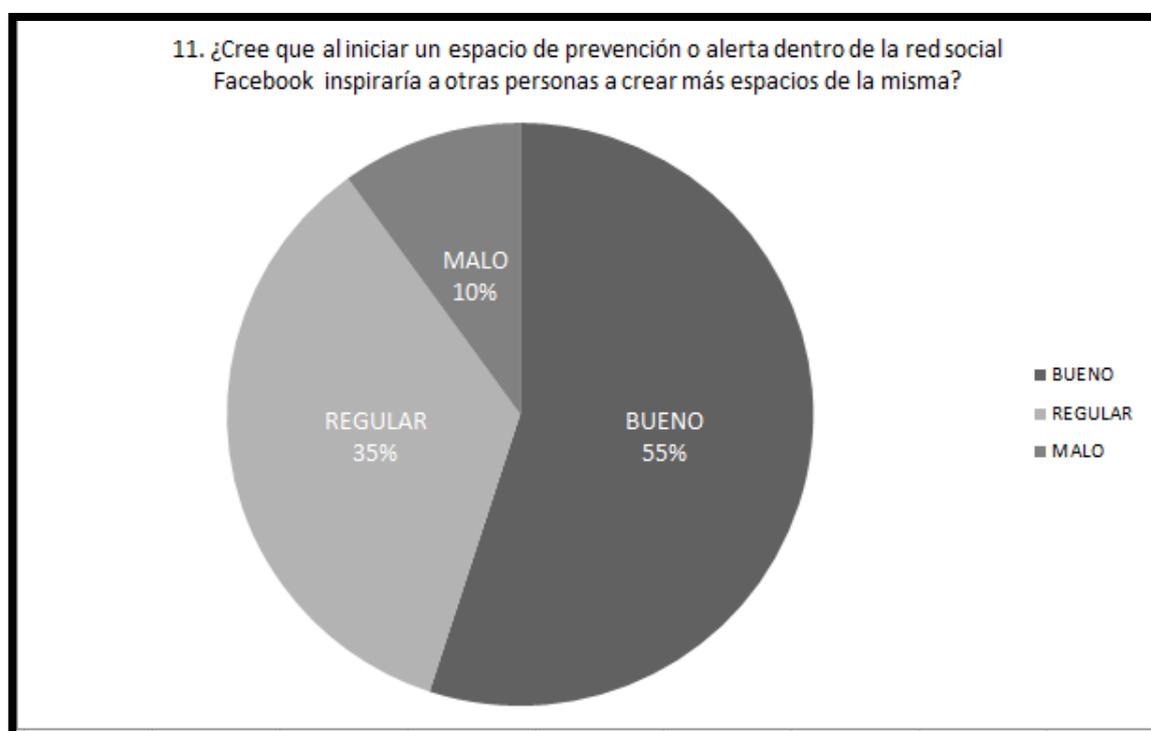


Figura 11.

**Interpretación:**

En la tabla 11 y figura 11, se observa que de los 20 estudiantes internos, el 10% manifiestan un nivel deficiente, el 35% indican nivel regular y el 55% de ellos manifiestan un nivel eficiente con respecto a la dimensión Cooperación y Participación Ciudadana.

Tabla 12

Medidas de frecuencia de la dimensión Cooperación y Participación Ciudadana

Niveles de frecuencia	n	%
Malo	3	15,0
Regular	10	50,0
Bueno	7	35,0
Total	20	100,0

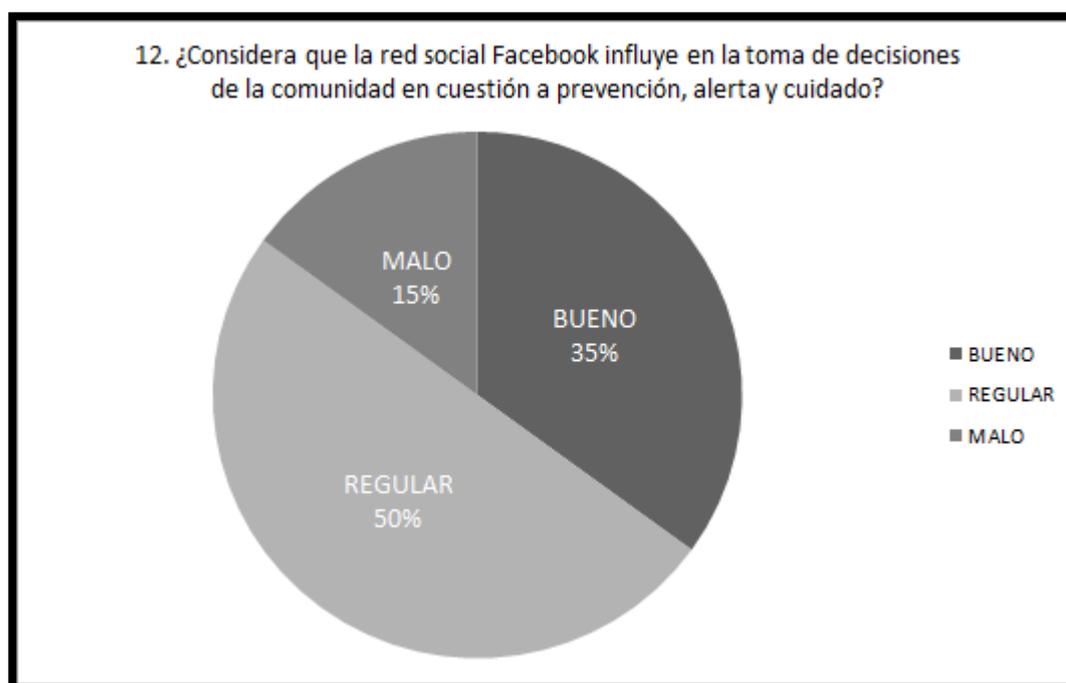


Figura 12.

**Interpretación:**

En la tabla 12 y figura 12, se observa que de los 20 estudiantes internos, el 15% manifiestan un nivel deficiente, el 50% indican nivel regular y el 35% de ellos manifiestan un nivel eficiente con respecto a la dimensión Cooperación y Participación Ciudadana.

Tabla 13

Medidas de frecuencia de la dimensión Comunidad Virtual.

Niveles de frecuencia	n	%
Malo	3	15,0
Regular	5	25,0
Bueno	12	60,0
Total	20	100,0

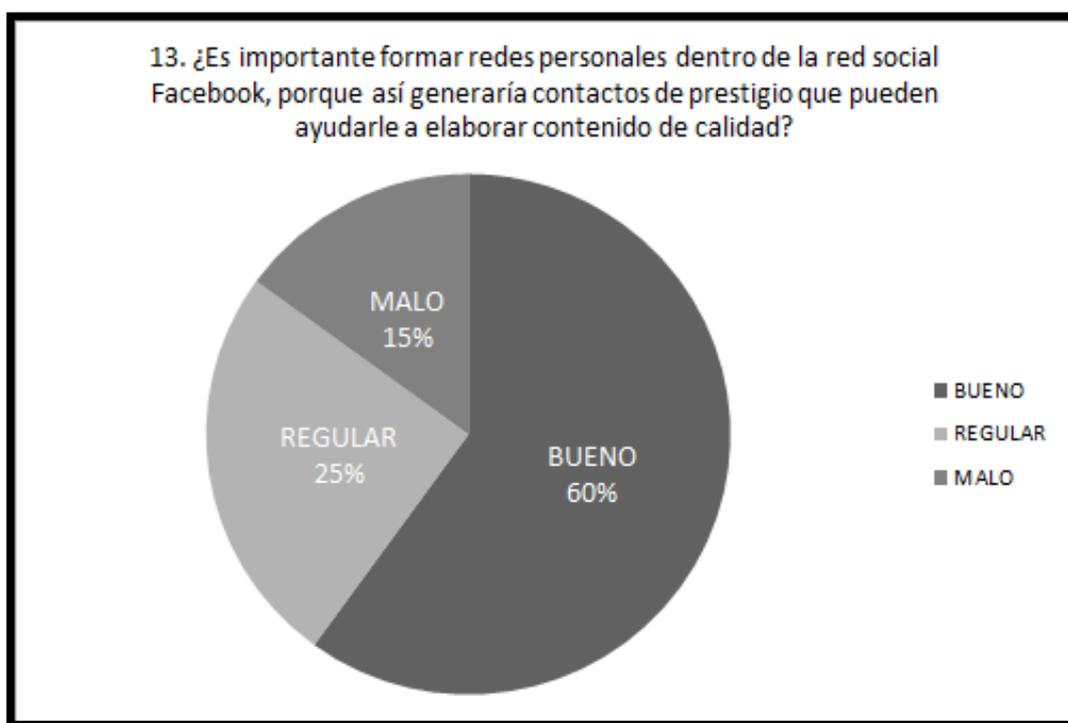


Figura 13.

**Interpretación:**

En la tabla 13 y figura 13, se observa que de los 20 estudiantes internos, el 15% manifiestan un nivel deficiente, el 25% indican nivel regular y el 60% de ellos manifiestan un nivel eficiente con respecto a la dimensión Comunidad Virtual.

Tabla 14

Medidas de frecuencia de la dimensión Comunidad Virtual

Niveles de frecuencia	n	%
Malo	1	5,0
Regular	13	65,0
Bueno	6	30,0
Total	20	100,0

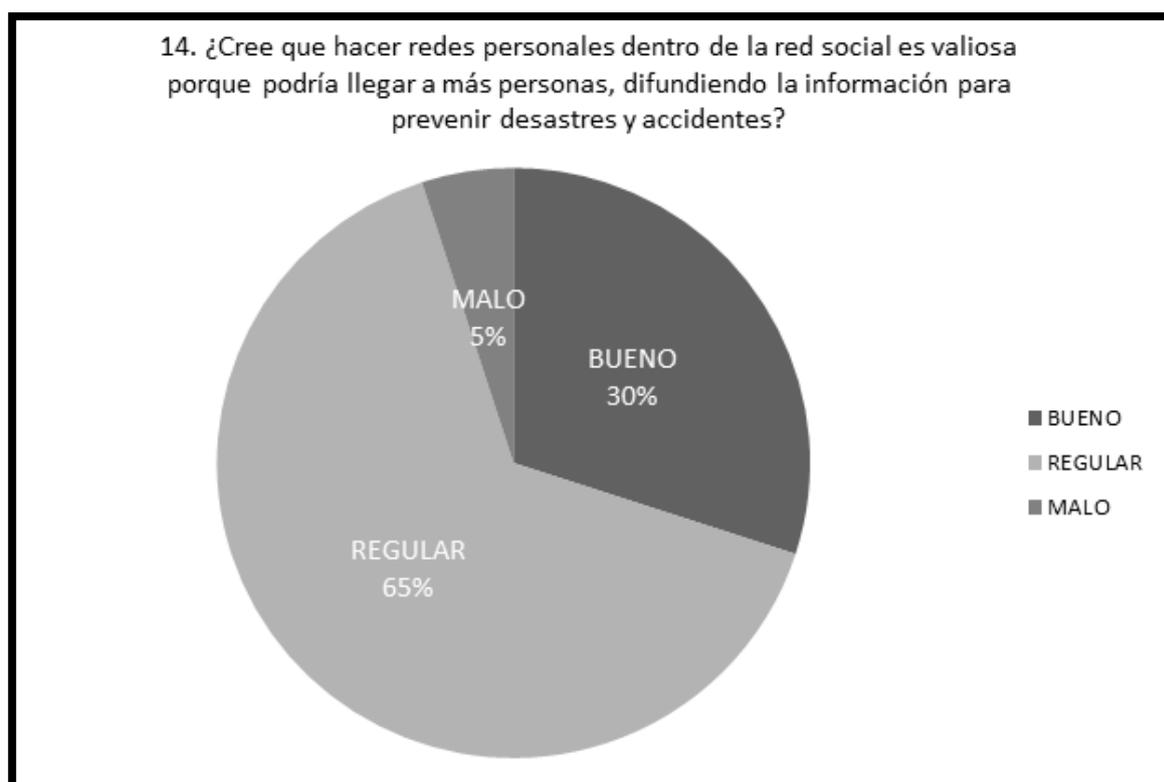


Figura 14.

**Interpretación:**

En la tabla 14 y figura 14, se observa que de los 20 estudiantes internos, el 5% manifiestan un nivel deficiente, el 65% indican nivel regular y el 30% de ellos manifiestan un nivel eficiente con respecto a la dimensión Comunidad Virtual.

Tabla 15

Medidas de frecuencia de la dimensión Comunidad Virtual

Niveles de frecuencia	n	%
Malo	4	20,0
Regular	11	55,0
Bueno	5	25,0
Total	20	100,0

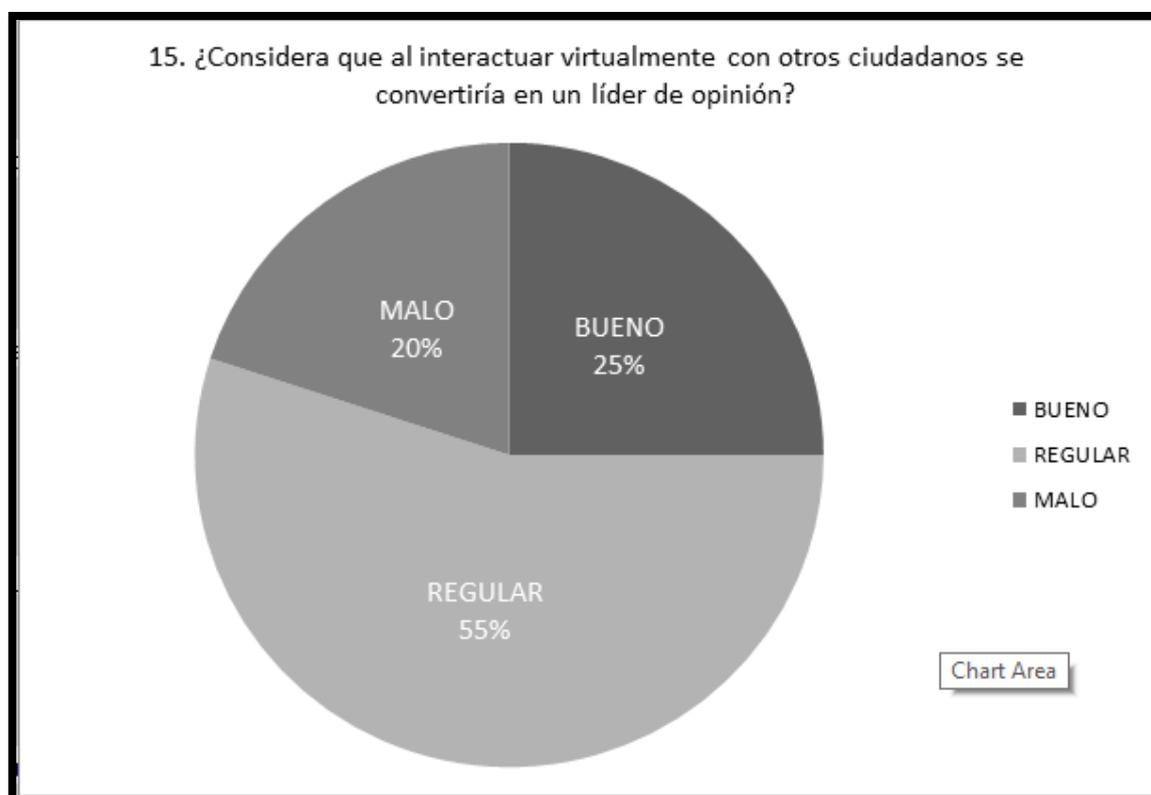


Figura 15.

**Interpretación:**

En la tabla 15 y figura 15, se observa que de los 20 estudiantes internos, el 20% manifiestan un nivel deficiente, el 55% indican nivel regular y el 25% de ellos manifiestan un nivel eficiente con respecto a la dimensión Comunidad Virtual.

Tabla 16

Medidas de frecuencia de la dimensión Comunidad Virtual

Niveles de frecuencia	n	%
Malo	2	10,0
Regular	9	45,0
Bueno	9	45,0
Total	20	100,0

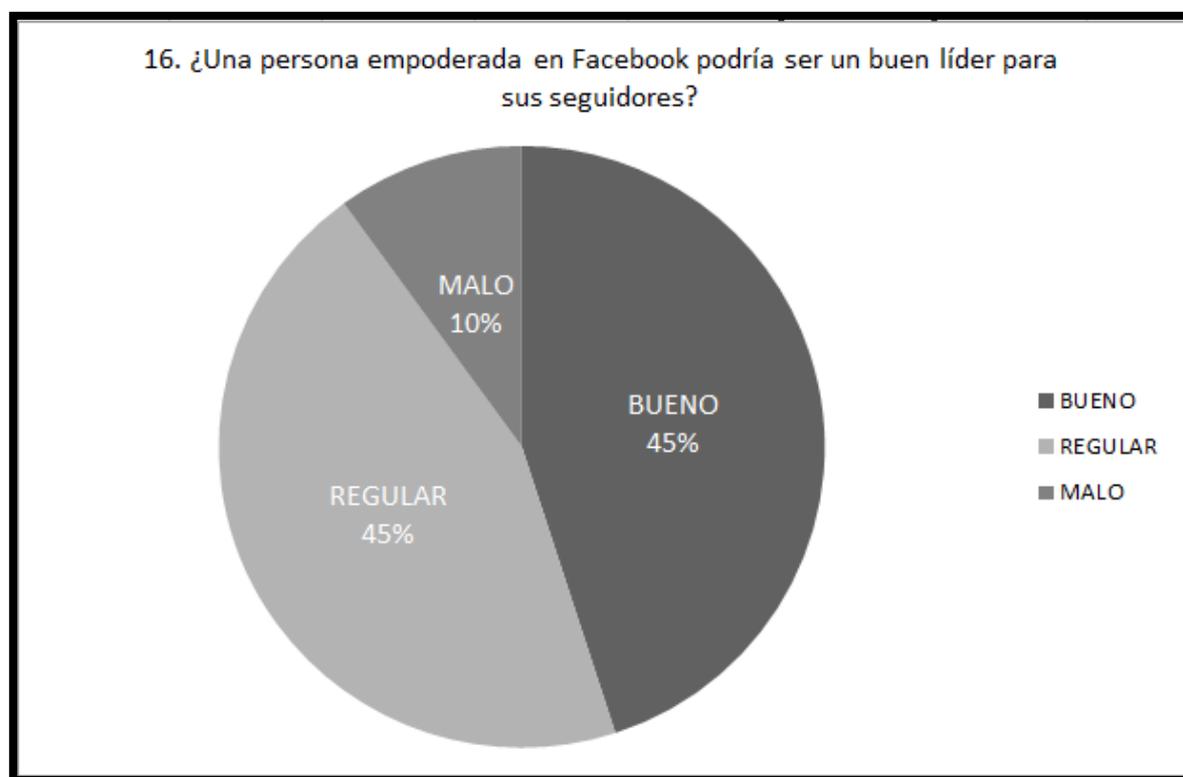


Figura 16.

**Interpretación:**

En la tabla 16 y figura 16, se observa que de los 20 estudiantes internos, el 10% manifiestan un nivel deficiente, el 45% indican nivel regular y el 45% de ellos manifiestan un nivel eficiente con respecto a la dimensión Comunidad Virtual.

Tabla 17

Medidas de frecuencia de la dimensión Comunidad Virtual

Niveles de frecuencia	n	%
Malo	3	15,0
Regular	7	35,0
Bueno	10	50,0
Total	20	100,0

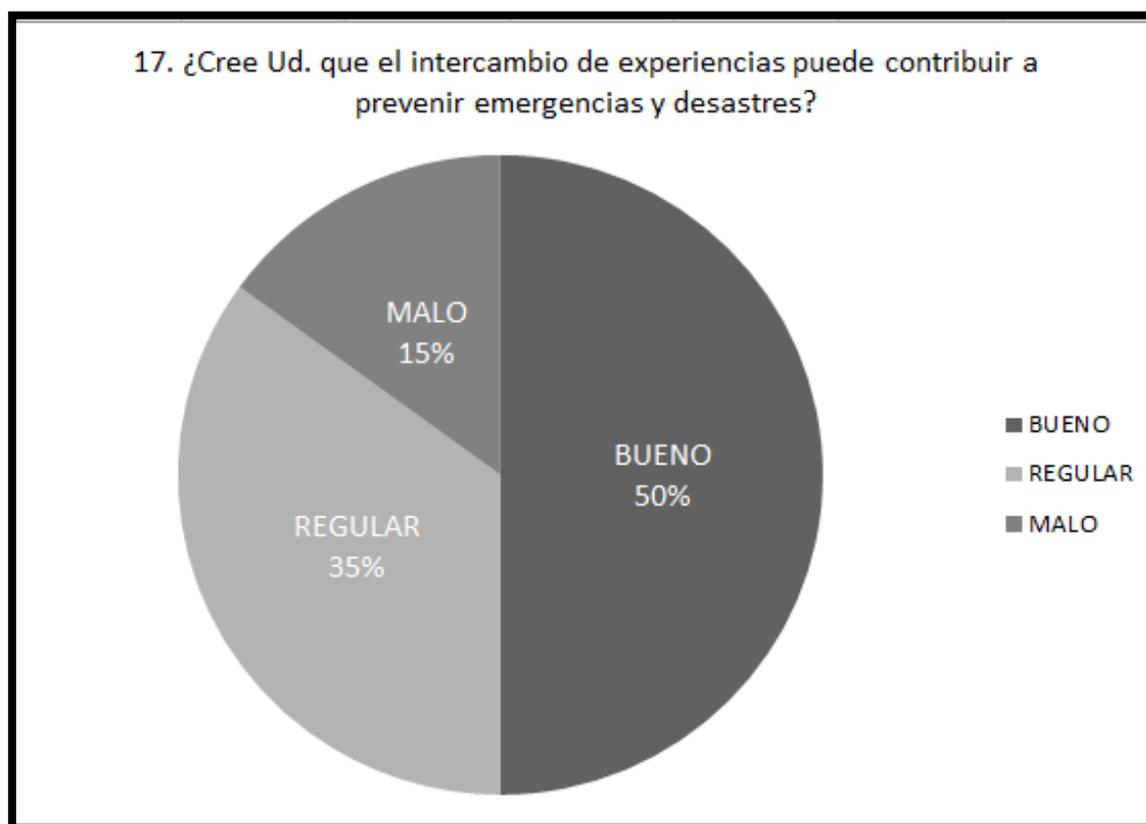


Figura 17.

**Interpretación:**

En la tabla 17 y figura 17, se observa que de los 20 estudiantes internos, el 15% manifiestan un nivel deficiente, el 35% indican nivel regular y el 50% de ellos manifiestan un nivel eficiente con respecto a la dimensión Comunidad Virtual.

Tabla 18

Medidas de frecuencia de la dimensión Comunidad Virtual

Niveles de frecuencia	n	%
Malo	3	15,0
Regular	9	45,0
Bueno	8	40,0
Total	20	100,0

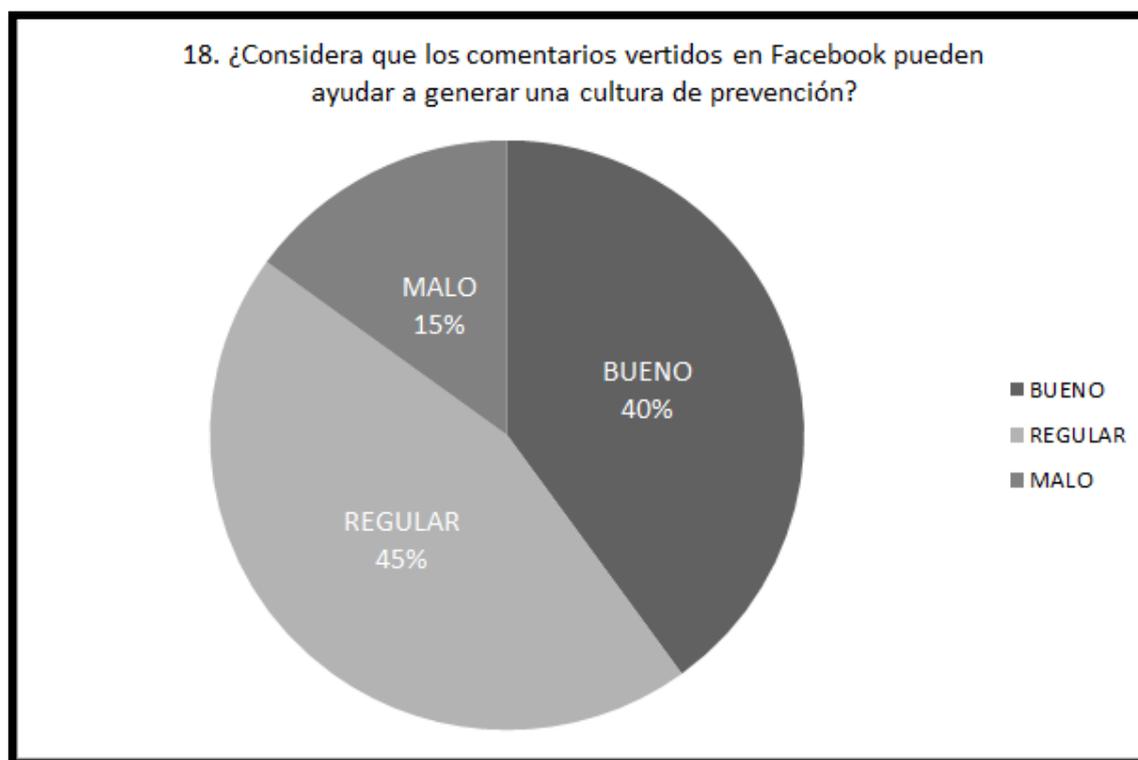


Figura 18.

**Interpretación:**

En la tabla 18 y figura 18, se observa que de los 20 estudiantes internos, el 15% manifiestan un nivel deficiente, el 45% indican nivel regular y el 40% de ellos manifiestan un nivel eficiente con respecto a la dimensión Comunidad Virtual.

### **3.7 Marco metodológico**

El marco metodológico es la estructuración de los procedimientos a realizar durante el proceso de estudio relacionado al análisis, toma de datos para buscar la descripción de la univariable que presumiblemente afectan el desarrollo integral del estudiante.

### **3.8 Metodología**

Es el conjunto de acciones destinadas a describir y analizar el fondo del problema planteado, a través de procedimientos específicos que incluye las técnicas de observación y recolección de datos, determinando el “cómo”, se realizará el estudio. Esta tarea consiste en hacer operativa los conceptos y elementos del problema que estudiamos, al respecto, ARIAS (2006), explica que el marco metodológico, “es el conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas” (P.16). Este método se basa en la formulación de hipótesis las cuales pueden ser confirmadas o descartadas por medios de investigaciones relacionadas al problema.

En el presente proyecto de investigación se utilizará la metodología descriptiva, dado que se concluye como objetivo principal la descripción de un problema, generalmente en las características o funciones de la misma actividad en cuestión. (P.90)

Así mismo, el método a utilizar es cualitativo, según Hernandez Sampieri (2010), el enfoque cualitativo “parte de un esquema inductivo, expansivo, se utiliza para descubrir y refinar preguntas de investigación, se basa en descripciones y observaciones. Parte de la premisa de toda cultura o sistema social para entender cosas y eventos, su propósito es reconstruir la realidad como la observan los investigadores”. (P.11)

### **3.9 Nivel de investigación**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2016), el nivel descriptivo consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refiere, esto es su objetivo es no identificar la relación que existe entre ellas. Por lo tanto, trata de asociar la relación sobre el estado actual del fenómeno, tal como lo es “El uso de la Red social Facebook como alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Psicología de la Universidad Peruana de Las Américas, Lima-2017”.

### **3.10 Instrumentos**

El instrumento a utilizar en el presente estudio es el cuestionario según Pérez (1991), el cuestionario “consiste en un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado en formas variadas, entre las que destacan su administración a grupos o su envío por correo” (p.106). La escala a utilizar será el método de escalamiento Likert, según Hernández, Fernández, y Baptista (2010) este método “consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías” (P.245).

## **3.11 Resultados**

### **3.11.1 Perfil del encuestado:**

El segmento al cual pertenecen los encuestados es de jóvenes de 16 años a adultos de 24 años, varones y mujeres solteros, todos estudiantes del 6to ciclo de la Facultad de Ciencias de La Comunicación de la Universidad Peruana de Las Américas.

El tamaño de la muestra fue de 20 encuestados, de los cuales 55% fueron hombres y 45% mujeres.

Entre la población encuestada se encontró que el 5% tenía entre 16 a 18 años, seguidos por un 60% en el rango de 19 a 21 años, con un 35% siendo mayor a 24 años.

## **CONCLUSIONES**

Las conclusiones a las que llegamos están en concordancia con nuestros objetivos, marco teórico y la aplicación de instrumentos. Dichas conclusiones son las siguientes:

**Primera.** Se determina que los alumnos del 6to ciclo de la Universidad Peruana de Las Américas consideran en su mayoría que la red social Facebook favorece la comunicación, debido a que los resultados fueron del 60%. Este resultado permite indicar que, en específico, utilizan las redes sociales como medio de pesquisa y educativo mucho más que como medio de entretenimiento.

**Segunda.** Se constata que los estudiantes del 6to ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Peruana de Las Américas, consideran a la red social Facebook como una excelente plataforma para difundir la alerta ciudadana en caso de accidentes y desastres naturales. No se descarta que en otros aspectos tengan un impacto distinto a este.

**Tercera.** El 45% de estudiantes consideran que los comentarios vertidos en Facebook pueden ayudar a generar una cultura de prevención. Este resultado indica que la red social Facebook no es muy recurrente en temas de prevención, pero no descarta que tengan mayor participación sobre otras problemáticas en las comunidades a las que pertenecen.

**Cuarta.** Se Reconoce la influencia del uso de la red social Facebook en la cooperación y participación ciudadana en cuanto a alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Psicología de la Universidad Peruana de Las Américas, debido a que el 70% de ellos indicó que de tener una información importante sobre lo mencionado, la compartiría para informar a los demás.

## **RECOMENDACIONES**

Una vez concluida la tesis, se considera interesante investigar sobre otros aspectos relacionados con el uso de la red social Facebook como alerta de accidentes y desastres naturales y se propone:

**Primero:** Crear un grupo de Facebook denominado “Alerta SOS Universidad Peruana de Las Américas” así como delegar a tres estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Psicología el rol de administradores, moderadores y colaboradores del grupo, con el objetivo de incentivar a que el alumno (de cualquier ciclo y carrera), pueda aportar con información útil sobre accidentes ocurridos en la Universidad, así como alerta de desastres naturales. En este grupo también se podrá reportar sobre algún estudiante herido; e inmediatamente pedir la intervención de esos tres estudiantes para que tomen las medidas respectivas y llamen a la ambulancia, bomberos, Policía Nacional u otros. (Modelo similar al Rotafono de RPP o Alerta Whatsapp de RPP)

**Segundo:** Extender los estudios expuestos en esta tesis al estudio de otros tipos de alerta de accidentes y desastres naturales en la red social Facebook

**Tercero:** Promover, incentivar y difundir en los estudiantes de la Universidad Peruana de Las Américas el uso de la red social Facebook como medio de búsqueda, alerta de accidentes y desastres naturales, así como medio participativo, mucho más que como un medio de entretenimiento.

**Cuarto:** Potenciar en los estudiantes la cultura de prevención, ya que sólo el 45% de los estudiantes consideran que la red social Facebook generaron comentarios que ayuden a prevenir accidentes y desastres naturales.

**Quinto:** Ampliar los campos de estudio en otros tipos de redes sociales como Twitter, Youtube, Instagram, blogs, foros, entre otros, para que la comunidad virtual participe, se informe y difunda la información y generar seguridad nacional, así como una tasa de mortalidad baja.

Finalmente, entre los aportes de este trabajo de investigación se encuentran:

**Primero:** La utilización de Facebook como herramienta informativa aún es poco conocida, sin embargo en el medio universitario puede ser utilizada para brindar de manera preventiva el conocimiento y alerta de desastres naturales.

**Segundo:** Generar una cultura preventiva de defensa civil a través de la tecnología al alcance de los estudiantes con información.

**Tercero:** A través de este trabajo se ha podido conocer más acerca de las redes sociales, en particular de la red social Facebook con un valor de Responsabilidad Social.

**Cuarto:** Este trabajo es innovador debido a que existen muy pocas investigaciones sobre el tema

## Elaboración de referencias

### Libros

**Aguilar & S. Hung (2010)**, Artículo científico: “*Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook.*”

**Boyd & Ellison (2007)**. “Social Network Sites: Definition, History, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*”.

**Castells, M. (2009)**, *Communication power*. Oxford University Press: Oxford

**McMillan & Morrison (2006)**, Revista científica “Coming of age with the internet: A qualitative exploration of how the internet has become an integral part of young people’s lives.”

**McMillan S. J. & Morrison, M. (2006)**. *Coming of age with the internet: A qualitative exploration of how the internet has become an integral part of young people’s lives*. New Media and Society.

**Merlo, C. (2013)** “Experience Marketing. Guía técnica básica Facebook y Twitter”

**Saldaña, W. (2013)** “Comunicación Web. Medios, Redes sociales y Blogs en el Ciberespacio”

### Libro en versión electrónica

**Arnao, J. & Surpachín, M. (2016)** CEDRO, “Uso y abuso de Redes sociales digitales en adolescentes y jóvenes” Recuperado de <http://www.repositorio.cedro.org.pe/bitstream/CEDRO/310/1/CEDRO.5376.Us%20y%20abuso%20de%20las%20redes%20sociales.2016.pdf>

**Finquelievich, S. (2000)** *¡Ciudadanos a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio* Recuperado de: <https://bibliodarq.files.wordpress.com/2014/03/finquelievich-s-c2a1ciudadanos-a-la-red.pdf>

**González, I. (2016)** Ilifebelt. Recuperado de “¿Qué es Comunicación Digital y por qué es importante para las empresas? <http://ilifebelt.com/que-es-comunicacion-digital-y-por-que-es-importante-en-las-empresas/2016/09/>

**Instituto Electoral del Distrito Federal - Dirección Ejecutiva de Participación Ciudadana (IEDF, 2012)** Los instrumentos de participación ciudadana, requisitos de procedencia y desarrollo, Recuperado de <http://www.iedf.org.mx/secciones/participacion/capacitacion/manuales/07Instrumentos.pdf> (P.20)

**Universidad de Alicante, Curso básico CI2 de Comunicación Virtual (2012)**

*Comunicación virtual.* Recuperado de [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/54704/4/ci2\\_basico\\_2015-16\\_Comunicacion\\_virtual.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/54704/4/ci2_basico_2015-16_Comunicacion_virtual.pdf)

**Valdiviezo, M. (2013)** “La Participación Ciudadana en el Perú y los principales mecanismos para ejercerla”. Recuperado de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/10CB865461FC9E2605257CEB00026E67/\\$FILE/revges\\_1736.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/10CB865461FC9E2605257CEB00026E67/$FILE/revges_1736.pdf)

### Publicaciones periódicas

#### Artículo en versión electrónica

**Bowman & Willis (2003)**, Revista de investigación “Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información” Recuperado de [http://www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media\\_espanol.pdf](http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media_espanol.pdf)

**Cornejo, M. & Tapia, M. L. (2011)** “Redes sociales y relaciones interpersonales en internet”. Recuperado de <http://fundamentos.unsl.edu.ar/pdf/articulo-24-219.pdf>

**Delgado, J. (2013)** Suona Comunicación. Recuperado de “El poder de la Comunicación digital como herramienta de gestión” <http://www.suonacomunicacion.com/blog-noticias/283-poder-comunicacion-digital-empresas.html#.WcdIXbLyIM8>

**Enciclopedia de Características (2017).** "10 Características de las Redes Sociales". Recuperado de <https://www.caracteristicas.co/redes-sociales/>

**McLuhan (1960)**, a través de su teoría “El medio es el mensaje” Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4502543.pdf>

**Orihuela, J. (2005, Julio 19)** “Apuntes sobre redes sociales” En el blog

eCuaderno. Recuperado de <https://www.ecuaderno.com/2005/07/19/apuntes-sobre-redes-sociales/>

**Sedano, G.** (2015) Web Espacio. “*Características de las redes sociales*”. Recuperado de [www.webespacio.com/caracteristicas-redes-sociales/](http://www.webespacio.com/caracteristicas-redes-sociales/)

**Soares (2013)**, Versión web del diario brasileiro Folha de Sao Paulo. Recuperado de <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/07/1305911-jornalismo-domina-rede-social-durante-protestos-pelo-pais.shtml>

**Quiñonez, E. (20/04/2014)** Prensa Libre. Denuncias en internet tienen gran efecto social. Recuperado de [http://www.prensalibre.com/noticias/comunitario/JUZGADOS-CLIC\\_0\\_1123687632.html](http://www.prensalibre.com/noticias/comunitario/JUZGADOS-CLIC_0_1123687632.html)

#### **Tesis**

**Chauca, M. (2016)**, *Construcción de redes de opinión en la web 2.0: ‘Adopta un congresista’ y ‘D’onofrio, lejos de ti’*. (Tesis de Pregrado) Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1371>

## **Anexos**

## Matriz de consistencia

### MATRIZ DE CONSISTENCIA PARA PROYECTO DE COMUNICACIÓN

AUTOR: **Zevallos Ortega, Kathia Valerie**

TÍTULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN
“El uso de la Red social Facebook como alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Psicología de la Universidad Peruana de Las Américas, Lima-2017”	Problema general: ¿Cómo el uso de la red social Facebook influye como alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Psicología de la Universidad Peruana de Las Américas?	Objetivo general: Conocer el uso de la red social Facebook influye como alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Psicología de la Universidad Peruana de Las Américas.	Por tratarse de una investigación tipo descriptiva, no es necesaria plantear una hipótesis.	Univariable: Uso de la red social Facebook.	Comunicación virtual	Favorecer la comunicación.  Transmisión de datos informativos.  Despliegue de información.	Tipo de investigación: Básica Nivel: Descriptivo simple. Universo: 569 ingresantes de todas las facultades de la Universidad Peruana de Las Américas Poblacion: Estudiantes de comunicación Muestra: 20 estudiantes del sexto ciclo de la escuela de comunicaciones de la Universidad de Las Américas Diseño: M – O Donde: M = muestra de estudio.
	Problemas específicos: ¿Cuál es la reacción del uso de la red social Facebook como medio de Comunicación virtual para la alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y	Objetivos específicos: Identificar la reacción del uso de la red social Facebook como medio de Comunicación virtual para la alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de			Cooperación y participación ciudadana	Promover el trabajo cooperativo.  Difundir la alerta ciudadana.  Ciudadanos con iniciativa	

	<p>Psicología de la Universidad Peruana de Las Américas?</p> <p>¿Cuál es la influencia del uso de la red social Facebook en la cooperación y participación ciudadana en la alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Psicología de la Universidad Peruana de Las Américas?</p> <p>¿Cuál es la utilidad de la red social Facebook como comunidad virtual para la alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Psicología de la Universidad Peruana de Las Américas?</p>	<p>la Comunicación y Psicología de la Universidad Peruana de Las Américas.</p> <p>Reconocer la influencia del uso de la red social Facebook en la cooperación y participación ciudadana en la alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Psicología de la Universidad Peruana de Las Américas.</p>			<p>Comunidad virtual</p>	<p>Formar redes personales.</p> <p>Generar la interacción de los ciberciudadanos para convertirse en líderes de opinión.</p> <p>Intercambio de experiencias y comentarios.</p>	<p>O = observación mediante aplicación de instrumento.</p>
--	---	---	--	--	--------------------------	--	--

## Anexo 01: Cuestionario: RED SOCIAL



### CUESTIONARIO PARA ALUMNOS: Facultad de Ciencias de la Comunicación – Universidad Peruana de Las Américas

#### Estimado Alumno:

El objetivo de este estudio es conocer el uso de la Red social Facebook como alerta de accidentes y desastres naturales en estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Psicología de la Universidad Peruana de Las Américas, Lima, 2017, desde la visión del alumno, del sexto ciclo, donde usted estudia.

TABLA DE VALORACION	
3	Bueno
2	Regular
1	Malo

Mucho les agradeceré su colaboración respondiendo las siguientes preguntas de acuerdo a su opinión. La **información que nos proporcione será tratada de forma CONFIDENCIAL Y ANÓNIMA.**

#### INSTRUCCIONES:

Lea atentamente cada una de las interrogantes y marca con una (X) la alternativa que crea conveniente. Según la tabla de valoración siguiente: (Duración aproximada: 20 minutos)

EDAD: 16-18 ( ) 19-21 ( ) 22-24 ( )  
SEXO M ( ) F ( )

Nº	DIMENSIÓN : COMUNICACIÓN VIRTUAL	VALORACIÓN		
	INDICADOR: FAVORECER LA COMUNICACIÓN	1	2	3
	ITEMS			
1	¿Considera que la red social Facebook favorece la comunicación para la prevención de accidentes y desastres naturales?			
2	¿Cree que el aportar conocimientos pueda prevenir a largo plazo en mejorar la comunicación en la red social Facebook?			

N°	<b>INDICADOR: TRANSMISIÓN DE DATOS INFORMATIVOS</b>	1	2	3
	<b>ITEMS</b>			
3	¿Encuentra en la red social Facebook información útil que pueda compartir con su entorno referente a accidentes o desastres naturales?			
4	¿Si hay un accidente o desastre, utiliza la red social Facebook con el fin de ayudar a la comunidad?			
N°	<b>INDICADOR: DESPLIEGUE DE LA INFORMACIÓN</b>	1	2	3
	<b>ITEMS</b>			
5	¿Si tiene una información importante sobre accidentes y desastres naturales, la compartiría en la red social Facebook para informar a los demás?			
6	¿Sus contactos en la red social Facebook se identifican y satisfacen con la información que entrega?			
N°	<b>DIMENSIÓN : COOPERACIÓN Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA</b>	1	2	3
	<b>INDICADOR: TRABAJO COOPERATIVO</b>			
	<b>ITEMS</b>			
7	¿Ha pensado en tener un espacio dentro de la red social Facebook (ejemplo un grupo o FanPage), para compartir información útil e importante, para prevenir a las personas sobre accidentes y desastres naturales?			
8	¿Trabajaría con otras personas para realizar labores diversas dentro del espacio que crearía en la red social Facebook para generar información sobre la alerta de accidentes y desastres naturales?			
N°	<b>INDICADOR: DIFUNDIR LA ALERTA CIUDADANA</b>	1	2	3
	<b>ITEMS</b>			
9	¿Considera que la red social Facebook es una excelente plataforma para difundir la alerta ciudadana en caso de accidentes o desastres naturales?			
10	¿Cree usted que si difunde la alerta ciudadana a la comunidad dentro de la red social Facebook, podría prevenir muertes o desgracias en casos de accidentes y desastres naturales?			
N°	<b>INDICADOR: CIUDADANOS CON INICIATIVA</b>	1	2	3
	<b>ITEMS</b>			
11	¿Cree que al iniciar un espacio de prevención o alerta dentro de la red social Facebook inspiraría a otras personas a crear más espacios de la misma?			
12	¿Considera que la red social Facebook influye en la toma de decisiones de la comunidad en cuestión a prevención,			

	alerta y cuidado?			
	<b>DIMENSION : COMUNIDAD VIRTUAL</b>			
<b>N°</b>	<b>INDICADOR: FORMAR REDES PERSONALES</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
	<b>ITEMS</b>			
<b>13</b>	¿Es importante formar redes personales dentro de la red social Facebook, porque así generaría contactos de prestigio que pueden ayudarle a elaborar contenido de calidad?			
<b>14</b>	¿Cree que hacer redes personales dentro de la red social es valiosa porque podría llegar a más personas, difundiendo la información para prevenir desastres naturales y accidentes?			
<b>N°</b>	<b>INDICADOR: GENERAR LA INTERACCIÓN DE LOS CIBERCIUDADANOS PARA CONVERTIRSE EN LÍDERES DE OPINIÓN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
	<b>ITEMS</b>			
<b>15</b>	¿Considera que al interactuar virtualmente con otros ciudadanos se convertiría en un líder de opinión?			
<b>16</b>	¿Una persona empoderada en Facebook podría ser un buen líder para sus seguidores?			
<b>N°</b>	<b>INDICADOR: INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS Y COMENTARIOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
	<b>ITEMS</b>			
<b>17</b>	¿Cree Ud. que el intercambio de experiencias puede contribuir a prevenir emergencias y desastres naturales?			
<b>18</b>	¿Considera que los comentarios vertidos en Facebook pueden ayudar a generar una cultura de prevención?			

**Muchas Gracias.**

## Anexo 02

### Operacionalización de variables

Tabla N° 01 Operacionalización de la variable Red social.

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	NIVELES Y RANGOS
Red social	Es un sistema informático on-line que amplían el alcance y las potencialidades de las organizaciones comunitarias existentes y colaboran a la creación de nuevas organizaciones. Estos sistemas están concebidos para promover y estimular la comunicación, la	Es una página o red electrónica donde las personas comparten intereses y se comunican. Se medirá el tiempo que invierten los usuarios en Facebook como medio de comunicación, uso de cooperación y participación ciudadana y comunidad virtual.	Comunicación virtual	Favorecer la comunicación. Transmisión de datos informativos. Despliegue de información	ORDINAL	NUNCA (5) CASI NUNCA (4) ALGUNAS VECES(3) CASI SIEMPRE (2) SIEMPRE (1)
			Cooperación y participación ciudadana	Promover el trabajo cooperativo. Difundir la alerta ciudadana. Ciudadanos con iniciativa		

	<p>cooperación, la participación y el intercambio de información, experiencias, bienes y servicios entre los ciudadanos y los actores públicos y privados de una comunidad (...), mientras simultáneamente abren la comunidad local a la comunicación en red con la comunidad global". (FINQUELIEVICH)</p>		<p>Comunidad virtual</p>	<p>Formar redes personales.  Generar la interacción de los ciberciudadanos para convertirse en líderes de opinión.  Intercambio de experiencias y comentarios.</p>		
--	--	--	--------------------------	--	--	--

*Fuente:* Adaptación del Marco Teórico (2015)

**ANEXO N°3**

N°	BUENO	REGULAR	MALO	TOTAL
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				