

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

“FECYT”

INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN

TEMA: “ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LAS RELACIONES DE PAREJA DE LOS ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DEL COLEGIO UNIVERSITARIO UTN Y DE LA UNIDAD EDUCATIVA PENSIONADO ATAHUALPA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO EN LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: DESARROLLO SOCIAL Y COMPORTAMIENTO HUMANO.

AUTOR (ES):

GARCÍA PROAÑO PAOLA FERNANDA
LÓPEZ JARAMILLO CRISTIAN RAÚL

TUTOR: MSc. ANA MARÍA LARREA AYALA

Ibarra, 2020



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100394444-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	López Jaramillo Cristian Raúl		
DIRECCIÓN:	Ibarra, Ciudadela La Victoria		
EMAIL:	crlopezj@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	062615730	TELÉFONO MÓVIL:	0997383057
DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100283500-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	García Proaño Paola Fernanda		
DIRECCIÓN:	Ibarra, Calle Colón 3-38 y Salinas		
EMAIL:	pfgarciap@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	062610729	TELÉFONO MÓVIL:	0988893155

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LAS RELACIONES DE PAREJA DE LOS ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DEL COLEGIO UNIVERSITARIO UTN Y LA UNIDAD EDUCATIVA PENSIONADO ATAHUALPA
AUTOR (ES):	López Jaramillo Cristian Raúl – García Proaño Paola Fernanda
FECHA: DD/MM/AAAA	28/02/2020
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciado/a en Relaciones Públicas
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Ana María Larrea

2. CONSTANCIAS

El/la autor/a López Jaramillo Cristian Raúl – García Proaño Paola Fernanda manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 28 días del mes de Febrero de 2020.

EL/LA AUTOR/A:



López Jaramillo Cristian Raúl



García Proaño Paola Fernanda



FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Ibarra, 19 de Febrero de 2020

Msc. Ana María Larrea

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de titulación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología (FECYT) de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

MSC. ANA MARÍA LARREA

C.C.: 100274615-2



FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El Tribunal Examinador del trabajo de titulación "ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LAS RELACIONES DE PAREJA DE LOS ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DEL COLEGIO UNIVERSITARIO UTN Y LA UNIDAD EDUCATIVA PENSIONADO ATAHUALPA" elaborado por Paola Fernanda García Proaño y Cristian Raúl López Jaramillo, previo a la obtención del título de Licenciatura en Relaciones Públicas, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte:

Msc. Ana María Larrea
DIRECTORA
C.C.: 100274615-2

Msc. Lucitania Montalvo
OPOSITOR
C.C.:100123282-4

Msc. Fabricio Rosero
OPOSITOR
C.C.: 171253912-9

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado con todo mi cariño a mi madre, mi compañera de infortunios y mi motor principal, quien a pesar de las adversidades supo sacar adelante a sus hijos y nietos. Su apoyo ha sido fundamental para poder lograr mis objetivos.

¡TE AMO MAMITA!

A mi ángel, mi motivo para seguir adelante, ¡Papito Querido!, un amor que no morirá, te llevo en mi corazón. A pesar de no tenerte físicamente, siempre encuentras la manera de hacerme saber que estás a mi lado apoyándome. El presente trabajo va dedicado a ti, es la muestra de que las promesas se cumplen a pesar de todos los obstáculos que se presenten en el camino al éxito.

¡PROMESA CUMPLIDA!

Paola.

DEDICATORIA

A mi madre y motor de mi vida, la cual ha sido quien me ha ayudado y la cual ha sacrificado muchas cosas para ayudarme a cumplir muchos sueños, a mi familia quien me apoyó con sus energías y con sus palabras cuando me sentía mal.

Y en memoria de mi Padre Jacinto López, quien me enseñó que debo ser un excelente ser humano y sobre todo a que gracias a los no que me daba hoy sigo luchando por ser cada vez mejor.

Cristian.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme despertar cada día con la firmeza de seguir adelante a pesar de las adversidades.

A mi Familia por el apoyo constante y los consejos dados, que me ha servido para no enflaquecer.

Agradecimiento especial a Paúl Naranjo G. y Andy Cadena por su asesoría, apoyo y su gran ayuda en el desarrollo del presente trabajo.

A la Msc. Verónica León, por sus consejos y valiosas aportaciones para la presente investigación.

A mis maestros por la paciencia y la guía que nos dieron en el transcurso de la carrera. Finalmente agradezco a las instituciones educativas que brindaron la apertura y apoyo para realizar la presente investigación.

Paola.

AGRADECIMIENTO

A la Msc. Lucitania Montalvo por darme consejos y ser como mi madre cuando tenía clases con ella o cuando la visitaba en su cubículo, a una gran persona Conserje de la Universidad Fernando Congo que ha sido una de las personas reales y quien ha sabido siempre cuidarnos, darnos consejos y sobre todo admirar su trabajo que se hace en la Universidad.

Cristian.

RESUMEN

Desde la creación de Facebook en el año 2004, no se tenía planeado como una red de intercambio de mensajes entre personas sino como una plataforma de intercambio científico entre universidades de estados unidos, pero con la evolución de la tecnología su rumbo cambió por completo y ahora su eje principal es la intercomunicación personal, intercambio de posts, memes y hasta poder buscar y encontrar pareja.

El presente trabajo de grado aborda esta problemática desde un enfoque Psicológico-Comunicacional dado que como Facebook influye en las relaciones humanas en general también influye en las relaciones amorosas, amistosas y de pareja, añadiendo el agravante de la juventud que al carecer de autocontrol y brújula moral se sienten autoinmunes ante los peligros que conllevan dichas interacciones, ya sean con contactos conocidos o con personas desconocidas por eso se pretende con este trabajo de investigación tratar de mitigar este riesgo mediante una campaña en redes sociales, principalmente Facebook, donde se muestren de manera fácil práctica y sencilla los peligros y riesgos de una mala interacción de pareja en Facebook, así como una mala interacción en redes sociales.

Este trabajo de investigación se basa en teorías psicológicas y comunicacionales como la Educomunicación que según (Osuna Acedo, Frau Meigs, & Marta Lazo, 2018). Las percepciones de los estudiantes del siglo XXI se derivan principalmente de su participación en los medios sociales, por lo que la educación mediática no es ninguna cuestión irrelevante en las escuelas, la “Teoría de la aldea global” de Marshall McLuhan que define como aldea global a toda interacción que se realiza por cualquier dispositivo electrónico, la teoría de Paul Watzlawick en su “Teoría de la comunicación humana” explica que la comunicación ejerce un papel fundamental en nuestras vidas y en el orden social. Además explica que el individuo realiza una adaptación basándose en su experiencia personal y la teoría de la atribución de Fritz Heider que explica que todo comportamiento se considera que será determinado por factores internos o externos (atribución interna y externa). En esta investigación se utilizaron métodos mixtos de análisis como la encuesta y la entrevista, que en conjunto aportan un valor científico a esta investigación.

Palabras clave: Educomunicación, Facebook, Posts, autoinmune, autocontrol, relaciones de pareja, peligro.

ABSTRACT

Facebook became the main tool for personal intercommunication, memes and post exchanging, and it also reinforces interpersonal relations.

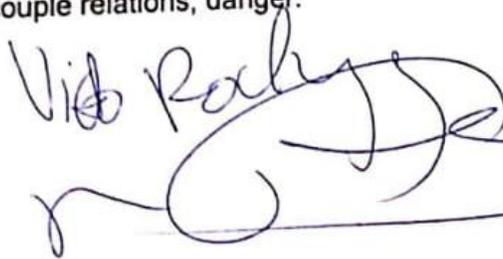
In this degree work this issue is considered from a psychological and communicational approach as Facebook affects human relationships. That is why this research tries to find a relief to this problem by using a campaign on Social Media, mainly on Facebook, where the dangers and risks of wrong interactions are shown in a easy and practical way.

This research is based on the psychological and communicative theories like the Educommunication wich according to (Osuna Acedo, Frau Meigs, & Marta Lazo, 2018) students' perceptions in the 21st century are derived mainly by their participation in social media, because of that the media education is not an irrelevant matter in schools, the "Global village Theory" from Marshall McLuhan that defines as a global village all interactions made through any kind of electronic devices, the Theory from Paul Watzlawick "Theory of human Communication" explains that communication make a fundamental role in our lives and in the social order. Furthermore, he explains that individuals make an adaptation based on their personal experiences and Fritz Heider Attribution Theory explains that every behavior is determined by internal and external agents.

On this work mixed methods of analysis such as surveys and interviews were used, all along to provide a scientific value to this research.

Key Words: Educommunication, Facebook, Posts, self-immune, self-control, couple relations, danger.

Vid Rakhy



ÍNDICE DE CONTENIDOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	i
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	x
INTRODUCCIÓN.....	16
CONTEXTUALIZACIÓN.....	17
JUSTIFICACIÓN.....	20
OBJETIVOS.....	22
OBJETIVO GENERAL.....	22
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	22
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	23
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	24
1.1. Comunicación.....	24
1.1.1. Elementos de la Comunicación.....	25
1.1.2. Tipos de Comunicación.....	25
1.1.3. Comunicación Organizacional.....	26
1.1.4. Comunicación Social.....	27
1.1.5. Comunicación Cultural.....	28
1.1.6. Comunicación Académica.....	28
1.1.7. Comunicación Intrapersonal.....	29
1.1.8. Comunicación Interpersonal.....	29
1.1.9. Comunicación Digital.....	30
1.2. Bases Teóricas.....	32
1.2.1. Marshall McLuhan.....	32
1.2.2. Paul Watzlawick.....	32
1.2.3. Fritz Heider.....	33
1.2.4. “La Educomunicación”.....	34
1.3. Generaciones (XYZ).....	35
1.4. Internet.....	37
1.4.1. La Web.....	38
1.4.2. Redes sociales.....	39
1.4.3. Evolución de las Redes Sociales.....	40
1.4.4. Clasificación de Redes Sociales.....	42

1.4.5. Importancia de las Redes Sociales	43
1.4.6. Uso de redes sociales en la adolescencia	45
1.4.7. Jóvenes y el uso de redes sociales	45
1.5. Facebook.....	47
1.5.1. Facebook Dating.....	47
1.6. Tinder.....	48
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA.....	49
2.1. Tipo de Investigación.....	49
2.2. Métodos.....	49
2.2.1. Método Inductivo	49
2.2.2. Método Deductivo.....	49
2.2.3. Método Analítico-Sintético	49
2.2.4. Método Estadístico.....	49
2.3. Técnicas.....	50
2.3.1. Encuestas	50
2.3.2. Entrevistas	50
2.3.3. Documental	50
2.4. Instrumentos.....	50
2.5. Población o universo.....	50
2.6. Determinación de la Muestra.....	50
CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	52
3.1. TABULACIÓN DE LA UNIDAD EDUCATIVA PENSIONADO ATAHUALPA (UEPA).....	52
3.2. TABULACIÓN DEL COLEGIO UNIVERSITARIO “UTN”	74
BARRAS COMPARATIVAS.....	98
3.3. Análisis de Entrevistas.....	108
CAPITULO IV: PROPUESTA.....	111
4.1. Nombre.....	111
4.2. Tipo de Campaña.....	111
4.3. Eje de la Campaña.....	111
4.4. Elementos de la Campaña.....	112
4.5. OBJETIVOS.....	112
Objetivo General.....	112
Objetivos Específicos	112
4.6. Público Objetivo.....	112
4.7. Mensaje.....	113
4.8. Acciones.....	114

4.8.1 Imagen de la Campaña.....	114
4.8.2 Cromática y Tipografía.....	114
4.8.3. Afiches	115
4.8.4. Escape Room: Libérate de la violencia de género digital	117
4.8.5. Escoger Un Escenario	117
4.8.6. Elementos Básicos De Un Escape Room	117
4.8.7. Preparar La Historia.....	117
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	124
5.1. Conclusiones.....	124
5.2. Recomendaciones.....	126
GLOSARIO.....	127
REFERENCIAS.....	134
ANEXOS.....	138
ANEXO 1.- Modelo de Encuesta	138
ANEXO 2.- Aplicación de Encuestas.....	144
ANEXO 3.- Entrevista con los Psicólogos de las Unidades Educativas y a la Msc. Verónica León Psicóloga y Docente de la FECYT de la UTN.	146
ANEXO 4.- Fotografías entrevistas realizadas	150
ANEXO 5: Variantes del Logo de la Campaña.....	152

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Definiciones de los Tipos de Comunicación.....	26
Tabla 2 Definición y Características de las Generaciones	35
Tabla 3 Clasificación de la Web	38
Tabla 4 Tipos de Redes y sus Características.....	42
Tabla 5 Género (UEPA).....	52
Tabla 6 Edad (Encuesta UEPA).....	53
Tabla 7 Dispositivo tecnológico más utilizado (Encuesta UEPA).....	54
Tabla 8 Tiempo de navegación en Internet (Encuesta UEPA).....	55
Tabla 9 Frecuencia de uso de Internet (Encuesta UEPA)	56
Tabla 10 Lugar de acceso a Internet (Encuesta UEPA)	57
Tabla 11 Plataformas Digitales usadas para establecer relaciones interpersonales (Encuesta UEPA) ..	58
Tabla 12 Razón Principal por la que utiliza Facebook Encuesta UEPA).....	60
Tabla 13 Verificación de perfil desconocido (Encuesta UEPA)	61
Tabla 14 Aceptación de salida con alguien que apenas conoce en Facebook (Encuesta UEPA)	62
Tabla 15 Tipo de relación compartida con el desconocido (Encuesta UEPA).....	63
Tabla 16 Creación de perfil falso (Encuesta UEPA).....	64
Tabla 17 Motivo de creación de perfil falso (Encuesta UEPA)	66
Tabla 18 Tiene una relación sentimental actualmente (Encuesta UEPA).....	67
Tabla 19 Afectación de la relación sentimental por el uso de redes sociales (Encuesta UEPA)	68
Tabla 20 Motivo de la afectación de la relación sentimental por el uso de redes sociales (Encuesta UEPA).....	69
Tabla 21 ¿Alguna vez se ha sentido acosado (da) a través de redes sociales? (Encuesta UEPA).....	70
Tabla 22 Tipo de acoso recibido (Encuesta UEPA).....	71
Tabla 23 Género (Encuesta Colegio UTN)	74
Tabla 24 Edad (Encuesta Colegio UTN).....	75
Tabla 25 Dispositivo tecnológico más utilizado (Encuesta Colegio UTN)	76
Tabla 26 Tiempo de navegación en Internet (Encuesta Colegio UTN)	77
Tabla 27 Frecuencia de uso de Internet (Encuesta Colegio UTN).....	78
Tabla 28 Lugar de acceso a Internet (Encuesta Colegio UTN).....	80
Tabla 29 Plataformas Digitales usadas para establecer relaciones interpersonales (Encuesta Colegio UTN)	81
Tabla 30 Razón Principal por la que utiliza Facebook (Encuesta Colegio UTN).....	83
Tabla 31 Verificación de perfil desconocido (Encuesta Colegio UTN).....	84
Tabla 32 Aceptación de salida con alguien que apenas conoce en Facebook (Encuesta Colegio UTN)	85
Tabla 33 Tipo de relación compartida con el desconocido (Encuesta Colegio UTN)	87
Tabla 34 Creación de perfil falso (Encuesta Colegio UTN)	88
Tabla 35 Motivo de creación de perfil falso (Encuesta Colegio UTN).....	89
Tabla 36 Tiene una relación sentimental actualmente (Encuesta Colegio UTN).....	91
Tabla 37 Afectación de la relación sentimental por el uso de redes sociales (Encuesta Colegio UTN) 91	
Tabla 38 Motivo de la afectación de la relación sentimental por el uso de redes sociales (Encuesta Colegio UTN).....	93
Tabla 39 ¿Alguna Vez Se Ha Sentido Acosado (da) A Través De Redes Sociales? (Encuesta Colegio UTN)	94
Tabla 40 Tipo de acoso recibido (Encuesta Colegio UTN)	95
Tabla 41: Plan de Relaciones Públicas de la Campaña	122
Tabla 42: Presupuesto	123

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Logotipo No Te Enredes	114
Ilustración 2 Modelo de Afiche 1	115
Ilustración 3 Modelo de Afiche 2.....	116
Ilustración 4 Modelo de Afiche 3.....	116
Ilustración 5 Pieza gráfica para Redes Sociales	118

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Uso de Redes Sociales en el Ecuador	44
Figura 2	Género (UEPA)	52
Figura 3	Edad (UEPA).....	53
Figura 4	Dispositivo tecnológico más utilizado (UEPA).....	54
Figura 5	Tiempo de navegación en Internet (UEPA).....	55
Figura 6	Frecuencia de uso de Internet (UEPA)	57
Figura 7	Lugar de acceso a Internet (UEPA)	58
Figura 8	Plataformas Digitales usadas para establecer relaciones interpersonales (UEPA)	59
Figura 9	Razón Principal por la que utiliza Facebook (UEPA)	60
Figura 10	Verificación de perfil desconocido (UEPA).....	61
Figura 11	Aceptación de salida con alguien que apenas conoce en Facebook (UEPA)	62
Figura 12	Tipo de relación compartida con el desconocido (UEPA).....	63
Figura 13	Creación de perfil falso (UEPA).....	65
Figura 14	Motivo de creación de perfil falso (UEPA)	66
Figura 15	Tiene una relación sentimental actualmente (UEPA).....	67
Figura 16	Afectación de la relación sentimental por el uso de redes sociales (UEPA)	68
Figura 17	Motivo de la afectación de la relación sentimental por el uso de redes sociales (UEPA)	69
Figura 18	¿Alguna vez se ha sentido acosado (da) a través de redes sociales? (UEPA).....	71
Figura 19	Tipo de acoso recibido (UEPA).....	72
Figura 20	Género (Colegio UTN)	74
Figura 21	Edad (Colegio UTN).....	75
Figura 22	Dispositivo tecnológico más utilizado (Colegio UTN).....	76
Figura 23	Tiempo de navegación en Internet (Colegio UTN)	77
Figura 24	Frecuencia de uso de Internet (Colegio UTN).....	79
Figura 25	Lugar de acceso a Internet (Colegio UTN).....	80
Figura 26	Plataformas Digitales usadas para establecer relaciones interpersonales (Colegio UTN)....	81
Figura 27	Razón Principal por la que utiliza Facebook (Colegio UTN).....	83
Figura 28	Verificación de perfil desconocido (Colegio UTN).....	84
Figura 29	Aceptación de salida con alguien que apenas conoce en Facebook (Colegio UTN)	86
Figura 30	Tipo de relación compartida con el desconocido (Colegio UTN)	87
Figura 31	Creación de perfil falso (Colegio UTN)	88
Figura 32	Motivo de creación de perfil falso (Colegio UTN).....	89
Figura 33	Tiene una relación sentimental actualmente (Colegio UTN).....	91
Figura 34	Afectación de la relación sentimental por el uso de redes sociales (Colegio UTN)	92
Figura 35	Motivo de la afectación de la relación sentimental por el uso de redes sociales (Colegio UTN)	93
Figura 36	¿Alguna Vez Se Ha Sentido Acosado (da) A Través De Redes Sociales? (Colegio UTN)..	94
Figura 37	Tipo de acoso recibido (Colegio UTN)	96
Figura 38	Dispositivo Tecnológico más utilizado (Barra Comparativa).....	99
Figura 39	Tiempo de navegación en Internet (Barra Comparativa).....	100
Figura 40	Plataformas Digitales usadas para establecer relaciones interpersonales (Barra Comparativa).....	101
Figura 41	Razón principal por la que utiliza Facebook (Barra Comparativa)	102
Figura 42	Creación de perfil falso (Barra Comparativa).....	103
Figura 43	Motivo de creación de perfil falso (Barra Comparativa).....	104
Figura 44	Motivo de la afectación de la relación sentimental por el uso de redes sociales (Barra Comparativa).....	105
Figura 45	¿Alguna vez se ha sentido acosado (da) a través de redes sociales? (Barra Comparativa).	106
Figura 46	Tipo de acoso recibido (Barra Comparativa).....	107

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de grado se desarrolló en la provincia de Imbabura ubicada al norte del callejón interandino, limita con las provincias de Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos. Con una población de 398.244 habitantes (INEC, 2010). De los cuales el 56.8% usa Internet, el 52.9% tiene computadora y el 61.8% tiene celular (ENEMDU, 2017).

La investigación se realizó en el Colegio Universitario UTN y en la Unidad Educativa Pensionado Atahualpa, ubicadas en el cantón Ibarra.

El acceso a redes sociales, se volvió frecuente en los últimos años debido al auge, desarrollo de la tecnología y sus avances, los adolescentes hoy en día cuentan con su propio perfil social con el cual logran comunicarse con amigos y familiares, tanto a quienes están cerca como los que están en otros lugares alrededor del mundo.

La presente investigación se basa principalmente en el uso frecuente de la red social Facebook, ya que se ha mantenido por encima de otras con más de un billón de usuarios alrededor del mundo hasta la fecha.

En un mundo completamente digitalizado y con el incremento de plataformas digitales se ha dado paso a nuevas formas de interacción, y para objeto de estudio fue importante abordar preguntas como ¿qué tipo de información comparten los adolescentes en sus perfiles? ¿Le dan más importancia a las redes sociales más que a su relación de pareja? ¿A qué tipo de información tienen acceso?

El enfoque teórico de esta investigación se basa en comprender la comunicación de los adolescentes con su entorno, tomando en cuenta algunos conceptos que ayudan a interpretar y comprender dicha investigación. En primer lugar se analiza la Comunicación, sus elementos, su clasificación, segundo se analiza las Generaciones (XYZ), sus definiciones y características. Como tercer aspecto se analiza el concepto de Internet, la Web y sus características, En la cuarta parte se analiza las Redes sociales, su evolución, clasificación, importancia y uso en la adolescencia. Como quinto aspecto se analiza la red social Facebook, Facebook Dating y en la sexta parte se analiza la aplicación Tinder.

CONTEXTUALIZACIÓN

La evolución social o también denominada “Globalización” ha sufrido cambios continuos, especialmente en el área comunicativa. Estos cambios han sido trascendentales en la vida diaria de todos los ciudadanos, en muy poco tiempo, gracias al avance tecnológico se puede observar que solamente con un clic se tiene acceso a cualquier información deseada, lo que anteriormente requería de mucho tiempo para encontrar ahora en tan solo un segundo se puede tener en las manos.

La apertura de las redes sociales empieza con la llegada de Internet, con el ingenio y la necesidad inminente de las personas de poder comunicarse con otras sin que la distancia sea una barrera amenazadora para poder interactuar con otros individuos. Todo esto se dio en la época de los años 90.

Según (Pérez Rodríguez, Delgado Ponce, García, & Caldeiro, 2015, pág. 24):

A inicios del nuevo milenio nace la Web 2.0, con esto se empieza a masificar el uso de internet como más que un simple instrumento utilizado por militares, sino se tomó muy serio la idea de poder comunicarse con grupos de amigos que estén cerca o estén lejos.

Esta evolución toma un lugar muy importante con la aparición de las redes sociales, con lo cual las personas empiezan a darle una mayor importancia a la vida virtual y con esto se empieza a crear nuevas formas de comunicación e interacción con las demás personas.

Una de las generaciones que empezó a utilizar estas herramientas en gran medida es la generación “Y” o también llamada la generación de los millenials, los cuales ven con muy buenos ojos el uso de estas herramientas para comunicarse con los demás y además se han convertido en un complemento casi imprescindible para las relaciones personales para poder aumentar los niveles de confianza e intimidad con sus amigos y conocidos hasta el punto de que hoy en día los jóvenes no son capaces de imaginarse el mundo sin los dispositivos móviles.

Sin embargo, las redes sociales en los últimos años se han ido popularizando

y tomando cada vez más fuerza en la sociedad. Desde el desarrollo de internet la apertura de estos medios sociales han hecho que los jóvenes empiecen a darle menor importancia a la interacción física y emocional, con esto se genera el problema de que hoy en día los jóvenes no tengan interacción con la realidad, además estos actores han influenciado en que se creen nuevos métodos para comunicarse con otras personas a nivel mundial.

A partir del año 2007 algunas de las plataformas de redes sociales se han ido popularizando e innovando año tras año para así captar al gran mercado de los denominados milenials, como es el caso de Facebook que cada cierto tiempo modifica su aspecto para hacerlo más llamativo para los nuevos usuarios. (Pérez Rodríguez, Delgado Ponce, García, & Caldeiro, 2015, pág. 32).

La necesidad de comunicarse y de tener amigos en diferentes partes del mundo, ha hecho que las personas utilicen estos medios sociales para acortar distancias.

También se puede observar que las personas con pareja pueden comunicarse a cualquier hora y en cualquier lugar, lo que hace que tengan un medio rápido al momento de interactuar entre ellos. También existe una parte negativa, debido a que el uso de estos medios pueden generar problemas cuando uno de los actores pasa demasiadas horas en un dispositivo móvil y no presta atención a su pareja, pero también resalta el hecho de que al momento de tener una relación virtual, esta puede originar una infidelidad debido a que estas redes sociales permiten interactuar de manera más íntima con otras personas.

Evidentemente, la mayoría de las relaciones iniciadas por medio de redes sociales terminan en una separación indefinida debido a que las personas no tienen interacción física, pero tienen una fuerte interacción virtual.

Los propios jóvenes ven y tienen en cuenta que en la actualidad esta nueva generación de actores sociales al momento de encontrar pareja y buscar una relación estable puede perjudicar de manera significativa la imagen que buscan proyectar a las personas que intentan impresionar y, por eso es necesario debatir la importancia de los medios digitales como Facebook, Instagram y demás medios los cuales juegan un papel importante en el desarrollo de la comunicación con las demás personas (Pérez Rodríguez, Delgado Ponce, García, & Caldeiro, 2015, pág. 33).

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo tiene como finalidad analizar la influencia de las redes sociales en las relaciones de pareja de los adolescentes de tercero de bachillerato del Colegio Universitario UTN y de la Unidad Educativa Pensionado Atahualpa, ya que actualmente con el avance tecnológico se ha visto que muchas parejas han dado más importancia a publicar todas sus actividades cotidianas aparentando cosas que no son reales.

Los jóvenes han nacido en una era tecnológica muy avanzada, a tal punto de descubrir y enfrentar nuevas necesidades que se reflejan en el ámbito de las redes sociales y en la opinión de los demás. Los adolescentes actualmente sacian las carencias de una interrelación personal con una interacción más digital, al hablar de cambios no se está hablando de un cambio en la obtención de información, sino también en nuevas formas de comunicarse con los demás hasta llegar a crear una red de contactos personales y también con las nuevas tecnologías, distintas formas de relacionarse entre esos contactos, lo que conlleva a tener muchos riesgos que pueden afectar a los propios jóvenes debido a que por medio las redes sociales también nacen nuevas formas de delitos, e incluso hacer que un adolescente pueda tener problemas psicosociales.

El tema escogido tiene mucha importancia debido a que las redes sociales han influenciado de manera significativa especialmente a los estudiantes más jóvenes, ya que al estar pendientes de su interacción en línea afectan sus relaciones de pareja, y por consecuencia también llega a afectar su relación familiar.

Las desventajas de las redes sociales, entre algunas, son que pueden crear adicción o dependencia, no solo por el tiempo que se ocupa dentro de ellas, si no por tener la necesidad de solo estar en línea. Otra desventaja de mayor gravedad es el distanciamiento emocional de las personas y tener la capacidad de comunicarse únicamente por medios digitales, no solo ocasionando ese problema, sino también como, se menciona anteriormente, puede causar deficiencias en el desempeño

académico y en las relaciones con la familia.

Los beneficiarios de este proyecto serán los propios jóvenes que son los que utilizan los medios digitales con mayor facilidad, cayendo en errores que pueden afectar su integridad física y emocional. Así también, permitirá obtener datos importantes de cómo los medios digitales han influenciado a las relaciones interpersonales de los adolescentes, con sus familias y personas a su alrededor.

El presente proyecto tiene mucha factibilidad gracias a la apertura de las instituciones de educación secundaria y se obtendrán datos más concretos y veraces de la influencia de las redes sociales en los estudiantes, y debido a que es una problemática social que afecta a todos los jóvenes a sus familias, ya que con la utilización de las nuevas tecnologías, se han incrementado problemas como Sexting o Bullying, así mismo como las relaciones interpersonales.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar la influencia de las redes sociales en las relaciones de pareja en los estudiantes de bachillerato del Colegio Universitario UTN y de la Unidad Educativa Pensionado Atahualpa

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Sentar las bases teórico-científicas, mediante una investigación documental sobre el manejo de redes sociales en la juventud para el sustento teórico de la investigación.
- Realizar una investigación de campo mediante encuestas que serán aplicadas a los estudiantes de bachillerato para la identificación de interacción que tienen en redes sociales.
- Diseñar una campaña de sensibilización del uso de las redes sociales en las relaciones interpersonales en los jóvenes de colegios.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Qué impacto genera el uso de las redes sociales en la interacción interpersonal de los adolescentes?
2. ¿Cómo se maneja la relación física y virtual en la pareja adolescente?
3. ¿Qué porcentaje de importancia tiene la comunicación virtual con la pareja?
4. ¿Cuál es la influencia que tienen las redes sociales en los jóvenes?

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Comunicación

La comunicación comprende un intercambio de información entre dos o más personas, en el cual existe un emisor, un canal, un mensaje, un receptor.

La comunicación humana es un proceso durante, en el que fuentes individuales inician mensajes usando símbolos convencionales, signos no verbales y señales contextuales para expresar significados por transmisión de información (Marín, 2015, pág. 22).

También es esencial para que las personas den a conocer lo que piensan, lo que les gusta y lo que no, y a la vez tener acceso a cualquier tipo de información que requiera para aclarar sus dudas.

Según: (Moyá Ruíz, 2017, pág. 52)

El ser humano ha tenido siempre la necesidad de comunicarse y dejarse escuchar utilizando diferentes formas primitivas de comunicación, desde una serie de dibujos y símbolos, por medio de gritos y señas que han ido evolucionando, hasta llegar a lo que hoy tenemos a nuestro alcance, televisión, radio, teléfonos, internet y redes sociales.

En la actualidad la comunicación ha ido evolucionando con el paso del tiempo y ya no existe límite para comunicarse, desde las personas que utilizan el lenguaje de señas hasta la creación de modernas aplicaciones que fácilmente se pueden obtener con tan solo un clic, permitiendo acortar distancias.

El desarrollo de las nuevas tecnologías sumado a los diferentes medios de comunicación y soporte de la información, posibilita y favorece a que las personas puedan comunicarse, es por ello que la transmisión de la comunicación va más allá de un espacio limitado, gracias a las nuevas plataformas digitales la comunicación se transforma en una información universal (Pérez Rodríguez, Delgado Ponce, García, & Caldeiro, 2015, pág. 17).

1.1.1. Elementos de la Comunicación

Dentro de la comunicación, además de existir la necesidad de transmitir un mensaje, es importante tomar en cuenta los elementos que permiten realizar este intercambio de información y obtener los resultados deseados al momento de emitir cualquier tipo de contenido.

Para entender el proceso de comunicación se necesita identificar sus elementos: el emisor, que es quien transmite el mensaje; receptor: quien lo recibe; mensaje: la información que se transmite; canal: el medio por el cual se transmite; código: signos y reglas usados para construir el mensaje; contexto: los elementos o circunstancias que influyen en la comunicación (Ramos, 2019, pág. 24).

1.1.2. Tipos de Comunicación

Según (José Gómez, 2016, pág. 5) afirma:

La comunicación es un fenómeno muy complejo, que se encuentra en un cambio vertiginoso, el cual ha modificado la forma en que las personas actualmente se comunican, los tipos de comunicación pueden ser observados desde diferentes puntos de vista, pero siempre tendrán como misión llevar el mensaje a otra persona.

El análisis de la comunicación muestra de que tipos de comunicación se trata, una clasificación subraya una diferencia fundamental en el universo de las comunicaciones. Es la oposición, por una parte, entre la relación interpersonal de individuo X con el individuo Y, y por otra parte la comunicación de difusión en la cual un solo emisor central emite un mensaje a un gran número de individuos (Costa, 2016, pág. 34).

Tabla 1 Definiciones de los Tipos de Comunicación

Tipos de Comunicación	Definición
Comunicación interindividual	Este tipo de comunicación se la realiza cara a cara, además tiene una dimensión próxima: A habla con el individuo de forma física, hay también una dimensión lejana que sin embargo conserva la privacidad de A hablando con el individuo B , a través de un canal artificial como lo es el teléfono o el Correo
Comunicación de difusión	Habla tan solo un emisor simultáneamente a un gran número de receptores, la comunicación de difusión es propiamente telecomunicación o acción a distancia, y se efectúa necesariamente por intermedio de un canal artificial y donde la comunicación es unidireccional, los mensajes circulan en un solo sentido

Elaborado por: Autores

Fuente: (Costa, 2016, pág. 35)

1.1.3. Comunicación Organizacional

Es el conjunto de acciones, procedimientos y tareas que se lleven a cabo dentro de las organizaciones con el fin de transmitir la información necesaria tanto para su público interno como para el público externo, con el fin de obtener un mejor desempeño de cada departamento que conforme la empresa.

Dentro de las organizaciones la comunicación es integral, aun cuando existen medios de comunicación con diferentes propósitos y son utilizados tanto para el público internos y externos para que ésta fluya de manera formal o informal, pues sus medios, ámbitos o tipos de comunicación deben ser vistos

como complementos de algo global, asimismo incorpora diversos elementos que la hacen posible como son la estructura, organización jerárquica, cultura de sus miembros y sus comportamientos (Robles, 2018, pág. 1).

Diferentes autores dividen a la comunicación dentro de las organizaciones de la siguiente manera:

- **La Comunicación Interna:** La comunicación interna como una herramienta efectiva, que nos permite que nuestros públicos objetivos sepan lo que la empresa quiere hacer o a donde quieren llegar, sin embargo, la efectividad de su aplicación dependerá del modo de uso y el contexto en el que se desarrolle el acto comunicativo (Rivera, 2018, pág. 24).
- **La Comunicación Externa:** Se entiende que la comunicación es relevante, tanto en los seres humanos como en las organizaciones, debido a que ambos utilizan esta herramienta para alcanzar sus objetivos y metas. Todo comunica en una organización esto influye en su imagen, genera beneficios y se mantiene a su público, a través del posicionamiento (Vargas, 2019, pág. 23).

1.1.4. Comunicación Social

La comunicación social ayuda a que las personas puedan interactuar de manera más efectiva, actualmente la comunicación social física ha sido sustituida por una comunicación social virtual, generada gracias a la aparición de diversas aplicaciones de medios sociales, las cuales vinculan nuevos mecanismos de lenguaje, acceso y difusión a nuevas fuentes de interacción virtual.

Autores describen que la comunicación social como la disciplina que estudia las relaciones entre los cambios sociales y los cambios comunicativos, integrando una infinidad de actividades y conocimiento, no solo con el uso del mensaje, sino también con el interés por el uso de herramientas de comunicación (Vilches & Sanz, 2014, pág. 146).

La comunicación social tiene como objetivo principal construir una opinión pública, esta puede ser positiva o negativa, una comunicación social realizada de buena manera permitiría abrir puertas de diálogo con distintos actores sociales o líderes opinión (Terán Villegas & Aguilar Castro, 2018, pág. 179).

1.1.5. Comunicación Cultural

Se denomina a la cultura como un conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc (RAE, 2019).

La comunicación cultural es importante al momento de saber de dónde hemos venido, a dónde vamos. Este conocimiento cultural ayuda en la actualidad a muchas empresas e instituciones, a conocer qué es lo que las personas necesitan en base a lo que está ocurriendo en su entorno.

Asimismo los medios de comunicación, desde sus inicios, juegan un papel muy importante al momento de emitir alguna información, debido a que emite la noticia desde su punto de vista ideológico, dando como resultado que las personas tengan una tendencia, al momento de juzgar un evento noticioso.

1.1.6. Comunicación Académica

La Comunicación académica es la transmisión de ideas, pensamientos emociones; explicadas a través de investigaciones, experimentación y de los descubrimientos, que realizan los catedráticos en las diversas instituciones educativas, además este tipo de comunicación exige la utilización de un lenguaje mucho más técnico, necesariamente del área en la que se está realizando la investigación.

La comunicación académica o científica, no es más que el uso y difusión de información a través de canales formales e informales, donde los primeros corresponden a información publicada en libros, revistas u otros medios los cuales el emisor y los segundos se limitan a ciertos destinatarios con los que se mantiene una interacción directa o inmediata entre el emisor de la información y el receptor de la misma (Ledo & Mujica, 2018, pág. 01).

1.1.7. Comunicación Intrapersonal

Según (González Valarezo, Vivero Quintero, & Campelo Vásquez, 2018, pág. 2):

La comunicación intrapersonal conlleva a la formulación de un mensaje, es decir, que las personas empiezan a pensar, en mucho de los casos este tipo de comunicación conlleva a una interacción más cerrada, cuando comunicarse con otra persona se vuelve imposible, y es el principal medio para que exista una comunicación.

Este tipo de comunicación se denomina como la interacción con uno mismo, y este tipo de comunicaciones es mucho más común de lo que se piensa, es de suma importancia para ayudar a las personas a motivarse, además de analizar su comportamiento con el entorno (Carrillo, 2016, pág. 05).

En la página web Lifeder.com se expone que la comunicación intrapersonal es importante debido a que esta repercute en las creencias que tienen las personas directamente de ellas mismas, además también influye en el estado de ánimo y actitudes, siempre esta comunicación sucede a través de los pensamientos que se tiene cuando se está despierto y en los sueños, reflexiones, fantasías, etcétera (Canaan, 2019, pág. 01).

1.1.8. Comunicación Interpersonal

La comunicación interpersonal nació de la necesidad inminente de poder emitir un mensaje y comunicarse con otra persona, se ha visto que existe una evolución debido a que las personas y la comunicación deben acoplarse a las nuevas formas de tratar con otros.

Con el descubrimiento del teléfono a finales del siglo XIX, la comunicación interpersonal se vio afectada, de este modo este implemento tecnológico sustituyo de gran manera a la comunicación física, al mismo tiempo se genera rasgos que hacían eficaces la comunicación, fórmulas de respuestas, claridad, repeticiones, etc (Pérez Rodríguez, Delgado Ponce, García, & Caldeiro, 2015, pág. 22).

La comunicación interpersonal es la más importante, debido a que desde

muy temprana edad, los padres pusieron especial énfasis en el desarrollo de las habilidades comunicacionales como la de hablar y expresarse, el código en este tipo de comunicación es de vital importancia, porque ayuda a expresarse de mejor manera con los demás, poder entender a la otra persona y que a la vez entienda lo que se quiere expresar.

En la actualidad, con la ayuda de la tecnología, ha permitido que este tipo de comunicación se extienda a nivel mundial, esto se debe gracias a la utilización de las redes sociales las cuales permiten a las personas relacionarse con otras.

1.1.9. Comunicación Digital

La mayoría de personas especialmente los adolescentes pasan la mayor parte del tiempo en los dispositivos tecnológicos utilizando aplicaciones de grandes empresas multinacionales de comunicación masiva como las redes sociales, además las mismas han servido como soporte para que los propios medios de comunicación (tv, prensa y radio, medios sociales) se usen para masificar sus contenidos a un público más amplio.

La comunicación digital en chats, mensajería instantánea, páginas web, de las diferentes plataformas digitales (Facebook, Whatsapp, Instagram, etc.) donde el límite de caracteres a la hora de comunicarse con otra persona ya no es un problema, se sigue teniendo las abreviaturas, acortamiento de frases, supresión de vocales, buscando con esto que la comunicación se más rápida, normalmente este tipo de interacción la hacen los niños y adolescentes (Pérez Rodríguez, Delgado Ponce, García, & Caldeiro, 2015, pág. 23).

La comunicación digital se define como un concepto que engloba todos los métodos y herramientas que son utilizados para transmitir un mensaje al receptor, este mensaje se lo emite a través de un medio digital (ESdesign, 2018, pág. 01).

Actualmente este tipo de comunicación es de mucha relevancia debido a que el mensaje es mucho más directo y global; especialmente en la vida cotidiana de muchos de los jóvenes y adultos que están constantemente pendientes de su dispositivo tecnológico, además de tratarse de un método muy

sencillo y momentáneo, en tan solo segundos se puede transmitir o compartir mensajes con otras personas.

La comunicación en la era digital, en la que se vive actualmente, ha hecho que con tan solo una palabra clave se pueda encontrar cualquier información que el usuario necesite, debido a esto las empresas, organizaciones o instituciones saben que la necesidad de pautas para compartir información y conocer al público al cual va dirigido es de vital importancia, para así solventar cualquier inquietud que los usuarios tengan.

Según (Pérez Rodríguez, Delgado Ponce, García, & Caldeiro, 2015, pág. 23) afirman:

Debido a que la información y herramientas para búsqueda se encuentran desarrollándose de mejor manera y brindando a los usuarios una mejor experiencia, pero a la par del beneficio antes mencionado esta información puede ser oscilar entre lo perjudicial o beneficioso para los jóvenes, ya que son los usuarios que en ocasiones no se dedican a investigar la veracidad de cualquier dato que exista en la red, además de influenciar de gran manera en sus actividades diarias como la comunicación con otras personas.

En algunos casos las personas son conscientes de los cambios que las plataformas digitales han generado en sus vidas, a medida que las tecnologías van evolucionando y se apoderan de su diario vivir.

Las nuevas tecnologías han incrementado hasta límites insospechados, la inmediatez de la información y sobre todo su potencial a la hora de cautivar a nuevos usuarios, por ello las redes pueden llegar a cualquier parte del mundo, sin importar idioma, religión o huso horario (ESdesign, 2018, pág. 01).

Con la influencia de las nuevas aplicaciones de interacción social empezó a darse un nuevo lenguaje verbal en el cual se combinan palabras con emoticonos que son representaciones verbales a través de imágenes, esto se da con el objetivo de que se acorten las limitaciones de texto y hacer más divertidas las conversaciones. En la actualidad la mayoría de niños y adolescentes han optado por seguir esta tendencia.

1.2. Bases Teóricas

Dentro de la investigación académica podemos observar la influencia de las redes sociales dentro de la interacción entre jóvenes de dos instituciones educativas fiscal y particular, los resultados arrojaron datos que se acoplan a teorías comunicativas y psicológicas, las cuales ayudarán a entender la interacción virtual en adolescentes de terceros de bachillerato.

1.2.1. Marshall McLuhan en su *“Teoría de la Aldea Global”* define como aldea global a toda interacción que se realiza por cualquier dispositivo electrónico, este autor expone en su hipótesis que la tecnología se ha vuelto una extensión de nuestro cuerpo, mente o ser, generando grandes cambios en la comunicación del mundo actual.

Los argumentos de Marshall McLuhan estuvieron orientados a visualizar realidades comunicacionales. Un ejemplo claro fue la argumentación acertada de la “aldea global”, afirmó que “el medio es el mensaje”, de manera contundente pudo explicitar los ambientes mediáticos (Álvarez Moreno, 2019, pág. 7). Con esto podríamos decir que los jóvenes en la actualidad usan las redes sociales, en especial Facebook, como una extensión de su cuerpo, lo cual conlleva a consecuencias positivas y también negativas, como: Sexting, Bullying, Ciberacoso, acoso psicológico, acoso sexual.

Solo basta mirar la realidad para anticipar el mundo apocalíptico: Netflix cambió para siempre la forma de percibir cine y televisión; Spotify el entorno de la música; *Booking*, la forma de hacer turismo; WhatsApp la mensajería y el teléfono fijo; Twitter, la forma de hacer política y construir opinión pública; Uber, Tesla, Waze, YouTube, Amazon y, en general, todo el fenómeno de las redes sociales que determinan nuestras vidas en todo sentido (Álvarez Moreno, 2019, pág. 8).

1.2.2. Paul Watzlawick en su *“Teoría de la comunicación humana”* explica que la comunicación ejerce un papel fundamental en nuestras vidas y en el orden social (Cuevas, 2019, pág. 01).

Actualmente, la comunicación humana ha generado grandes cambios gracias a la tecnología, estos cambios tienen gran poder dentro de la vida de los jóvenes, aunque apenas estos sean conscientes de ello.

Este psicólogo austriaco habla de que el individuo realiza una adaptación basándose en su experiencia personal, es por ello que los jóvenes se acoplan continuamente al cambio tecnológico en especial al uso de las redes sociales.

Este autor habla que la comunicación no se explica como un proceso interno que surge del sujeto, sino como el fruto de un intercambio de información que se origina en una relación (Cuevas, 2019, pág. 01).

1.2.3. Fritz Heider en su **“Teoría de la Atribución”** afirma que es un método que se puede utilizar para evaluar cómo la gente percibe el comportamiento de sí mismo y de la demás gente.

- **La Teoría de la Atribución de Fritz Heider** es un método que se puede utilizar para evaluar cómo la gente percibe el comportamiento de sí mismo y de la demás gente. La Teoría de la Atribución está referida a cómo la gente genera explicaciones causales. En su libro de 1958 “la psicología de las relaciones interpersonales”, Heider dice que todo comportamiento se considera que será determinado por factores internos o externos:

- **Atribución externa:** la causalidad se asigna a un factor, a un agente o a una fuerza exterior. Los factores externos se salen fuera de control. Usted percibe que no tiene ninguna opción. Entonces su comportamiento está influenciado, limitado o aun totalmente determinado por influencias fuera de su control. Por lo tanto, usted se siente como no responsable por su comportamiento. Un ejemplo genérico es el tiempo. También se le conoce como: **Atribución circunstancial**.

- **Atribución interna:** la causalidad se asigna a un factor, a un agente o a una fuerza interior. Los factores interiores caen dentro de su propio control. Usted puede elegir comportarse de una manera particular o no. Su comportamiento no es influenciado, limitado o totalmente determinado por influencias fuera de su control. Por lo tanto, usted se siente responsable. Un

*ejemplo típico es su propia inteligencia. También se le conoce como: **Atribución Disposicional** (12manage.com, 2020, pág. 1).*

Este autor afirma que el comportamiento de las personas se atribuye a factores tanto internos como externos, que influyen descontroladamente y hacen que no se sientan responsables por sus acciones, lo que se puede asociar con la influencia de las redes sociales que actualmente han hecho que los jóvenes dediquen su tiempo a ellas, más aun en casos más delicados, llegan a controlar lo que su pareja publica, y en casos más extremos terminan en trastornos obsesivos que terminan por hacer daño a la pareja en conjunto.

1.2.4. “La Educomunicación” – Enrique Fernández

Según Javier Echeverría:

La identidad de las personas se transforma por presión social en la que se encuentra, esto permite un nuevo modo de ser y estar en el mundo, además de que la persona puede estar interactuando por medio de las redes sociales a distancia, a través del cual las personas pretenden demostrar cómo es su vida a los otros, como se expresan y como estos se conocen a sí mismos, afirma que la experiencia ocurre, sobre todo, en circuitos de información a través de las redes, y en el espacio comunicativo las cuales las personas se vinculan y se relacionan, sin que aparezcan necesariamente las relaciones directas y físicas (Espuñes Fernández, 2015, pág. 37).

Las personas han transformado desde su estilo de vida hasta su forma de hablar en base a lo que está estipulado en las redes sociales, sin importarles mucho su propio pensamiento, además los jóvenes que son los más influenciados pretenden entrar a un grupo por la presión social, olvidándose de que todo lo que ellos escriben o comparten se queda en la “nube de internet”,

Los adolescentes, al ser “nativos digitales”, son un público con fundamentos, debido a que nacieron con capacidades y competencias que el entorno digital exige; de manera automática, asimismo ellos no saben discernir entre lo positivo y lo negativo, o incluso no saben que muchas veces sus publicaciones en plataformas digitales como Facebook llegan a generar aspectos negativos para otras personas debido a la ignorancia del mundo

informático en el que ellos se encuentran.

1.3. Generaciones (XYZ)

Varios autores hablan de la convivencia diaria entre generaciones, plantean las necesidades de crear estrategias acertadas para la mejor comunicación para poder emitir un mensaje directo para ellos, además en el aspecto educativo, estas estrategias se las deben plantear para generar excelentes resultados en la educación de los mismos (Díaz, Gonzales, Ganua, & Vargas, 2018, pág. 2).

Estos autores clasifican a las generaciones de la siguiente manera:

Tabla 2 Definición y Características de las Generaciones

Generación	Definición	Características
Generación X	Se les denomina generación X a las personas que han nacido entre los años de 1971 y 1985	<ul style="list-style-type: none"> - Vienen de una época en donde todas las cosas que adquirirían en su infancia eran análogas, mientras que cuando empezaron a crecer comenzaron a tener en sus manos aparatos tecnológicos. - La Comunicación con las demás personas las realizan desde cualquier medio, no dependen únicamente de algún aparato para esperar alguna respuesta. - Entre los valores principales que ellos profesan son: Libertad, Flexibilidad e Informalidad. - Cuestionan mucho a las autoridades y no son muy

		<p>apegados a una línea jerárquica.</p>
Generación Y	<p>Esta generación del milenio, que son individuos nacidos después de 1986 a 1997</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Vivieron el auge del internet y la transición de diversas plataformas tecnológicas. - Empezaron a utilizar Teléfonos móviles y a enviar mensajes de textos - Son comprometidos con su trabajo al máximo, la mayoría de jóvenes de esta generación creen en el emprendimiento - Es la generación con más educación, debido a la denominada autoeducación. - Su forma de pensar y de trabajar es versátil
Generación Z	<p>Esta generación comprende a aquellos nacidos entre 1998 a 2010</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los aparatos tecnológicos forman parte de una extremidad más de esta generación, y esta es conocida por ser una generación absolutamente digital - Denominados como “Nativos Tecnológicos” - Poseen alta propensión al consumismo masivo de productos.

		<ul style="list-style-type: none"> - Su principal comunicación con las demás personas, es a través de Redes Sociales. - Pueden utilizar hasta 2 dispositivos digitales al mismo tiempo. - Es una generación sin tabúes, en especial en el ámbito de sus relaciones sexuales con sus parejas - Tienen conciencia social.
--	--	---

Elaborado por: Autores

Fuente: (Díaz, Gonzales, Ganua, & Vargas, 2018, pág. 02)

1.4. Internet

Es la red global de comunicaciones que ha revolucionado a la humanidad. La llegada del internet, ha generado un sin número de cambios en el mundo actual, debido a que su implantación y rápida proliferación en el nuevo milenio, ha generado una notable transformación en el hábito de las personas en temas personales, educativos, sociales, etc.

El nacimiento de internet es un punto acertado a la hora de que el ser humano evolucione, además el uso de las tecnologías ha generado un cambio constante debido a que con el apareamiento de los nuevos aparatos tecnológicos, el servicio de internet se va adecuando para que las personas puedan navegar con mucha facilidad, y puedan conectarse en cuestión de segundos en cualquier parte del mundo (Pérez Rodríguez, Delgado Ponce, García, & Caldeiro, 2015, pág. 24).

La conexión constante a la red se hace cada vez más frecuente, universal y sobre todo asequible. Fuera de casa se puede encontrar alguna red de internet gratuita e incluso en el puesto de trabajo se logra observar a cualquier persona conectada desde cualquier dispositivo móvil.

El Internet, desde sus inicios, fue creado con la visión de brindar una herramienta positiva a las diversas investigaciones académicas de los años sesenta, en los años noventa se convirtió en el boom y por supuesto en la herramienta más utilizada por una gran cantidad de personas que empezaron a ver en esta la posibilidad de interconectarse con más individuos sin salir de sus casas.

Finalmente el Internet, conjuntamente con las plataformas digitales, han llegado a revolucionar de gran manera la vida de todas las personas, y a medida que pasa el tiempo los medios de comunicación convencionales como radio, televisión y medios impresos, están perdiendo gran cantidad de audiencia, mientras que otros medios poco a poco van desapareciendo de la esfera del campo informativo, muchos de estos están optando por también formar parte de la red, para evitar morir o perder audiencia.

1.4.1. La Web

Actualmente la Web es una de las necesidades básicas que tiene todo el internet, y que con el tiempo se ha visto en la necesidad de evolucionar para brindar una mejor experiencia al usuario.

La web es un conjunto de documentos (webs) que se encuentran interconectados por enlaces de hipertexto, disponibles en Internet que comunican a través de la tecnología digital (Latorre, 2018, págs. 1-7).

La web es un subconjunto de Internet que contiene información a la que se puede acceder usando un navegador, también es un “organismo vivo”, y como todo organismo vivo siempre se encuentra en constante evolución

El autor clasifica la web de la siguiente manera:

Tabla 3 Clasificación de la Web

WEB	CARACTERÍSTICAS
Web 1.0	La web 1.0 es la forma más básica que existe de navegadores de solo texto. Apareció hacia 1990 y es muy primitiva para lo que hoy ofrece, esta web tan solo es de lectura.

Web 2.0	<p>El término web 2.0 fue acuñado para referirse a una segunda generación de tecnología web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, blogs, wikis, los chats, foros, álbumes de fotografía, presentaciones en red, etc.</p> <p>Un claro ejemplo es que estas páginas permiten al usuario crear una cuenta e introducir comentarios</p>
Web 3.0	<p>La Web 3.0 es un salto enorme en el ámbito tecnológico que tiene importantes consecuencias en los usuarios de la red, a fin de enriquecer la experiencia de las personas</p>
Web 4.0	<p>Es un gran avance que está en constante cambio y se centra en ofrecer un comportamiento más inteligente, más predictivo, de modo que se pueda, con sólo realizar una afirmación o petición, poner en marcha un conjunto de acciones que tendrán como resultado aquello que se pide o que se dice.</p>

Elaborado por: Autores

Fuente: (Latorre, 2018, págs. 1 - 7)

1.4.2. Redes sociales

Desde la aparición del Internet, se ha visto como el mundo ha evolucionado y con ello también la comunicación, el nacimiento de las redes sociales, ha facilitado la comunicación con otras personas con sus amigos, familiares o conocidos, es así que el poder de las redes sociales en la actualidad tiene importancia a la hora de emitir un mensaje.

El término “red social”, fue acuñado en 1954 por un antropólogo llamado John A. Barnes. El concepto de red se define mediante dos elementos: los contactos y los vínculos existentes entre dichos contactos. Cuanto más contactos tengamos, mayor será nuestra red, y por lo tanto, más “útiles” seremos (la noción de utilidad aquí se limita a la capacidad de transmitir información). Con el tiempo, las redes se han vuelto cada vez más complejas, hasta el punto de que, a veces, es difícil distinguir entre contactos y conexiones. Además de todo eso, también entran en

juego la afectividad, la sensibilidad (Rissoan, 2016, pág. 25).

Como lo antes mencionado desde 1954 la red social fue denominada desde dos elementos esenciales como los de contactos y como vínculos con amigos, este concepto se lo toma ahora desde el mismo punto de vista; hoy en día esta red social desde su creación ha permitido al ser humano borrar las barreras del idioma, cultura hasta de las creencias, y al mismo tiempo este sistema ha ayudado a muchas personas a acercarse más a diferentes lugares que antes veían inalcanzables.

Las redes sociales han jugado un papel importante también al momento en que las personas puedan enterarse de lo que sucede a su alrededor, tan solo con un clic, un me gusta, un compartir o incluso ha permitido seguir muy de cerca a personajes públicos.

Las redes sociales constituyen un trampolín para el particular que desea crear o consolidar su identidad virtual. Los particulares, especialmente los jóvenes, desean estar constantemente en contacto con los demás, lo que se traduce en compartir información y emociones de forma permanente y frecuente. De este modo, más allá del simple interés económico, cada cual dispondrá de los mismos medios para expresarse, o incluso de mejores condiciones que las grandes empresas internacionales (Rissoan, 2016, pág. 25).

En esta sección se habla que la comunicación actualmente se ha realizado de manera virtual en especial los jóvenes de las generaciones Y, Z; ahora toman de una forma necesaria un contacto más virtual, en lugar de un contacto más físico, como es el caso de las anteriores generaciones, las cuales no han vivido un estilo de vida sentado frente a un aparato tecnológico, y de este proceso las empresas internacionales y transnacionales han sacado ventaja para atraer clientes nuevos.

1.4.3. Evolución de las Redes Sociales

El fenómeno de las redes sociales han transformado de una manera directa el uso del internet en niños , adolescentes y personas adultas, la creación

de páginas web que permitan la interacción entre aquellos usuarios que quieren conocer lo que existe en la red, combinado con la creación de plataformas digitales para escuchar música y para interactuar con nuevas personas, crean en los usuarios una intriga por saber qué es lo que vendrá en un futuro en la forma de conocer el mundo (Pérez Rodríguez, Delgado Ponce, García, & Caldeiro, 2015, pág. 32).

Luego de un tiempo en pleno auge del siglo XXI, empiezan a nacer las redes sociales las cuales, antes de conocerse como hoy se conocen y tener una gran influencia en las personas, estas empezaban a promocionar en sitios webs, y como lo anteriormente mencionado, eran principalmente para mantener contacto con viejos amigos y poco a poco, las personas empezaron a hacer nuevas amistades donde el principal actor, es la comunicación escrita, y el creciente nacimiento de los aparatos tecnológicos adaptados para la necesidad de las personas.

A partir del 2003 las propias empresas vieron la necesidad de crear más y más redes sociales, de allí nacieron muchas redes como la conocida MySpace, después se toma muy en serio la necesidad de seguir creando nuevos mecanismos de comunicación entre personas, con esta convicción llega la gran red social, que hasta el momento sigue siendo la líder en el mercado, como lo es Facebook, pensada principalmente en estudiantes universitarios, posterior a ver la gran aceptación de esta empieza a expandirse hasta convertirse hoy en día, como parte del vocabulario diario entre las personas y como una empresa multinacional.

En la mayoría de los casos, las relaciones que los usuarios establecen a través de estas plataformas de interacción social vienen determinadas por sus contactos en la vida real, de este modo, los amigos que se tienen en un red social suelen ser mayoritariamente amigos y conocidos fuera de este o, en algunos casos amigos de amigos; utilizando de esta manera a la red como una extensión de las conversaciones que han iniciado en una institución, para planificar el fin de semana o inclusive para resolver conflictos generados cara a cara (Pérez Rodríguez, Delgado Ponce, García, & Caldeiro, 2015, pág. 17).

1.4.4. Clasificación de Redes Sociales

Se habla de que las redes sociales no son únicamente instrumentos de ocio, al cual se lo encasilla como un club social dedicado a entretener, sino que se debe tomar también como un aporte a la promoción profesional y empresarial (Rubio, 2015, pág. 13).

Este mismo autor divide a las redes en tres grandes tipos:

Tabla 4 Tipos de Redes y sus Características

REDES	CARACTERÍSTICAS	APLICACIONES
Redes Generalistas	Destacan en este tipo de redes como aquellas en las cuales el usuario interactúa con otras personas, además de permitir pueda realizar grupos de amigos, actividades e incluso conseguir seguidores o seguir a otras personas.	<ul style="list-style-type: none">- Facebook- Twitter- Whatsapp- Instagram- Pinterest- Google+
Redes Profesionales	Existen numerosas redes sociales en las que se agrupan a personas bajo intereses profesionales de todo tipo, incluso para formar colaboraciones, este tipo de redes se puede comparar como una agrupación o conocidos como colegio de profesionales de todas las ramas.	<ul style="list-style-type: none">- LinkedIn

Redes Especializadas	Este tipo de redes son las más numerosas, debido a que son páginas web académicas, foros y redes sociales especializadas en temas diversos, además este tipo de plataformas de interacción social permiten a los usuarios intercambiar y vender colecciones, incluyendo foros para comentar y asesorarse, además de realizar compraventa de forma segura	<ul style="list-style-type: none"> - Pinterest - Wikipedia, Despegar.com - Amazon - Mercado Libre - iTunes - Google Play - Netflix.
----------------------	--	--

Elaborado por: Grupo Investigador

Fuente: (Rubio, 2015, pág. 13)

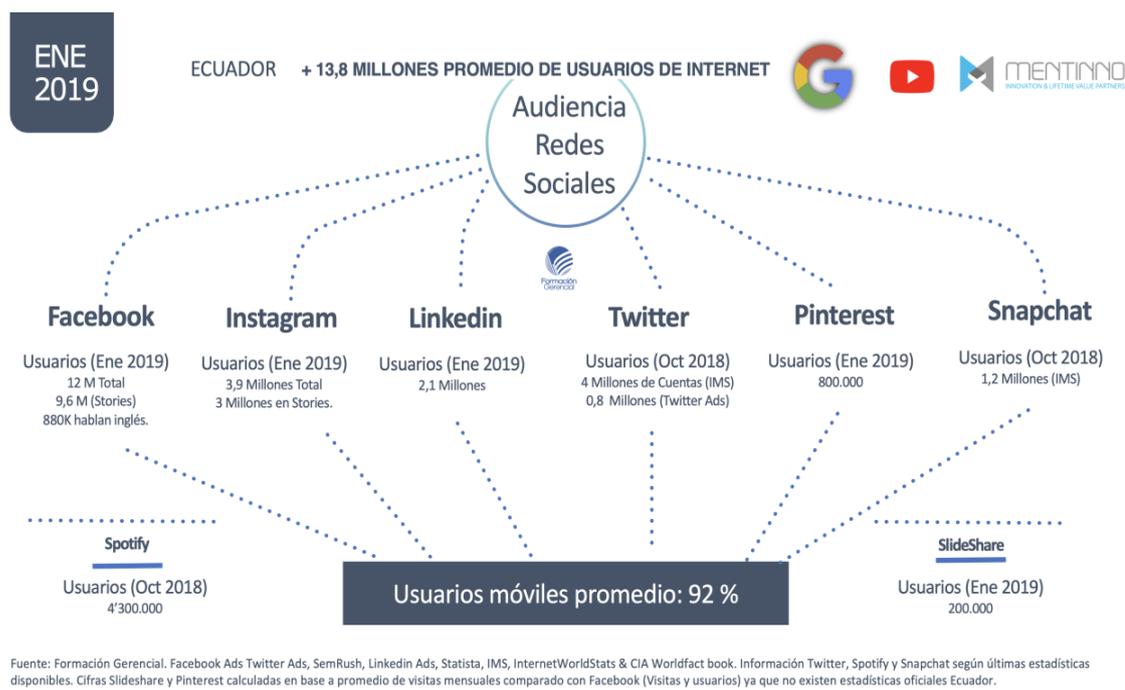
En internet se puede encontrar un sin número de redes sociales especializadas dedicadas netamente a un campo específico como: la música, el arte, deporte, cine, viajes, literatura, etcétera.

1.4.5. Importancia de las Redes Sociales

Pese a las ventajas y desventajas que las redes sociales brindan a los usuarios, estas son una herramienta muy utilizada también para la autoeducación, debido a que por las diferentes plataformas de interacción social se pueden conocer eventos nuevos, cursos, talleres, seminarios, entre otros, también permiten interconectarse con otras personas a nivel mundial; uno de los factores que se puede visualizar y que se vuelve repetitivo, es el que muchas páginas permiten al usuario aprender, sin la necesidad de dirigirse a algún lugar en específico.

Otra de las cosas importantes de las redes sociales es que por medio de los grupos que se forman dentro de la misma, se puede realizar un llamado a efectuar campañas de ayuda social, la cual tiene una respuesta inmediata, también pueden ayudar a nuevos emprendedores a saber opiniones sobre productos, lugares de arrendamientos, y también al usuario le ayuda a saber si comprar dicho producto o adquirir un servicio de alguna empresa es beneficiosa o perjudicial.

Figura 1 Uso de Redes Sociales en el Ecuador



Fuente: (Ponce J. P., 2019, pág. 01)

Facebook, Whatsapp, Twitter, Instagram, etcétera, son términos que antes de los años 2000 eran totalmente desconocidos, pero en la actualidad son las palabras más pronunciadas por cualquier persona en una gran parte del mundo.

En términos de usuarios de redes sociales en Ecuador, se puede evidenciar que existe un crecimiento importante para el caso de Instagram y LinkedIn, manteniéndose como el rey de todas las plataformas de interacción digital a Facebook, el crecimiento de la utilización de redes sociales fue del 2% al 10% (Ponce J. P., 2019, pág. 01).

En la actualidad los medios de comunicación tradicionales están cada vez más en contacto con las nuevas generaciones, a través de sus páginas en redes sociales, esta táctica sirve de ventaja para comunicarse de forma inmediata con sus seguidores, pero con este poderío también llegan aquellas páginas falsas que transmiten mensajes negativos e influyen a los jóvenes en sus decisiones al momento de conocer alguna noticia.

La sociedad ecuatoriana, es parte de los países que poco a poco

empieza a conectarse a estos medios digitales, los cuales en su gran mayoría utiliza las redes sociales para estar comunicados sobre lo que pasa a su alrededor, además de poder interactuar con las demás personas sin necesidad de estar físicamente uno con el otro.

Uno de los públicos que está empezando a utilizarlas de manera continua son los jóvenes, quienes miran en este medio social un escape, para poder salir de lo cotidiano, compartir su vida y sobre todo para poder comunicarse con otras personas.

1.4.6. Uso de redes sociales en la adolescencia

Las redes sociales tienen como audiencia principal a niños y adolescentes, los cuales han sido objeto de la influencia de los medios sociales, además del vertiginoso cambio en la dinámica de la comunicación, genera esta gran atracción entre dicho público, sus constantes cambios en las herramientas de interacciones personales son muy complejas, debido a que estas plataformas, van transformándose y adaptándose a las necesidades de sus usuarios.

Actualmente los avances tecnológicos han permitido la comunicación de unos con otros, además estas plataformas de interacción social, permiten compartir diversas clases de información ya sea personal o de alguna plataforma digital diferente; las redes sociales permiten a la personas relacionarse y crear una red de comunicación instantánea, y una de las redes sociales líderes en comunicación social es Facebook que sigue siendo la principal plataforma de comunicación a nivel mundial (Renau, 2018, pág. 36).

1.4.7. Jóvenes y el uso de redes sociales

La autora habla de que en consecuencia de la aparición de estas plataformas de interacción social, los hábitos en jóvenes han experimentado transformaciones en paralelo al progreso mediático y tecnológico, además de que la comunicación física ha ido disminuyendo poco a poco (Pérez Rodríguez, Delgado Ponce, García, & Caldeiro, 2015, pág. 13).

Diego Ortiz en un artículo para el Diario el Comercio explica que según un estudio realizado por la firma Findasense en nuestro país, afirma que los adolescentes entre 14 a 19 años, son los que más presencia constante tienen en la red social Facebook (Ortíz, 2016, pág. 01).

Todo este fenómeno de Facebook, para algunos investigadores, se debe a que la mayoría de adolescentes son coleccionistas de momentos y su memoria es Google, o su propio celular, es por ello que los jóvenes actualmente utilizan su dispositivo móvil como una extremidad más del cuerpo.

En los datos arrojados por esta empresa habla de que el 35% de los jóvenes ecuatorianos al momento de despertar lo primero que ven es su celular y observan que hay de nuevo dentro de Facebook, y al momento de dormirse lo vuelven a revisar, mientras que el 32% empieza su día enviando cualquier mensaje de texto a través de Whatsapp.

En cuanto en sus ratos libres el 37% de los adolescentes prefieren pasar varios minutos revisando Facebook, además en el tiempo libre esta red social es una de las favoritas en adolescentes al momento de buscar o encontrar pareja.

Diversos estudios muestran que la tecnología ha cambiado la forma en que nos relacionamos con otras personas. Es más, un 75% de las personas con pareja estable admite que Internet y las Nuevas Tecnologías han mejorado su relación sentimental, frente a un 20% que asegura que el impacto ha sido negativo. Pero no todo es positivo. Un 25% considera que su pareja pasa demasiado tiempo en Internet, algo que ha provocado serios problemas para el 8% de los internautas (Digital Media, 2018, pág. 01).

Como menciona este autor los diversos estudios demuestran que la mayoría de parejas estables admiten que las redes sociales y aparatos tecnológicos han ayudado a mejorar su comunicación como pareja, pero sin duda existe todavía un porcentaje más bajo que piensa que actualmente las redes sociales han influenciado de manera negativa a su relación y que esta ayuda a que poco a poco la relación vaya dilatándose.

Evidentemente una de las cosas que han hecho que las relaciones no funcionen como se debe es que a medida que van creándose plataformas que ayudan a la comunicación entre la pareja, también ayuda a que exista más engaños, además de los problemas entre estos, dando como resultado que la relación termine de una manera muy poco amistosa.

1.5. Facebook

La interacción con otras personas que viven al otro lado del planeta, antes de la creación del internet se lo veía como una tarea un poco complicada, pero hoy en día la interconexión ya no distingue tiempo, espacio, religión o cultura, simplemente la comunicación es en tiempo real, gracias a plataformas como Facebook que brinda a las personas la comodidad de hablar con cualquier persona.

Facebook es una red social creada para facilitar el encuentro de antiguos amigos, antiguos compañeros de estudios, de trabajo, del barrio, etcétera. Es una plataforma muy eficaz tanto para reencontrarse con personas con las que se ha perdido el contacto como para comunicarse con amigos y familiares que se encuentran alejados geográficamente. Está diseñada para hacer nuevas amistades, para recuperar amistades antiguas o para compartir información personal, profesional, política, etcétera (Rubio, 2015, pág. 39).

Facebook es una plataforma que empezó como una herramienta que permitía a estudiantes permanecer en contacto con ellos e intercambiar información sobre los cursos, y organizar todo tipo de eventos, luego de un tiempo se convirtió en una de las redes sociales con gran demanda y que permite interactuar con millones de personas, hoy en día se ha convertido en parte del vocablo de la mayoría de personas y empresas a nivel mundial.

1.5.1. Facebook Dating

Uno de los nuevos servicios dentro de Facebook ha sido la creación de Facebook Dating, una especie de nuevo Tinder, el mismo que prevé destronar a dichas aplicaciones de citas virtuales.

Actualmente probar suerte ligando usando las nuevas tecnologías, se ha vuelto cada vez más frecuente, a pesar de que existen aplicaciones para realizar dicho propósito, Tinder sigue siendo el rey , pero no podemos dejar a un lado a una de las redes sociales más veteranas como Facebook, la cual también ha sido forma más rápida para poder ligar

De acuerdo a: (Domínguez, 2019, pág. 01):

Esta aplicación está disponible actualmente en Estados Unidos y en Europa. Para usarla simplemente se busca la función Dating dentro de la aplicación principal de Facebook en el teléfono móvil. Cuando se abra, se debe crear un perfil, y el propio Facebook Dating dirá cuáles otros de sus contactos se han apuntado también al servicio.

1.6. Tinder

No solo con la aparición de plataformas de interacción social como Facebook, Whatsapp, Instagram, etcétera, la gente podía conocer a otras, sino que nuevas empresas apostaron a crear aplicaciones que permitan interactuar y conocer a personas para salir, conversar o tener encuentros sexuales con ellas.

Tinder es una aplicación que le especifica al usuario la distancia geográfica que existe entre ellos, además estos son presentados con su nombre de Facebook y una serie de fotos. Los usuarios observan y aprueban o desaprueban al otro usuario. Si ambos se aprueban entre sí, automáticamente la aplicación los conecta y comienza la acelerada carrera por satisfacer la necesidad de encuentro (Bonavitta, 2015, pág. 01).

Finalmente es una aplicación que permite que puedan suceder traiciones, infidelidades y malos entendidos en caso que esta persona pueda tener una relación con otra, este tipo de redes han modificado las relaciones interpersonales, además de que en su mayoría las personas que utilizan este tipo de aplicaciones son hombres y netamente la aplicación busca satisfacer las necesidades de tener encuentros sexuales con otros usuarios.

CAPÍTULO II METODOLOGÍA

2.1. Enfoque de Investigación

La presente investigación es cualitativa y cuantitativa, debido a los objetivos específicos planteados, por lo que no ha sido necesario establecer hipótesis. A este proyecto se considera como investigación de acción ya que además de diagnosticar el objeto de estudio, lo que se pretende es también solucionar la problemática sobre la influencia de las redes sociales en las relaciones de pareja, lo cual se puede lograr realizando una campaña de sensibilización la cual podrá dar respuestas a las preguntas que los jóvenes tengan sobre la problemática de interacción virtual.

2.2. Métodos

Los principales métodos a utilizarse dentro de la presente investigación serán:

- **2.2.1. Método Inductivo.-** Este método se lo aplicó durante todo el proceso de investigación, partiendo de los datos extraídos de la encuesta realizada a los estudiantes, estos fueron utilizados para todo el universo investigativo.
- **2.2.2. Método Deductivo.-** Sirvió en el marco teórico partiendo de elementos teóricos generales relacionados al tema de investigación, estas premisas se las tomó partiendo de los formatos establecidos dentro de la bibliografía.
- **2.2.3. Método Analítico-Sintético.-** Tratado durante el proceso investigativo para llegar a comprender y establecer toda la línea investigativa.
- **2.2.4. Método Estadístico.-** Utilizado durante la tabulación de encuestas, análisis de datos y resultados que sirvieron para la elaboración de la propuesta.

2.3. Técnicas

Las técnicas de investigación científica que permitirán recolectar datos y estas serán:

2.3.1. Encuestas: Esta investigación ayudó a tener un resultado más real y veraz, debido a que se las realizó a los estudiantes de las dos instituciones educativas mencionadas en el presente trabajo de investigación.

2.3.2. Entrevistas: Realizadas a profesionales en el área de la Psicología de las dos instituciones educativas, además de profesores de Psicología de la Universidad Técnica del Norte, las cuales ayudaron a contrastar la información obtenida en el contexto de la investigación.

2.3.3. Documental: Fundamental a la hora de acceder a fuentes de información relevantes existentes de forma física o virtual, la cual sirvió para la investigación del marco teórico.

2.4. Instrumentos

Para poder utilizar las técnicas antes mencionadas se usaron los siguientes instrumentos:

- Cuestionarios
- Observación de los participantes
- Guión de entrevista
- Fichas de observación

2.5. Población o universo

La población investigada está constituida por 140 estudiantes de 3ro bachillerato, de los cuales 51 pertenecen al Colegio Universitario UTN y 89 de la Unidad Educativa Pensionado Atahualpa.

2.6. Determinación de la Muestra

Para optimizar tiempo y recursos se determinó la muestra a investigarse con la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{N * \int^2 * Z^2}{(N-1) E^2 + \int^2 * Z^2}$$

$$n = \frac{140 * (0,05)^2 * (1,96)^2}{(140 - 1) * (0,05)^2 + (0,05)^2 * (1,96)^2 1,56}$$

$$n = \frac{35 * 3,84}{0,35 + 0,96}$$

$$n = \frac{134,4}{1,31}$$

$$n = 102,59 (103)$$

N = Universo o Población

\int^2 = Varianza (0,25) ya que la desviación típica es 0,05

Z = Nivel de significancia 1,96

E = Margen de error 5%

N-1 = Corrección para muestras

n = Tamaño de la muestra

Las 140 encuestas se realizaron de forma aleatoria, tratando en lo posible de que el porcentaje de aplicación a estudiantes hombres sea similar al de mujeres. Dando como resultado que 74 son de género masculino y 66 son de género femenino.

La muestra sacada de la fórmula tiene una mínima diferencia porcentual entre el universo (73,57%), lo cual dio la pauta para poder tabular todo el universo y así poder obtener el dato real y preciso para la investigación.

CAPÍTULO III ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación, se presentan la tabulación y análisis de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Unidad Educativa Pensionado Atahualpa. No se incluyen los resultados del Colegio Universitario UTN, para contrastar la realidad social de ambos establecimientos educativos, por lo que se hizo una tabulación por separado. Con respecto al Análisis de la Influencia de las Redes Sociales en las relaciones de pareja de ambos establecimientos. Además, se presenta el análisis de las entrevistas realizadas a los Psicólogos de cada institución además de la entrevista a una Psicóloga de la Universidad Técnica del Norte.

3.1. TABULACIÓN DE LA UNIDAD EDUCATIVA PENSIONADO ATAHUALPA (UEPA)

Tabla 5 Género

Género	Frecuencia	%
Masculino	50	56,18
Femenino	39	43,82
LGBTI	0	0
Total	89	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.

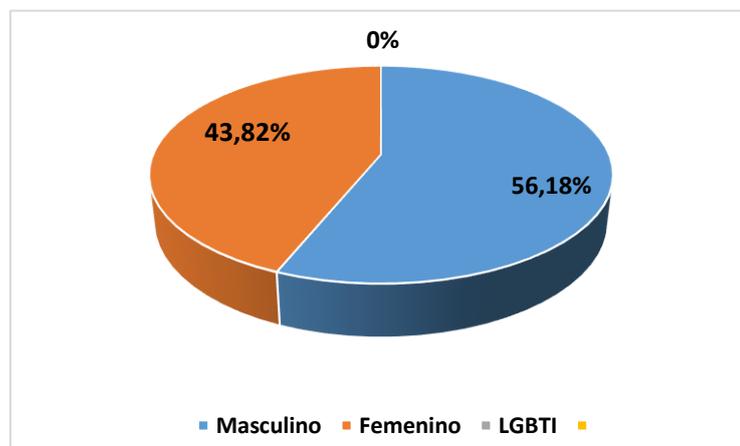


Figura 2 Género (UEPA)

Elaborado por: Autores.

Análisis:

Del universo encuestado en la Unidad Educativa Pensionado Atahualpa, la mayoría está comprendida por el género masculino con un 56,18% que corresponde a 50 hombres y el 43,82% es femenino que representa a las 39 mujeres encuestadas. Cabe recalcar que ningún encuestado se identificó como LGBTI, por lo que representa el 0%.

Tabla 6 Edad

Edad	Frecuencia	%
16 años	10	11,24
17 años	69	77,53
18 años	9	10,11
19 años	1	1,12
Total	89	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.

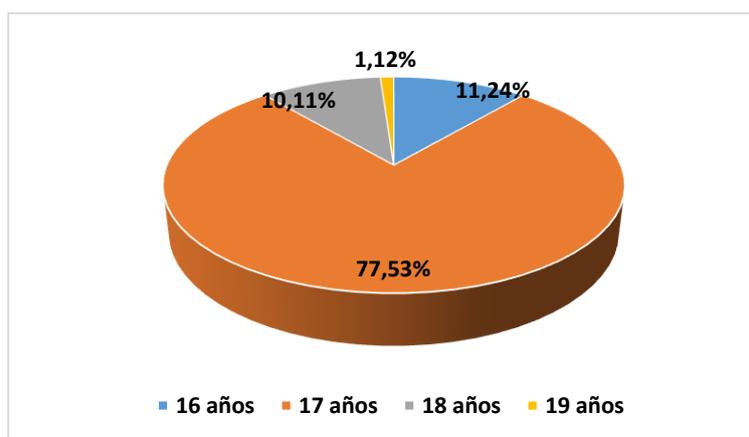


Figura 3 Edad (UEPA)

Elaborado por: Autores

Análisis:

Los datos generales sirven para realizar la segmentación del universo objetivo; de los cuales el 11,24% de la población está comprendida en un rango de edad de 16 años con 10 estudiantes lo cual es una cifra minúscula de menores de 17 años que cursan el tercero de bachillerato. Luego el 77,53% del universo encuestado representan a los estudiantes que tienen 17 años que son

69 estudiantes. El 10,11% representa a quienes cumplieron la mayoría de edad (18 años) que son 9 estudiantes, por último un único estudiante en todo el universo representa el 1,12 % con 19 años de edad.

Tabla 7 Dispositivo tecnológico más utilizado

Dispositivo	Frecuencia	%
Teléfono celular	85	95,51
Laptop	1	1,12
PC	3	3,37
Tablet	0	0
Total	89	100

Fuente: Encuesta Enero 2020
Elaborado por: Autores.

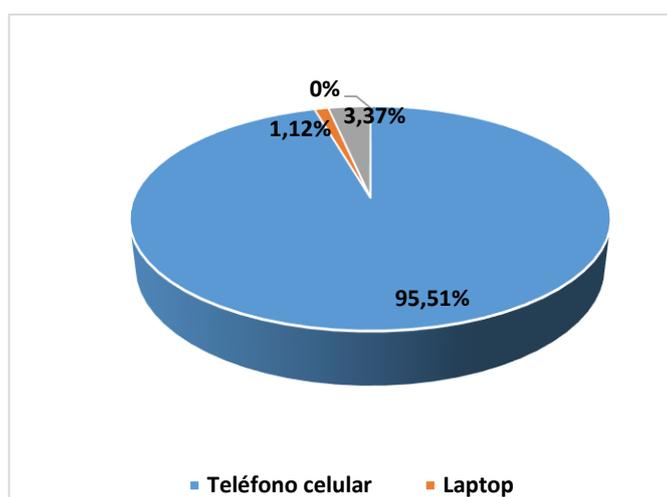


Figura 4 Dispositivo tecnológico más utilizado (UEPA)
Elaborado por: Autores

Análisis:

En los últimos años el teléfono celular se ha vuelto una herramienta indispensable para comunicarse, también para el acceso a Internet, estudiar, realizar varias consultas y establecer contacto con otras personas en línea. En esta pregunta se puede analizar que el 95,51% de los estudiantes encuestado usan más el celular que la PC, que representa el 3,37% o lo que es lo mismo 3 estudiantes. En cambio esto contrasta con el 1,12% que es un estudiante que utiliza la laptop y este gráfico a su vez demuestra el desuso de la tablet con el

0% de uso como medio tecnológico más utilizado por los estudiantes dado que el celular cabe en cualquier parte y puede movilizarse con el usuario.

Según (Jaramillo Ospina, Navia Mayorga, & Camacho Villota, (2017, págs. 57-68); en su estudio realizado con el nombre de “NIÑOS Y ADOLESCENTES. SU DEPENDENCIA DE LA TECNOLOGÍA MÓVIL” aseveran que los aparatos tecnológicos móviles tienen varios rasgos que lo hacen extraordinariamente atractivo para los niños – adolescentes: les brinda autonomía, respecto a sus padres, permite que la comunicación fluya con los compañeros, o la expansión y el apoyo de las conexiones interpersonales. Por eso el celular es el dispositivo que más autonomía les brinda a los adolescentes.

Tabla 8 Tiempo de navegación en Internet

Rango de tiempo	Frecuencia	%
Menos de 1 hora	2	2,25
De 1 a 2 horas	5	5,62
De 2 a 3 horas	22	24,72
De 3 a 5 horas	37	41,57
De 6 a 8 horas	14	15,73
Más de 8 horas	9	10,11
Total	89	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.

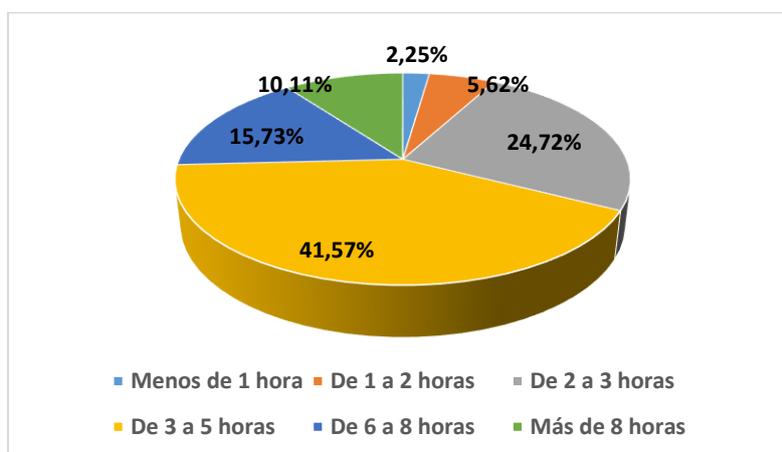


Figura 5 Tiempo de navegación en Internet (UEPA)

Elaborado por: Autores

Análisis:

El 41,57% de los estudiantes encuestados que son 37 tienen acceso a Internet en un intervalo de 3 a 5 horas, lo cual indica que gran parte de su jornada tanto dentro como fuera de la institución la pasan en línea, en contraste con el 2,25% que son 2 estudiantes que pasan menos de 1 hora en línea. En cambio hay 5 estudiantes que representan el 5,62% del universo encuestado pasan de 1 a 2 horas conectados. El segundo grupo más alto estadísticamente que son 22 estudiantes que representan el 24,72% pasan de 2 a 3 horas conectados, dentro del grupo que excede la cantidad recomendada de horas en línea son 14 estudiantes que representan el 15,73% que pasan conectados de 6 a 8 horas y el tercer grupo minoritario pero uno de los más contundentes son 9 estudiantes que representan el 10,11% que pasan más de 8 horas en línea, lo cual podría definir una adicción a las redes sociales o a estar conectado.

Según un estudio realizado por (Hernández Contreras, Ortíz Martínez, Martínez Almaguer, Ramirez, & Moramontes, 2019, págs. 34-45): Muchos adolescentes no tienen control sobre el tiempo de navegación en la red, encontrando en esta una gratificación inmediata que le permite desinhibirse y encontrar diversos satisfactores, por lo que dejan de lado las actividades cotidianas y de ocio, lo que hace al usuario aún vez más dependiente. Por eso los estudiantes demuestran una tendencia de uso de Internet de 3 a 8 horas.

Tabla 9 Frecuencia de uso de Internet

Horario de uso	Frecuencia	%
Mañana	1	1,12
Tarde	51	57,30
Noche	37	41,57
Total	89	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.

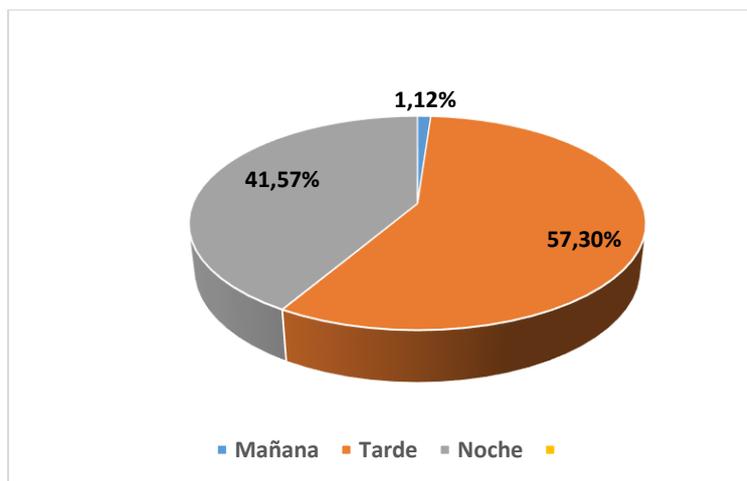


Figura 6 Frecuencia de uso de Internet (UEPA)
Elaborado por: Autores

Análisis:

Del universo de estudiantes encuestados se pudo evidenciar que el 57,30% que representa a 51 estudiantes utilizan con frecuencia el Internet en la tarde lo cual dice que lo usan después de la jornada de clases. En cambio el 41,57% de los estudiantes lo que representa a 37 personas utilizan casi en la misma frecuencia, sólo que ellos lo usan en la noche. Y el grupo minoritario que representa el 1,12% es decir 1 estudiante usa Internet en la mañana lo que denota que accede a Internet en la jornada académica.

De acuerdo al estudio realizado por (Beltrán Carrillo, y otros, 2017, págs. 3-7) se deduce que el tiempo de ocio o lo que es lo mismo tiempo en línea de los adolescentes de secundaria ronda entre las 3 a 6 horas en el horario de la tarde y la noche, o lo que es lo mismo de 16h00 a 21h00.

Tabla 10 Lugar de acceso a Internet

Lugar	Frecuencia	%
Casa	86	96,63
Colegio	0	0
Parques	0	0
Cibercafés	0	0
Otros	3	3,37
Total	89	100

Fuente: Encuesta Enero 2020
Elaborado por: Autores.

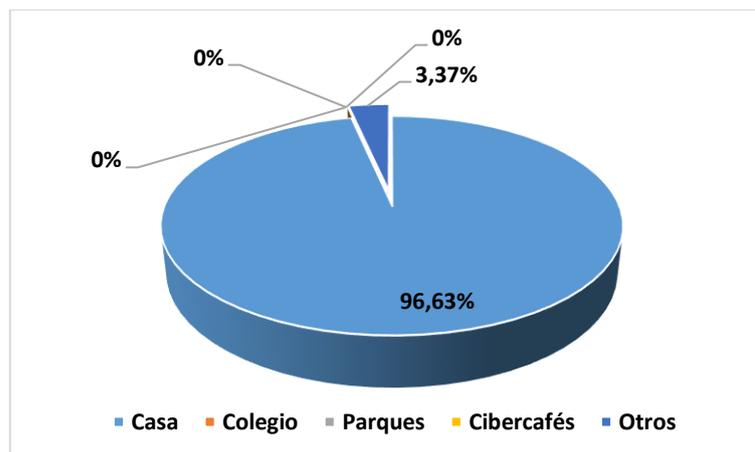


Figura 7 Lugar de acceso a Internet (UEPA)
Elaborado por: Autores

Análisis:

El lugar más frecuente para acceder a Internet es en el domicilio con un 96,63% que representa a 86 de 89 estudiantes encuestados de la UEPA, lo cual nos detalla que la gran mayoría de estudiantes utilizan con mayor frecuencia el Internet en su casa. Contrastando con los 3 estudiantes que representan el 3,37% utilizan sus propios datos móviles para conectarse y en colegios parques y cibernets se registró un 0% de uso lo cual denota una capacidad económica alta sin necesidad de acudir a dichos lugares.

De acuerdo al estudio realizado por (Contreras Cazares & Campa Álvarez, 2017, pág. 4) demuestra que el 91% de los estudiantes opinó tener computadora en casa y el 85% manifestó tener celular; de la misma forma se dio cuenta del acceso a Internet en el hogar de los estudiantes al afirmar que el 83% dijo tener conexión a esta herramienta, lo cual da a entender que el porcentaje del estudio citado es similar al aplicado por el grupo investigador.

Tabla 11 Plataformas Digitales usadas para establecer relaciones interpersonales

Plataforma	Frecuencia	%
Facebook	41	46,07
Twitter	1	1,12
Instagram	51	57,30
Whatsapp	82	92,13
Youtube	3	3,37

Snapchat	0	0
Total	178	200

Fuente: Encuesta Enero 2020
 Elaborado por: Autores.

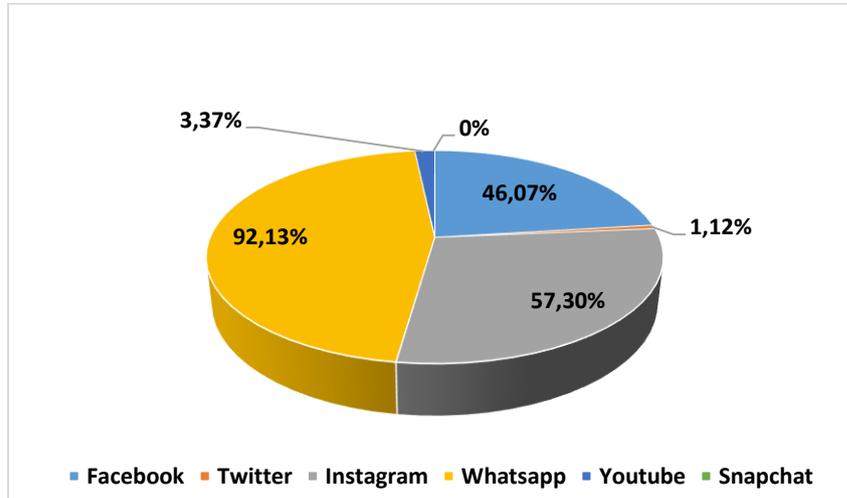


Figura 8 Plataformas Digitales usadas para establecer relaciones interpersonales (UEPA)
 Elaborado por: Autores

Análisis:

En esta pregunta en específico se les pidió al universo que escoja 2 respuestas por eso se hizo la tabulación para el doble del universo por el doble de preguntas lo cual representa el 200%. Entre las plataformas más utilizadas aparece en primera instancia Whatsapp con el 92,13% que representan 82 estudiantes del universo combinado (178) dejando de lado a Facebook con 46,07% casi la mitad del universo original (89) con 41 estudiantes en contraste con Twitter que sólo lo usa 1 estudiante y representa el 1,12% del universo original, junto con Youtube que lo utilizan 3 estudiantes que representan el 3,37% del universo combinado (178) y por último ningún estudiante escogió Snapchat para establecer relaciones interpersonales que representa el 0%.

Según el estudio realizado por (García Ruíz , Tirado Morueta, & Gómez, 2018, pág. 292) se evidenció que Facebook es una de las redes sociales por excelencia preferida por adolescentes, jóvenes y adultos, constituyéndose como una institución social que sirve para compartir contenidos, conectarse con otros usuarios y como plataforma de exploración y divulgación de información sobre la identidad personal. Además Facebook es una empresa multifuncional que

adquirió Whatsapp e Instagram lo cual vuelve a dichas aplicaciones parte de Facebook.

Tabla 12 Razón Principal por la que utiliza Facebook

Razón	Frecuencia	%
Entretenimiento	57	64,04
Buscar Amigos	7	7,87
Seguir a Influencers	1	1,12
Buscar pareja	0	0
Compartir memes	24	26,97
Total	89	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.

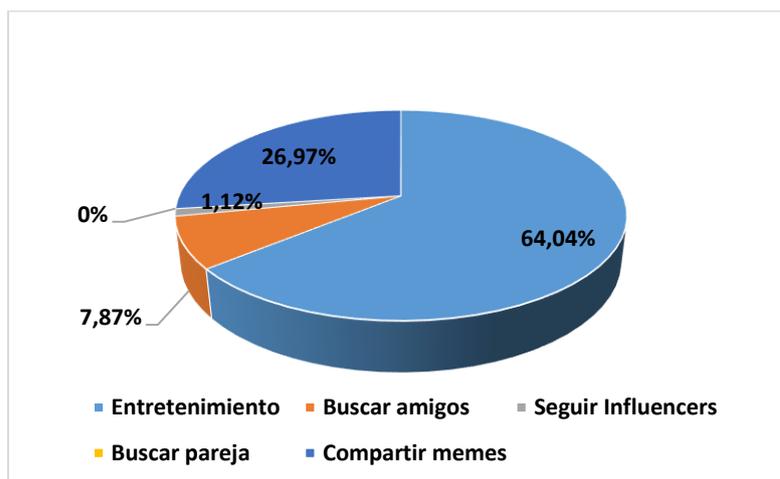


Figura 9 Razón Principal por la que utiliza Facebook (UEPA)

Elaborado por: Autores

Análisis:

Esta pregunta ayuda a establecer el motivo por el cual los estudiantes utilizan Facebook. El 64,04%, es decir, 57 estudiantes lo utilizan para entretenimiento en general (ver posts, ver videos en Facebook, o simplemente chatear) en contraste con el 26,97% que representa a 24 estudiantes que utilizan Facebook para compartir memes (imágenes o publicaciones de contenido gracioso o que induzca a la risa). 1 estudiante, es decir, el 1,12% utiliza Facebook para seguir a Influencers (creadores de contenido); 7 estudiantes, es

decir, el 7,87% utiliza Facebook activamente para buscar más amigos y así agrandar su círculo social. En esta pregunta se registró un 0% del universo que utiliza Facebook para buscar pareja, lo cual dice que ya tienen una relación establecida y no están interesados en la red social como instrumento fundamental para encontrar pareja.

Según el estudio realizado por (García Ruíz , Tirado Morueta, & Gómez, 2018, pág. 292) Esta plataforma ofrece funcionalidades que permiten crear e interactuar con una comunidad virtual de amigos a través de solicitudes de amistad, actualizaciones de estado, publicación de imágenes y vídeos e interactividad con otros usuarios mediante etiquetas, reacciones a las publicaciones o comentarios. Lo cual recae en la categoría más seleccionada en la encuesta que fue Entretenimiento.

Tabla 13 Verificación de perfil desconocido

Verifica	Frecuencia	%
Si	83	93,26
No	6	6,74
Total	89	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.

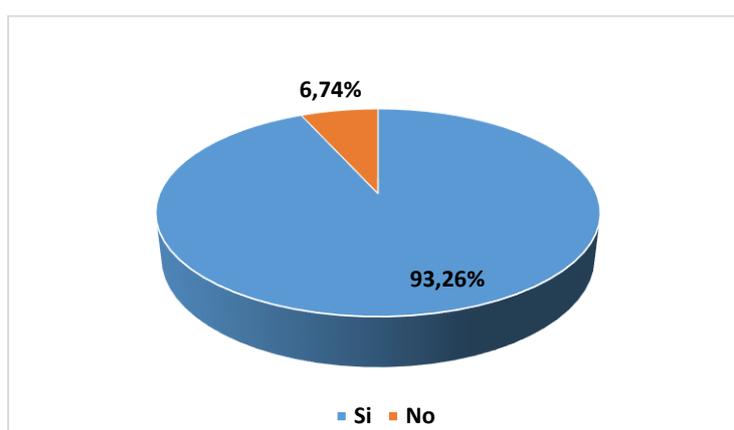


Figura 10 Verificación de perfil desconocido (UEPA)

Elaborado por: Autores

Análisis:

Esta pregunta verifica si los estudiantes son cautelosos a la hora de conocer la información de un perfil antes de aceptar una solicitud de amistad en Facebook lo cual arroja como resultado que el 96,26%, es decir, 83 estudiantes de los 89 del universo si son cautelosos a la hora de aceptar una solicitud de amistad de un desconocido en Facebook, mientras que el 6,74% que representa a 6 estudiantes no toman medidas de precaución y agregan a desconocidos a su perfil lo cual puede ser una amenaza y un riesgo para su intimidad.

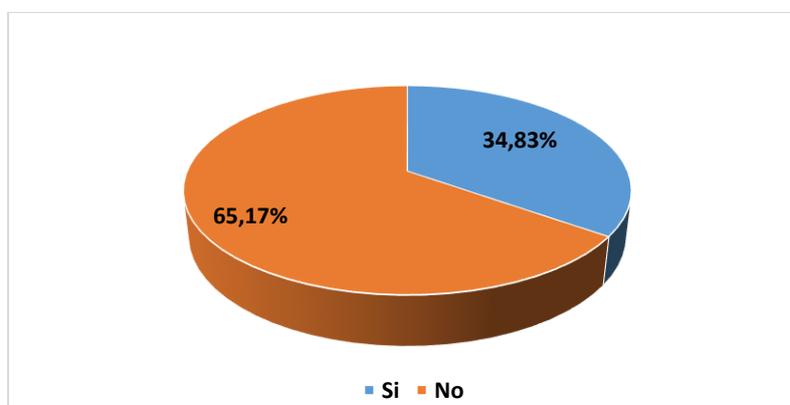
De acuerdo al estudio realizado por (Guerrero Vega, 2017, pág. 2) se puede afirmar que estamos frente a una leve mejoría en cuanto a la percepción de los riesgos y amenazas en las redes sociales por parte de los usuarios, lo que posiblemente se haya visto alentado por las múltiples situaciones que se han presentado y viralizado en el último año, y que han acaparado los titulares en Nicaragua, Centroamérica y el mundo. Lo que se asemeja a la respuesta dada por los estudiantes encuestados, quienes manifestaron que si realizan una previa verificación de perfil.

Tabla 14 Aceptación de salida con alguien que apenas conoce en Facebook

Acepta	Frecuencia	%
Si	31	34,83
No	58	65,17
Total	89	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.



*Figura 11 Aceptación de salida con alguien que apenas conoce en Facebook (UEPA)
Elaborado por: Autores*

Análisis:

El 34,83%, es decir, 31 estudiantes si aceptarían o si aceptaron, aun sabiendo los riesgos que conlleva, salir con alguien que apenas conoció en Facebook, esto contrasta con los 58 estudiantes que representan el 65,17% que prefieren ser más cautelosos y tomarse su tiempo para conocer al nuevo contacto en Facebook.

Según el estudio realizado por (Guerrero Vega, 2017, págs. 2, 3) afirma que una lectura distinta nos puede hacer creer que éstas personas aunque conocen de los peligros de la red, los ven como algo lejano a ellos, es decir, que han desarrollado una creencia de autoinmunidad frente a estas amenazas. Ellas y ellos saben de los riesgos, inclusive, han sido testigos directos o indirectos de una serie de casos en los que las redes sociales exponen inclementemente la privacidad y la dignidad de las personas, sobre todo, de nuestros niños, niñas y adolescentes, a pesar de ello se asumen a sí mismos y a su círculo cercano como en una zona “confort” de seguridad.

Tabla 15 Tipo de relación compartida con el desconocido

Relación	Frecuencia	%
De amistad	22	70,97
Amorosa	9	29,03
Total	31	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.

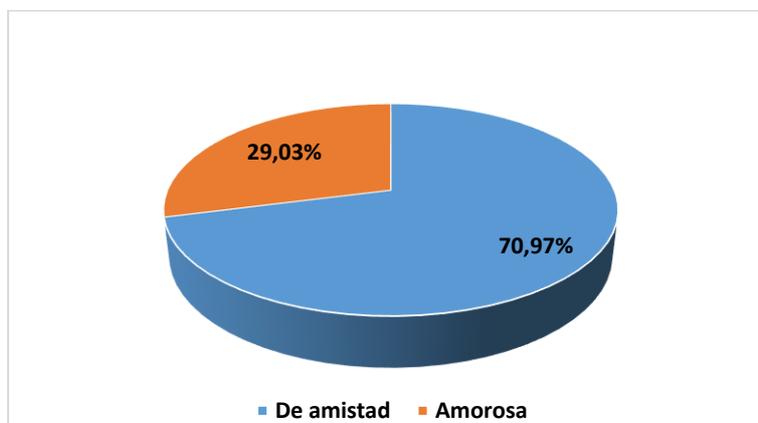


Figura 12 Tipo de relación compartida con el desconocido (UEPA)
Elaborado por: Autores

Análisis:

En esta pregunta no se tomó en cuenta el universo total (89) sino al porcentaje que ha aceptado salir con alguien que apenas conoce en Facebook que son 31 estudiantes. Los datos que se muestran son que el 70,97%, es decir, 22 estudiantes de los que han aceptado a alguien desconocido mantienen una relación netamente amistosa con esa persona por su propia seguridad emocional; mientras que el 29,03% que representa a 9 estudiantes mantienen una relación amorosa o sentimental con el desconocido lo cual pone en riesgo y amenaza su seguridad emocional.

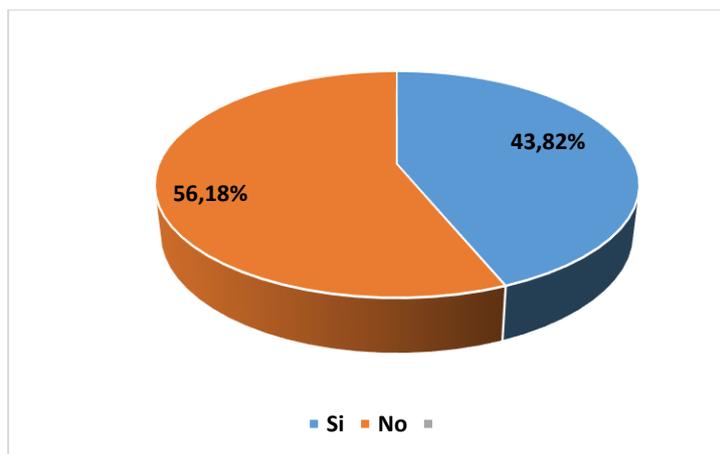
Según el estudio realizado por (Guerrero Vega, 2017, pág. 3) afirma: “La percepción o creencia autoinmunidad a los peligros en las redes sociales, es también un peligro claro y una potencial amenaza a la seguridad de nuestros niños, niñas y adolescentes, porque contribuye a que no tomen las debidas precauciones de seguridad”. Lo cual coincide con la respuesta dada por los encuestados, que muestra que por sentirse autoinmunes ante los peligros de las redes sociales, no se sienten amenazados por entablar una relación con alguien desconocido.

Tabla 16 Creación de perfil falso

Crea	Frecuencia	%
Si	39	43,82
No	50	56,18
Total	89	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.



*Figura 13 Creación de perfil falso (UEPA)
Elaborado por: Autores*

Análisis:

Esta pregunta sirve para determinar si hay estudiantes que se valen de las redes sociales como Facebook para tener una doble vida al menos en línea lo cual arrojó los siguientes resultados: El 43,82%, es decir, 39 estudiantes encuestados afirman haber creado un perfil falso para aparentar su doble vida mientras que el 56,18%, es decir, 50 estudiantes encuestados no tienen necesidad de crear un perfil falso para aparentar una doble vida.

De acuerdo al estudio realizado por (Guerrero Vega, 2017, pág. 3) afirma que:

¡Nadie debe considerarse inmune a estos peligros!

Para advertencia de todas y todos, sólo durante 2016 se presentaron, en Nicaragua, Centroamérica y el mundo, una serie de situaciones en las redes sociales que afectaron a todos los grupos generacionales, aunque principalmente a nuestros niños, niñas y adolescentes que son el grupo más vulnerable. Situaciones como: Usurpación de identidad mediante la creación de perfiles falsos. Los mismos que pueden ser utilizados para actividades ilícitas o captar víctimas para redes delincuenciales y trata de personas.

Tabla 17 Motivo de creación de perfil falso

Motivo	Frecuencia	%
Revisar información compartida por mi pareja	12	30,77
Enterarse de lo que hacen mis familiares y amigos	9	23,08
Aparentar otro estilo de vida	9	23,08
Buscar pareja	3	7,69
Realizar comentarios anónimos en perfiles de otras personas	6	15,38
Total	39	100

Fuente: Encuesta Enero 2020
Elaborado por: Autores.



Figura 14 Motivo de creación de perfil falso (UEPA)
Elaborado por: Autores

Análisis:

En esta pregunta al igual que en la pregunta 9 no se tomó a todo el universo para la tabulación, sino sólo a quienes respondieron que si habían creado un perfil falso que son 39 estudiantes de los cuales 12, es decir, el 30,77% crearon un perfil falso para espiar o revisar la información compartida por su pareja, luego otro grupo de 9 estudiantes que representan el 23,08% que afirman haber creado un perfil falso para enterarse lo que hacen su familia y

amigos sin que ellos lo sepan, el mismo porcentaje, es decir, 9 estudiantes que representan el 23,08% dicen haber creado un perfil falso para aparentar otro estilo de vida posiblemente por la inconformidad social o psicológica que puede tener su perfil o su persona; mientras que 3 estudiantes que representan al 7,69% afirman haber creado el perfil falso para activamente buscar pareja en Facebook y el último grupo de 6 estudiantes que representa el 15,38% dice haber creado el perfil falso para realizar comentarios anónimos en perfiles de otras personas, posiblemente jugando el rol de troll en línea.

De acuerdo al estudio realizado por el autor (Guerrero Vega, 2017, pág. 3): afirma que entre los motivos para usar las redes sociales, se encuentra la necesidad de ser visibles ante los demás, así como la de reafirmar la identidad ante un grupo; estar conectados con amigos y compañeros de clase, familia y otras personas afines.

Tabla 18 Tiene una relación sentimental actualmente

Tiene actualmente	Frecuencia	%
Si	47	52,81
No	42	47,19
Total	89	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.

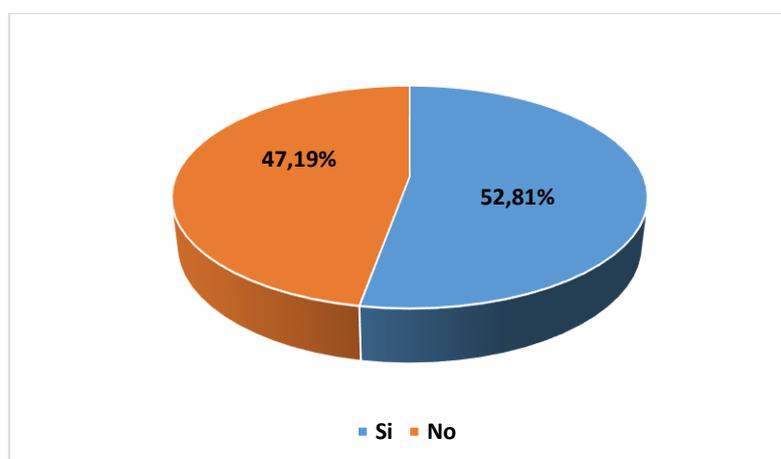


Figura 15 Tiene una relación sentimental actualmente (UEPA)

Elaborado por: Autores

Análisis:

En esta pregunta se observa un estrecho margen entre las personas que si tienen una relación sentimental que son 47 estudiantes y representan el 52,81% versus las personas que no tienen una relación sentimental que son 42 estudiantes y representan al 47,19% del universo, esto nos dice que la gran mayoría si tiene una relación amorosa o sentimental con alguien del mismo sexo o del sexo opuesto.

Tabla 19 Afectación de la relación sentimental por el uso de redes sociales

Afecta	Frecuencia	%
Si	30	63,83
No	17	36,17
Total	47	100

Fuente: Encuesta Enero 2020
Elaborado por: Autores.

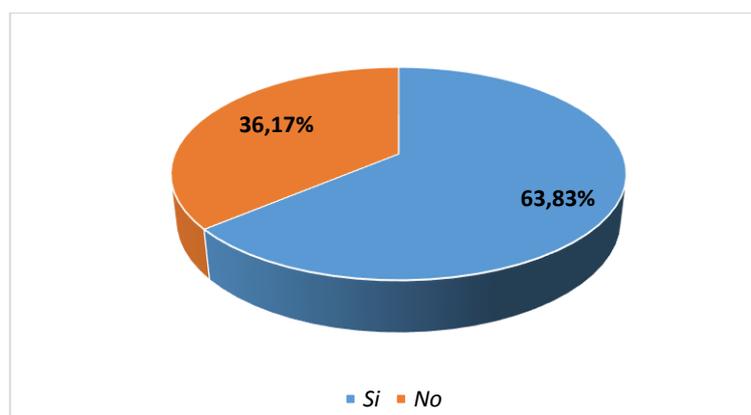


Figura 16 Afectación de la relación sentimental por el uso de redes sociales (UEPA)
Elaborado por: Autores

Análisis:

En esta pregunta se puede evidenciar que 30 estudiantes que representan el 63,83% de este universo de 47 estudiantes que afirmaron tener una relación sentimental en la pregunta 12 tienen una afectación en su relación por varios factores mientras que 17 estudiantes que representan el 36,17% dicen que las redes sociales no afectan en lo absoluto en su relación de pareja.

De acuerdo al estudio de (Vásquez & Pástor, 2019, pág. 2) que afirma: Las nuevas tecnologías de comunicación, con sus ventajas e inconvenientes, se han introducido en las relaciones de los jóvenes produciendo cambios

importantes tanto positivos como negativos. Lo cual concuerda con la respuesta dada por los encuestados quienes afirman haber tenido afectación en su relación por el uso de redes sociales.

Tabla 20 Motivo de la afectación de la relación sentimental por el uso de redes sociales

Motivo	Frecuencia	%
Celos	16	53,33
Desconfianza	13	43,33
Dedica más tiempo a las redes sociales que a su pareja	7	23,33
Irrespeto a la privacidad	3	10
Total	30	130

Fuente: Encuesta Enero 2020
Elaborado por: Autores.

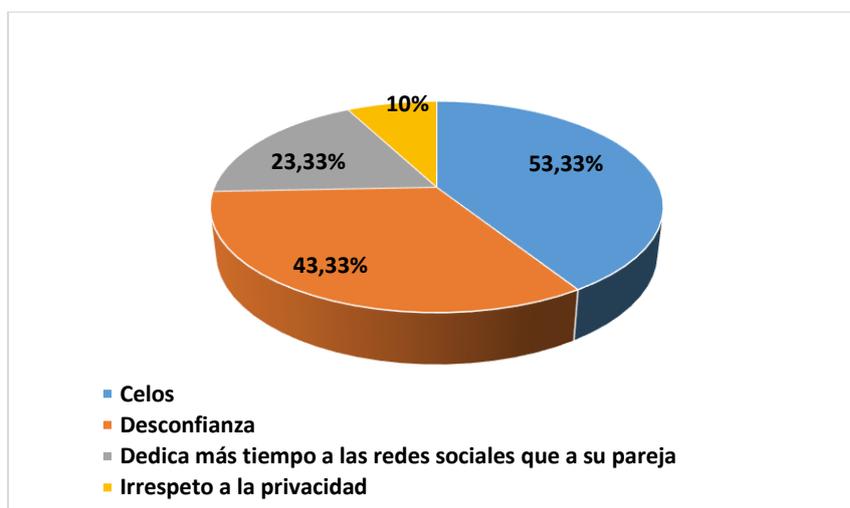


Figura 17 Motivo de la afectación de la relación sentimental por el uso de redes sociales (UEPA)
Elaborado por: Autores

Análisis:

Esta pregunta no representa todo el universo debido a que no todos los estudiantes, en la pregunta 13, sintieron afectada su relación sentimental por el uso de redes sociales por lo cual sólo tomamos como universo a los 30 estudiantes que si sintieron afectada su relación, además en esta pregunta se presentaron casos especiales (3) donde los estudiantes encuestados marcaron todas las opciones de respuesta que se les presentaron en la pregunta lo cual denota una afectación psicológica social y emocional con respecto a los motivos

de desconfianza en la relación sentimental por el uso de redes sociales, por eso también el porcentaje aumentó de 100% a 130%.

De los estudiantes encuestados 16 que representan el 53,33% afirman que su relación se ha visto afectada por celos (dar un “me gusta” a comentarios de una persona del sexo opuesto o del mismo sexo, agregar personas desconocidas o a ex-parejas del estudiante), en cambio 13 estudiantes que representan el 43,33% afirman que su relación se ha visto afectada por desconfianza (por alguno de sus contactos de Facebook mantiene entre sus contactos alguien con quien el estudiante tuvo algún tipo de problema personal en el pasado) en cambio 7 estudiantes que representan al 23,33% afirma que su relación se ha visto afectada por dedicar más tiempo a las redes sociales que a pasar tiempo con el estudiante encuestado y por último 3 estudiantes que representan el 10% afirman que su relación se ha visto afectada por irrespeto a la privacidad (Tomar el celular del estudiante sin permiso, controlar lo que el estudiante publica, eliminar contactos sin el permiso del estudiante, hacer una publicación, comentario o meme de la pareja sin el consentimiento de ambos).

Según el estudio de (Vásquez & Pástor, 2019, pág. 2) afirma que el abuso digital, uso de las tecnologías para intimidar, acosar o amenazar a la pareja, es un tipo de abuso emocional. En un estudio reciente con adolescentes, una cuarta parte reportaron comportamientos abusivos en la pareja a través de medios electrónicos. Lo cual encaja en la respuesta dada por los encuestados, que su relación se ha visto afectada por el uso de redes sociales.

Tabla 21 ¿Alguna vez se ha sentido acosado (da) a través de redes sociales?

Sentir acoso	Frecuencia	%
Si	57	64,04
No	32	35,96
Total	89	100

Fuente: Encuesta Enero 2020
Elaborado por: Autores.

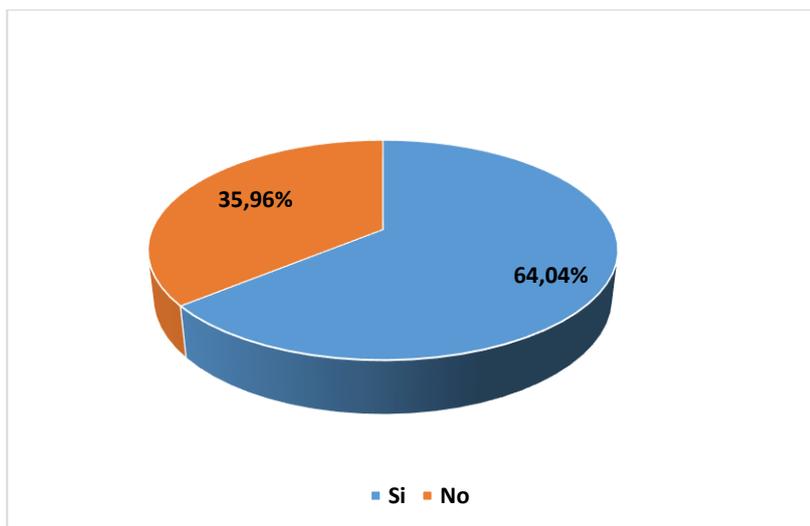


Figura 18 ¿Alguna vez se ha sentido acosado (da) a través de redes sociales? (UEPA)
Elaborado por: Autores

Análisis:

Esta pregunta da a conocer la realidad sobre el acoso que sienten los estudiantes y que es una problemática que sigue sin solución a pesar de los esfuerzos de las instituciones para frenar dichos tipos de incidentes por lo que 57 estudiantes que representan el 64,04% afirman haber sufrido y seguir sufriendo de alguna forma de acoso mientras que 32 estudiantes encuestados que representan el 35,96% afirman no sufrir ningún tipo de acoso.

De acuerdo al estudio realizado por (Guerrero Vega, 2017, pág. 3) afirma: El acoso, la violencia y la difamación en las redes sociales se han convertido en una práctica cotidiana y perjudicial que no siempre es sancionada. Lo cual demuestra que un alto porcentaje de los encuestados sigue siendo parte de la problemática social que es el acoso en redes sociales.

Tabla 22 Tipo de acoso recibido

Tipo de acoso	Frecuencia	%
Bullying	9	15,79
Sexting	12	21,05
Acoso Psicológico	9	15,79
Acoso sexual	16	28,07
Ciberacoso	19	33,33
Caso especial	1	1,75
Total	57	115,18

Fuente: Encuesta Enero 2020
Elaborado por: Autores.

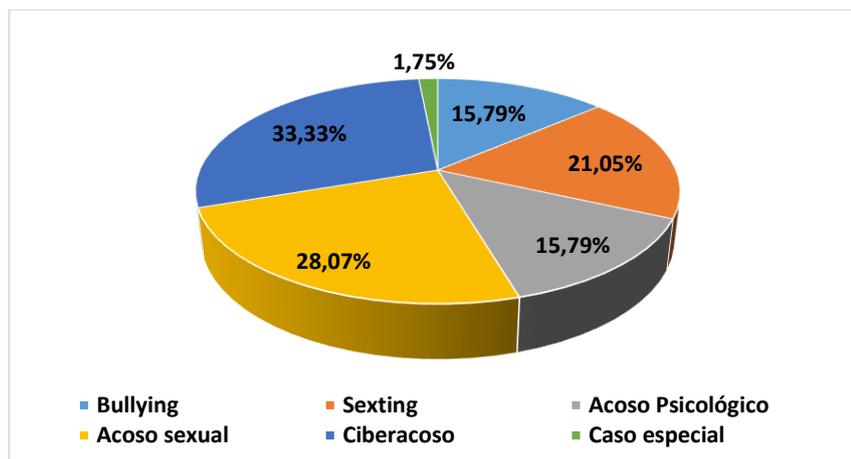


Figura 19 Tipo de acoso recibido (UEPA)
Elaborado por: Autores

Análisis:

Esta pregunta resulta de bastante interés no solo por el tipo de acoso al que son sometidos los estudiantes que respondieron que si en la pregunta 15 (57) sino también por el hecho de que hay un caso especial donde una de las estudiantes afirma haber recibido llamadas y mensajes todos los días sin ella siquiera conocer a la persona que la acosa lo cual cae en la categoría de hostigamiento porque también se vale de amigos para hostigarla durante las horas de clase sin ella siquiera conocerlos. 9 estudiantes que representan el 15,79% afirman haber sufrido de Bullying (Intimidación, comentarios lascivos en publicaciones o fotos y memes del estudiante acosado) mientras que 12 estudiantes que representan el 21,05% dicen haber sufrido Sexting como forma de acoso que es el envío de imágenes con contenido sexual con consentimiento de las los estudiantes involucrados, en contraste con los 9 estudiantes que representan el 15,79% que afirman sufrir de acoso psicológico que se explica como insultos, dobles sentidos, sarcasmos en publicaciones, fotos o memes del estudiante acosado, en cambio 16 estudiantes que representan el 28,07% afirman sufrir de acoso sexual lo cual ya recae como delito debido a la edad en la que se está recibiendo este tipo de acoso y por último 19 estudiantes que representan al 33,33% afirman sufrir y seguir sufriendo de Ciberacoso que es la propagación de información confidencial o falsos rumores acerca del estudiante acosado lo cual es una causa común dado el uso y accesibilidad que se tiene a las redes sociales por parte del público objetivo.

De acuerdo al estudio realizado por (Guerrero Vega, 2017, pág. 3) afirma que:

Para advertencia de todas y todos, sólo durante 2016 se presentaron, en Nicaragua, Centroamérica y el mundo, una serie de situaciones en las redes sociales que afectaron a todos los grupos generacionales, aunque principalmente a nuestros niños, niñas y adolescentes que son el grupo más vulnerable. Situaciones como:

Divulgación de fotos y videos de niñas, niños y adolescentes con contenido sexual explícito o implícito; Divulgación de fotos y videos en el que niñas, niños y adolescentes participan en situaciones de violencia como peleas callejeras o riñas tumultuarias o maltrato dentro del núcleo familiar; Amenazas directas a niñas, niños y adolescentes por conflictos comunes. Divulgación de información falsa con objetivo de dañar la imagen, la honra, la dignidad y la reputación de las personas; Creación y divulgación de memes hirientes de la dignidad de las personas con el objetivo de dañar y hacer Bullying; Divulgación de conversaciones privadas mediante captura de pantallas. Violaciones, secuestros o raptos con fines de explotación sexual, entre otras.

3.2. TABULACIÓN DEL COLEGIO UNIVERSITARIO “UTN”

Tabla 23 Género

Género	Frecuencia	%
Femenino	27	52,94
Masculino	24	47,05
LGBTI	0	0
Total	51	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.

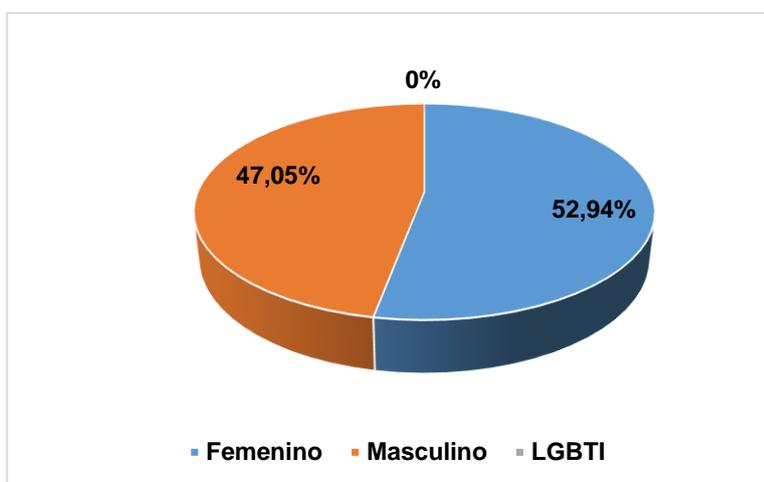


Figura 20 Género (Colegio UTN)

Elaborado por: Autores

Análisis:

El universo de estudiantes dentro del Colegio Universitario “UTN” tiene como porcentaje de mayor grado al género femenino con el 52,49% que representa a 24 estudiantes, le sigue el género masculino con 24 estudiantes lo cual significa el 47,05%, sin embargo existen estudiantes que no se han identificado como el grupo LGBTI por ello representan 0% .

Tabla 24 Edad

Edad	Frecuencia	%
16 años	7	13,72
17 años	32	62,74
18 años	9	17,64
19 años	3	5,88
Total	51	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.

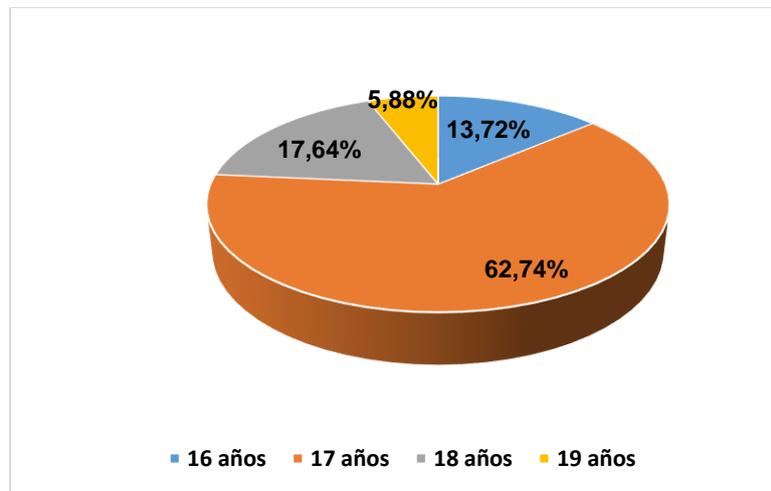


Figura 21 Edad (Colegio UTN)

Elaborado por: Autores

Análisis:

Se puede observar en la gráfica anterior que el rango de edad con mayor porcentaje de participación dentro de la encuesta son los jóvenes de 17 años con el 62,74% con 32 estudiantes, a este grupo le sigue en segundo lugar los 9 jóvenes de 18 años los cuales representan al 17,64%, en tercer lugar con una diferencia mínima siguen 7 estudiantes de 16 años los cuales simbolizan al 13,72%, en último lugar se encuentran 3 estudiantes con 19 años de edad los cuales constituyen el 5,88% de toda nuestra población de este colegio objetivo.

Tabla 25 Dispositivo tecnológico más utilizado

Dispositivo	Frecuencia	%
Teléfono celular	48	94,11
Laptop	1	1,96
PC	1	1,96
Tablet	1	1,96
Total	51	100

Fuente: Encuesta Enero 2020
Elaborado por: Autores.

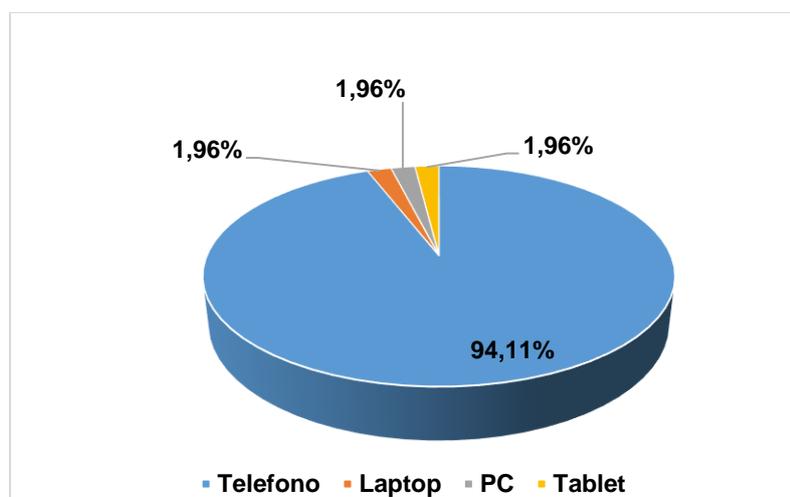


Figura 22 Dispositivo tecnológico más utilizado (Colegio UTN)
Elaborado por: Autores

Análisis:

En las últimas décadas los aparatos tecnológicos han adquirido gran relevancia en la vida de las personas, en especial los teléfonos celulares evolucionaron para darle mayor comodidad a los usuarios, es por ello que desde temprana edad se le puede observar al niño con un dispositivo móvil, dentro de este cuestionario se puede prestar atención que 48 jóvenes se conectan diariamente desde su celular y lo hacen formar parte importante en su día a día.

Este grupo representa al 94,11%, mientras tanto tan solo 1 persona se conecta a su computadora portátil, la misma cantidad de jóvenes se conectan a su Pc o computadora de escritorio y a su Tablet, cada uno de estos dispositivos cuentan con 1,98% de estudiantes activas, esto evidentemente afirma la importancia que dan los estudiantes a su teléfono inteligente.

Según (Jaramillo Ospina, Navia Mayorga, & Camacho Villota, 2017, págs. 57-68); en su estudio realizado con el nombre de “NIÑOS Y ADOLESCENTES. SU DEPENDENCIA DE LA TECNOLOGÍA MÓVIL” aseveran que los aparatos tecnológicos móviles tienen varios rasgos que lo hacen extraordinariamente atractivo para los niños – adolescentes: les brinda autonomía, respecto a sus padres, permite que la comunicación fluya con los compañeros, o la expansión y el apoyo de las conexiones interpersonales. Por eso el celular es el dispositivo que más autonomía les brinda a los adolescentes.

Tabla 26 Tiempo de navegación en Internet

Rango de tiempo	Frecuencia	%
Menos de 1 hora	1	1,96
De 1 a 2 horas	11	21,56
De 2 a 3 horas	13	25,49
De 3 a 5 horas	14	27,45
De 6 a 8 horas	10	19,60
Más de 8 horas	2	13,92
Total	51	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.

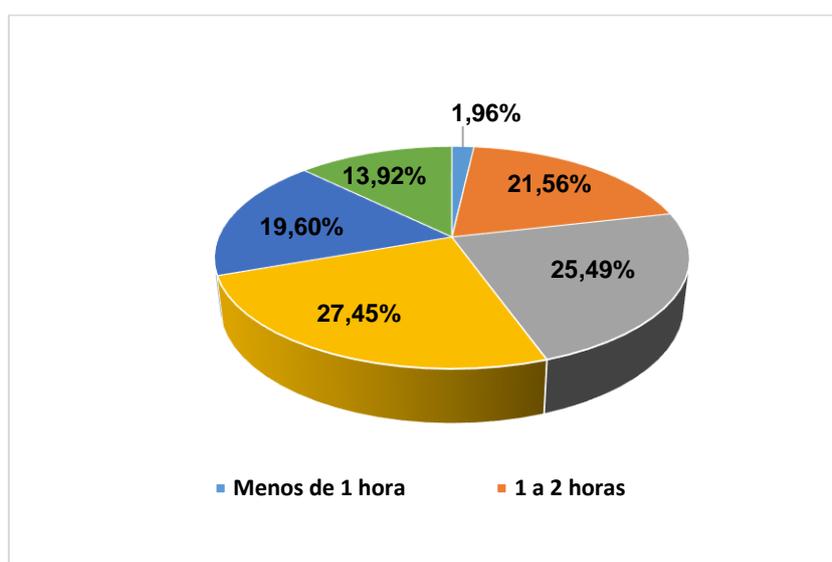


Figura 23 Tiempo de navegación en Internet (Colegio UTN)

Elaborado por: Autores

Análisis:

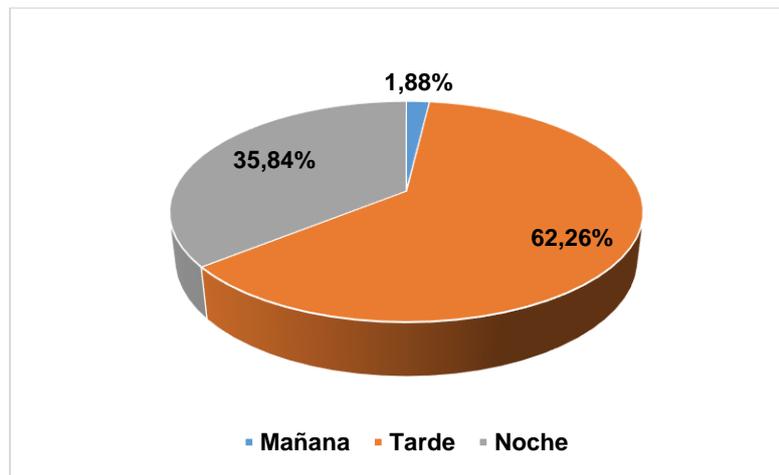
Con la apertura de lugares seguros para conectarse los jóvenes da como resultado que 14 estudiantes, que equivalen al 27,45%, se conectan de 3 a 5 horas a sus aparatos tecnológicos, con lo cual podemos evidenciar que llevan un tiempo bastante considerable conectado a sus aparatos tecnológicos. Con un 25,49%, que representa a 13 estudiantes que se conectan de 2 a 3 horas, la diferencia con la anterior cifra es de tan solo una persona, mientras tanto 11 estudiantes se conectan de 1 a 2 horas, esta cantidad de estudiantes corresponden al 21,56%, con un porcentaje mínimo tenemos a 10 estudiantes que han decidido responder que se conectan de 6 a 8 horas diarias los mismos que significan el 19,60%, tan solo 2 estudiantes equivalen al 13,92% que le dedican más de 8 horas diarias a verificar las cosas nuevas que existen dentro de sus cuentas personales de redes sociales lo cual acarrea posibles problemas psicoemocionales tales como adicciones o dependencias a estar conectados, tan solo 1 persona verifica sus redes sociales en menos de 1 hora, esto significa que tiene 1.96% y no gasta mucho tiempo en línea.

Según un estudio realizado por (Hernández Contreras & Et al, 2019, págs. 34-45) Muchos adolescentes no tienen control sobre el tiempo de navegación en la red, encontrando en esta una gratificación inmediata que le permite desinhibirse y encontrar diversos satisfactores, por lo que dejan de lado las actividades cotidianas y de ocio, lo que hace al usuario aún vez más dependiente. Por eso los estudiantes demuestran una tendencia de uso de Internet de 3 a 8 horas.

Tabla 27 Frecuencia de uso de Internet

Horario de uso	Frecuencia	%
Mañana	1	1,88
Tarde	33	62,26
Noche	19	35,84
Total	53	100

Fuente: Encuesta Enero 2020
Elaborado por: Autores.



*Figura 24 Frecuencia de uso de Internet (Colegio UTN)
Elaborado por: Autores*

Análisis:

De todos los jóvenes encuestados podemos observar que 33 estudiantes deciden conectarse en horario de la tarde, una vez que salen de sus actividades educativas, esta cantidad de estudiantes equivale al 62,26%, a continuación 19 jóvenes deciden conectarse en el horario nocturno lo cual equivale al 33,84 de los encuestados lo cual nos dice que al igual que el grupo porcentual anterior prefieren hacerlo una vez terminadas sus actividades académicas, mientras que solo 1 estudiante, que equivale al 1,88% decide conectarse en la mañana, lo cual puede afectar su concentración dentro de la jornada académica, como podemos ver la gran mayoría de encuestados prefieren usar en el horario de tarde y noche en casa relajados conectados en sus dispositivos electrónicos.

De acuerdo al estudio realizado por (Beltrán Carrillo & Et al, 2017, págs. 3-7) se deduce que el tiempo de ocio o lo que es lo mismo tiempo en línea de los adolescentes de secundaria ronda entre las 3 a 6 horas en el horario de la tarde y la noche, o lo que es lo mismo de 16h00 a 21h00.

Tabla 28 Lugar de acceso a Internet

Lugar	Frecuencia	%
Casa	50	98,03
Colegio	0	0
Parques	0	0
Cibercafés	1	1,96
Otros	0	0
Total	51	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.

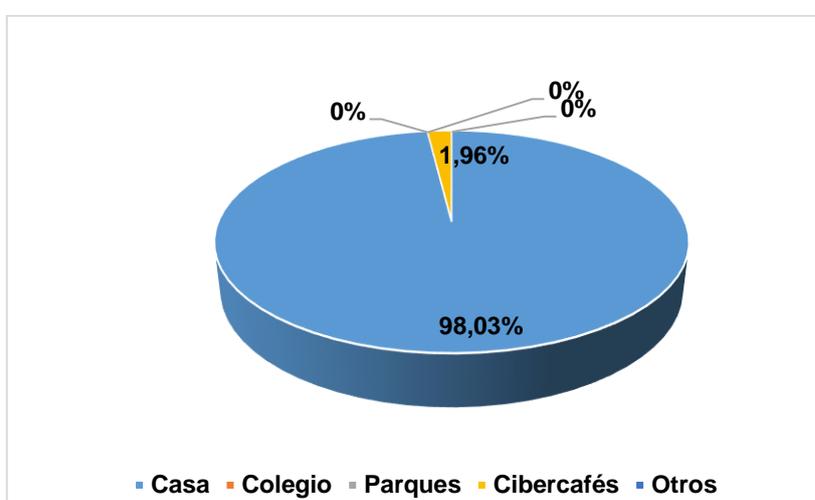


Figura 25 Lugar de acceso a Internet (Colegio UTN)

Elaborado por: Autores

Análisis:

50 estudiantes prefieren estar conectados en sus domicilios, este número de estudiantes equivale al 98,03% de encuestados. Aparentemente este resultado nos afirma de que la gran mayoría de estudiantes de esta institución prefieren conectarse directamente en su casa, debido a que dentro de la misma tienen internet y se sienten más seguros al hacerlo, lo cual evita que estos puedan gastar en un plan de datos móviles de internet, pero sin embargo existe 1 solo estudiante que se conecta en un cibercafé a sus redes sociales, este estudiante equivale al 1,96% de los encuestados, lo cual nos remarca la diferencia socioeconómica entre ambas instituciones porque los estudiantes con mayores recursos económicos pueden adquirir un plan de datos móviles,

mientras que este universo poblacional muestra que no todos poseen esa capacidad adquisitiva.

De acuerdo al estudio realizado por (Contreras Cazares & Campa Álvarez, 2017, pág. 4) demuestra que el 91% de los estudiantes opinó tener computadora en casa y el 85% manifestó tener celular; de la misma forma se dio cuenta del acceso a Internet en el hogar de los estudiantes al afirmar que el 83% dijo tener conexión a esta herramienta, lo cual da a entender que el porcentaje del estudio citado es similar al aplicado por el grupo investigador.

Tabla 29 Plataformas Digitales usadas para establecer relaciones interpersonales

Plataforma	Frecuencia	%
Facebook	40	78,44
Twitter	1	1,96
Instagram	9	17,64
WhatsApp	42	82,35
YouTube	10	19,60
Snapchat	0	0
Total	102	200

Fuente: Encuesta Enero 2020
Elaborado por: Autores.

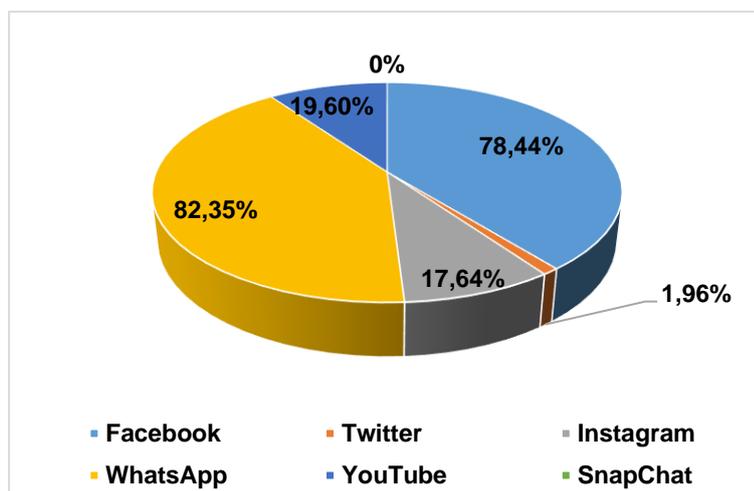


Figura 26 Plataformas Digitales usadas para establecer relaciones interpersonales (Colegio UTN)
Elaborado por: Autores

Análisis:

En esta pregunta se les pidió específicamente a los encuestados que escoja 2 respuestas por eso se hizo la tabulación para el doble del universo (102) por el doble de preguntas lo cual representa el 200%. Los cuales en sus encuestas realizadas se puede observar que como la red social más utilizada por los estudiantes es WhatsApp con el 82,35%, que equivale a 42 estudiantes del universo combinado (102), le sigue de manera más cercana Facebook con el 78,44% con 40 estudiantes que la eligieron. Luego con una importante distancia en porcentajes llega Youtube con el 19,60% que corresponde a 10 estudiantes, 9 estudiantes utilizan Instagram en su vida cotidiana, estos estudiantes corresponden al 17,64%, Tan solo 1 estudiante utiliza Twitter este estudiante corresponde al 1,96% de los encuestados, mientras que Snapchat es la red social que menos adeptos tiene, esta representa el 0%; lo cual demuestra una vez más que no importa el universo encuestado ambas encuestas realizadas evidencian el desuso de Snapchat como red social para establecer relaciones interpersonales.

Según el estudio realizado por (García Ruíz , Tirado Morueta, & Gómez, 2018, pág. 292) se evidenció que Facebook es una de las redes sociales por excelencia preferida por adolescentes, jóvenes y adultos, constituyéndose como una institución social que sirve para compartir contenidos, conectarse con otros usuarios y como plataforma de exploración y divulgación de información sobre la identidad personal. Además Facebook es una empresa multifuncional que adquirió Whatsapp e Instagram lo cual vuelve a dichas aplicaciones parte de Facebook.

Tabla 30 Razón Principal por la que utiliza Facebook

Razón	Frecuencia	%
Entretenimiento	37	72,54
Buscar Amigos	3	5,88
Seguir a Influencers	0	0
Buscar pareja	0	0
Compartir memes	11	21,56
Total	51	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.

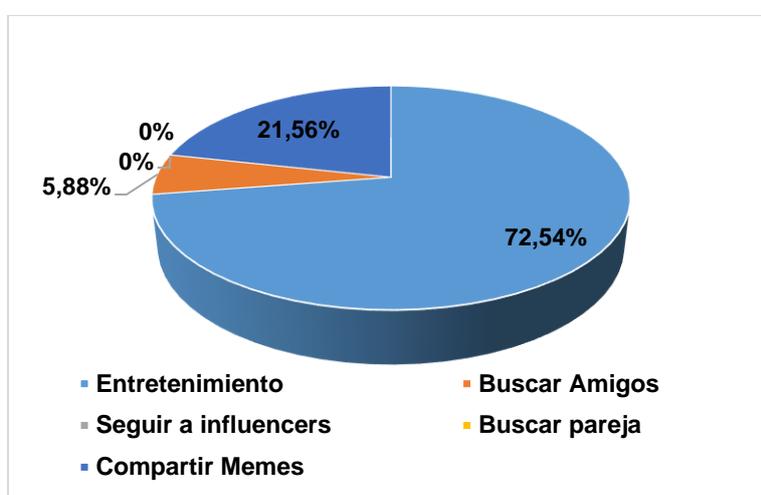


Figura 27 Razón Principal por la que utiliza Facebook (Colegio UTN)

Elaborado por: Autores

Análisis:

Esta pregunta en específico ayuda a establecer cuál es el principal motivo por el cual los estudiantes mantienen activas sus cuentas de Facebook, el 72,54% de los estudiantes encuestados la utilizan principalmente como una herramienta de entretenimiento, es decir 37 lo utiliza para distraerse un momento (ver videos, compartir estados, ver posts específicos o hacerlos ellos mismos), esta cifra contrasta con el 21,56% es decir esto constituye a 11 estudiantes que solo la utilizan para compartir memes (imágenes o videos de carácter irónico, sarcástico o que pueden inducir risa), pero tan solo el 5,88% es decir 3 alumnos utilizan esta plataforma para buscar gente nueva, esto quiere decir que poco a poco va perdiéndose el interés por utilizar esta plataforma para conseguir gente con la cual se puede interactuar virtualmente, Seguir a

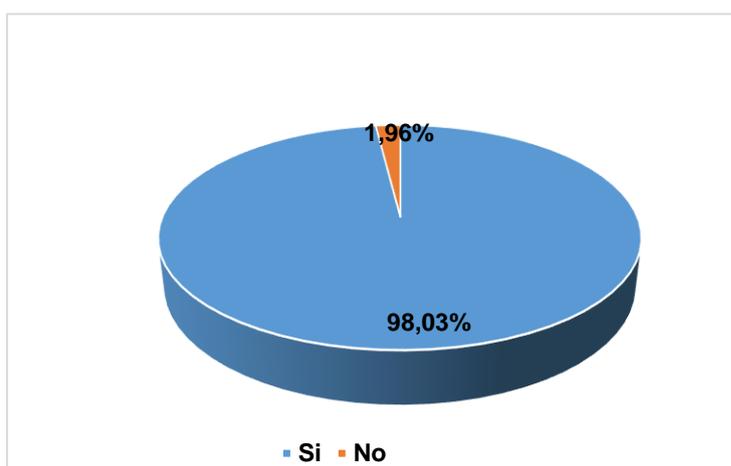
Influencers y buscar parejas quedaron sin personas que lo realizan 0%. En el tema de buscar pareja a través de esta plataforma queda descartada es decir que ya los jóvenes tienen una relación establecida la cual lo descarta como aliada de buscar pareja o no tienen interés en buscar a un compañero sentimental.

Según el estudio realizado por (García Ruíz , Tirado Morueta, & Gómez, 2018, pág. 292) Esta plataforma ofrece funcionalidades que permiten crear e interaccionar con una comunidad virtual de amigos a través de solicitudes de amistad, actualizaciones de estado, publicación de imágenes y vídeos e interactividad con otros usuarios mediante etiquetas, reacciones a las publicaciones o comentarios. Lo cual recae en la categoría más seleccionada en la encuesta que fue Entretenimiento.

Tabla 31 Verificación de perfil desconocido

Verifica	Frecuencia	%
Si	50	98,03
No	1	1,96
Total	51	100

Fuente: Encuesta Enero 2020
Elaborado por: Autores.



*Figura 28 Verificación de perfil desconocido (Colegio UTN)
Elaborado por: Autores*

Análisis:

El 98,03%, es decir, 31 estudiantes si revisa con el perfil de alguien desconocido como puede ser con alguien que apenas conoció en Facebook, esto contrasta con 1 solo estudiantes que representan el 1,96% que no les importa revisar si el perfil fraudulento falso, en este caso en particular tal vez solamente le interese conocerlo como amigos y no ir más allá de cualquier situación que conlleve peligro, pero no cabe dejar de lado la posibilidad de que sea alguien peligroso o que ponga en riesgo su estabilidad psicoemocional.

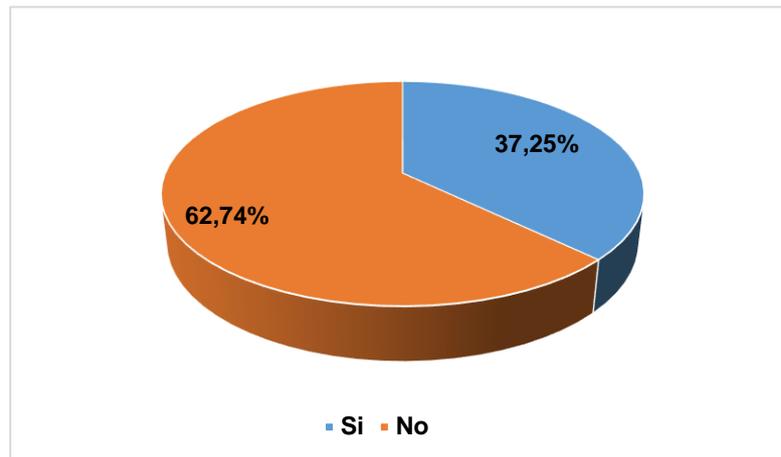
De acuerdo al estudio realizado por (Guerrero Vega, 2017, pág. 2) se puede afirmar que estamos frente a una leve mejoría en cuanto a la percepción de los riesgos y amenazas en las redes sociales por parte de los usuarios, lo que posiblemente se haya visto alentado por las múltiples situaciones que se han presentado y viralizado en el último año, y que han acaparado los titulares en Nicaragua, Centroamérica y el mundo. Lo que se asemeja a la respuesta dada por los estudiantes encuestados, quienes manifestaron que si realizan una previa verificación de perfil.

Tabla 32 Aceptación de salida con alguien que apenas conoce en Facebook

Acepta	Frecuencia	%
Si	19	37,25
No	32	62,74
Total	51	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.



*Figura 29 Aceptación de salida con alguien que apenas conoce en Facebook (Colegio UTN)
Elaborado por: Autores*

Análisis:

En esta pregunta el 37,25%, es decir, 19 estudiantes si aceptarían o si aceptaron, conocer a alguien desconocido aun sabiendo los riesgos que conlleva salir con alguien que apenas conoció en Facebook lo cual los pone en una situación delicada porque no saben si aquella persona puede o no estar interesado por el estudiante sino más bien quiera hacerle algún tipo de daño, esto contrasta con 32 solo estudiantes que representan al 62,74% que prefieren ser más cautelosos y tomarse su tiempo para conocer al nuevo contacto en Facebook y así evitar todo lo malo relacionado con establecer contacto con desconocidos en línea.

Según el estudio realizado por (Guerrero Vega, 2017, págs. 2, 3) afirma que una lectura distinta nos puede hacer creer que éstas personas aunque conocen de los peligros de la red, los ven como algo lejano a ellos, es decir, que han desarrollado una creencia de autoinmunidad frente a estas amenazas. Ellas y ellos saben de los riesgos, inclusive, han sido testigos directos o indirectos de una serie de casos en los que las redes sociales exponen inclementemente la privacidad y la dignidad de las personas, sobre todo, de nuestros niños, niñas y adolescentes, a pesar de ello se asumen a sí mismos y a su círculo cercano como en una zona “confort” de seguridad.

Tabla 33 Tipo de relación compartida con el desconocido

Relación	Frecuencia	%
De amistad	16	84,21
Amorosa	3	15,79
Total	19	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.

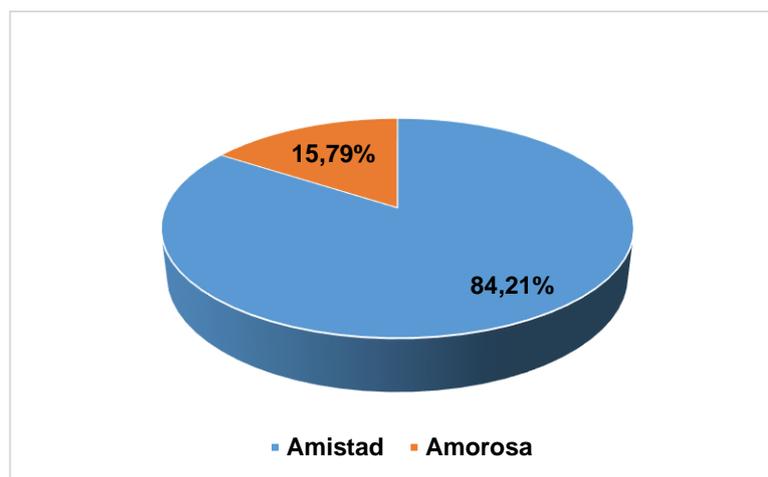


Figura 30 Tipo de relación compartida con el desconocido (Colegio UTN)

Elaborado por: Autores

Análisis:

En esta pregunta no se tomó en cuenta el universo total (51) sino al porcentaje que ha aceptado salir con alguien que apenas conoce en Facebook que son 19 estudiantes. Los datos que se muestran son que el 84,21%, es decir que 16 estudiantes han aceptado salir con a alguien desconocido mantienen una relación amistosa, la cual no representa un peligro para su estabilidad emocional; mientras tanto que el 15,79% que representa a 3 estudiantes mantienen o han mantenido una relación amorosa o sentimental con un desconocido lo cual pone en riesgo y amenaza su seguridad no solo en línea sino también puede acarrear consecuencias gravísimas para su vida diaria.

Según el estudio realizado por (Guerrero Vega, 2017, pág. 3) afirma: “La percepción o creencia autoinmunidad a los peligros en las redes sociales, es también un peligro claro y una potencial amenaza a la seguridad de nuestros niños, niñas y adolescentes, porque contribuye a que no tomen las debidas precauciones de seguridad”. Lo cual coincide con la respuesta dada por los

encuestados, que muestra que por sentirse autoinmunes ante los peligros de las redes sociales, no se sienten amenazados por entablar una relación con alguien desconocido.

Tabla 34 Creación de perfil falso

Crea	Frecuencia	%
Si	17	33,33
No	34	66,66
Total	51	100

Fuente: Encuesta Enero 2020
Elaborado por: Autores.

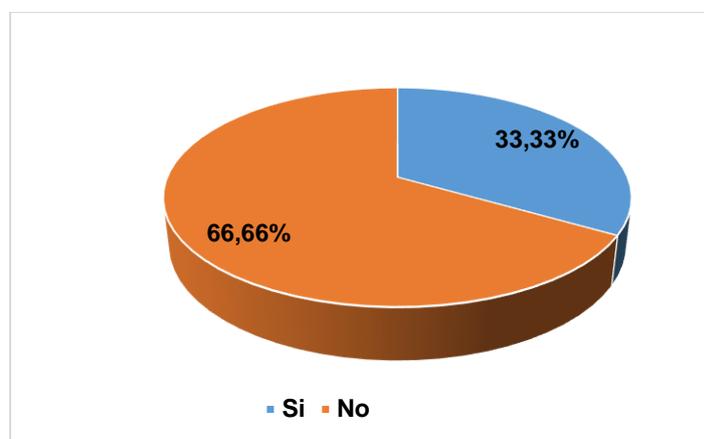


Figura 31 Creación de perfil falso (Colegio UTN)
Elaborado por: Autores

Análisis:

El 33,33%, es decir, 17 estudiantes encuestados afirman haber creado un perfil falso para realizar diferentes actividades dentro del mismo, mientras que el 66,66%, es decir, 34 estudiantes encuestados no tienen necesidad de crear un perfil falso, esta pregunta sirve para verificar si existe estudiantes que se valen de este recurso tecnológico (Facebook) para poder así lograr diferentes metas que pueden o no rayar en lo ilegal o incluso atentar contra alguien anónimamente.

De acuerdo al estudio realizado por (Guerrero Vega, 2017, pág. 3) afirma que:

¡Nadie debe considerarse inmune a estos peligros!

Para advertencia de todas y todos, sólo durante 2016 se presentaron, en Nicaragua, Centroamérica y el mundo, una serie de situaciones en las redes sociales que afectaron a todos los grupos generacionales, aunque principalmente a nuestros niños, niñas y adolescentes que son el grupo más vulnerable. Situaciones como: Usurpación de identidad mediante la creación de perfiles falsos. Los mismos que pueden ser utilizados para actividades ilícitas o captar víctimas para redes delincuenciales y trata de personas.

Tabla 35 Motivo de creación de perfil falso

Motivo	Frecuencia	%
Revisar información compartida por mi pareja	2	11,76
Enterarse de lo que hacen mis familiares y amigos	5	29,41
Aparentar otro estilo de vida	8	47,05
Buscar pareja	0	0
Realizar comentarios anónimos en perfiles de otras personas	2	11,76
Total	17	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.

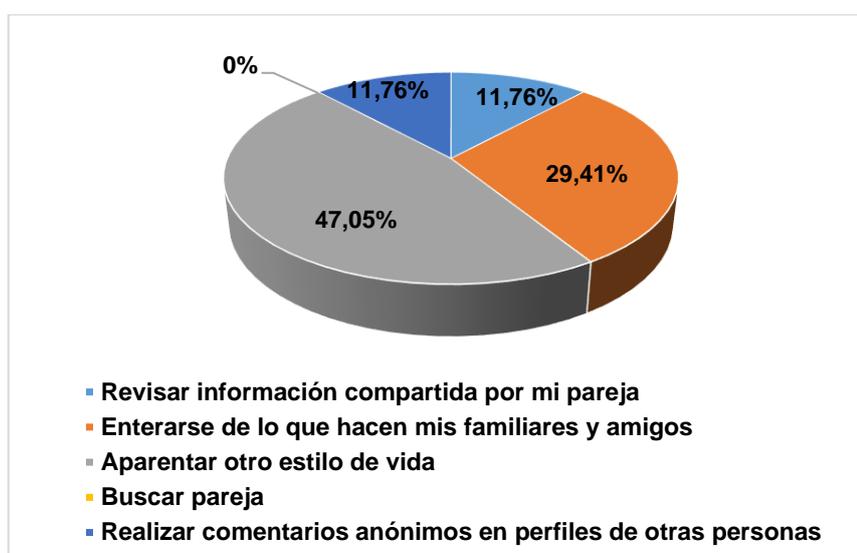


Figura 32 Motivo de creación de perfil falso (Colegio UTN)

Elaborado por: Autores

Análisis:

En esta pregunta al igual que en la pregunta 9 no se tomó a todo el universo para la tabulación, sino sólo a quienes respondieron que si habían creado un perfil falso que son 17 estudiantes de los cuales 8, es decir, el 47,05% crearon un perfil falso para aparentar otro estilo de vida en este caso dada la situación socioeconómica de las familias de los estudiantes encuestados lo hacen aparentemente para dar un poco más de opulencia para contrastar con su vida un poco más humilde y hasta cierto grado carente de recursos, luego otro grupo de 5 estudiantes que representan el 29,41% que afirman haber creado un perfil falso para enterarse lo que hacen su familia y amigos sin utilizar su propia cuenta para poder esconder ciertos posts o comentarios que pueden afectar su vida familiar y su estabilidad amistosa, al menos en línea. 2 estudiantes que representan el 11,76% revisan información compartida por su pareja lo cual recae una vez más en una invasión a la privacidad de la pareja del estudiante encuestado, mientras que 2 estudiantes, que representan al 11,76% afirman haber creado el perfil falso para realizar comentarios anónimos en perfiles de otras personas, dentro de esta categoría ya se puede evidenciar los vestigios de uso malsano de las redes para hasta cierto punto valerse del anonimato para hacer dichos comentarios, mientras que el 0% de estudiantes encuestados afirma nunca haber tenido ni tener la intención de crear un perfil falso y que además se sienten contentos con su perfil tal y como lo presentan.

De acuerdo al estudio realizado por (Guerrero Vega, 2017, pág. 3) afirma que entre los motivos para usar las redes sociales, se encuentra la necesidad de ser visibles ante los demás, así como la de reafirmar la identidad ante un grupo; estar conectados con amigos y compañeros de clase, familia y otras personas afines.

Tabla 36 Tiene una relación sentimental actualmente

Tiene actualmente	Frecuencia	%
Si	24	47,02
No	27	52,94
Total	51	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.

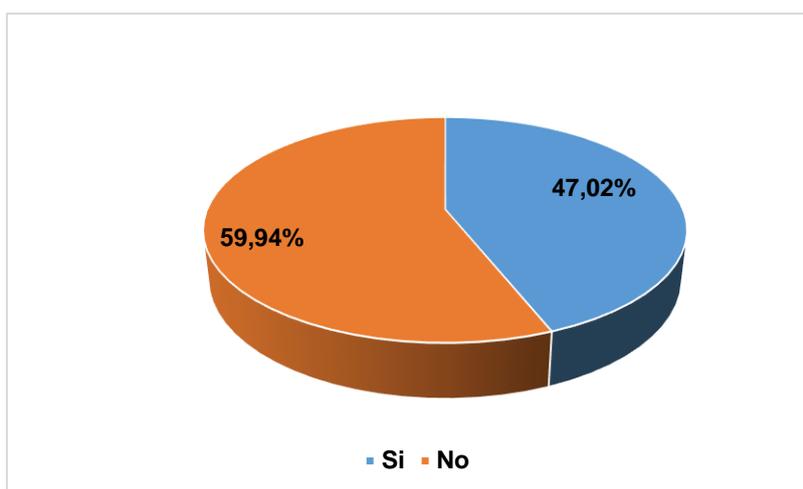


Figura 33 Tiene una relación sentimental actualmente (Colegio UTN)

Elaborado por: Autores

Análisis:

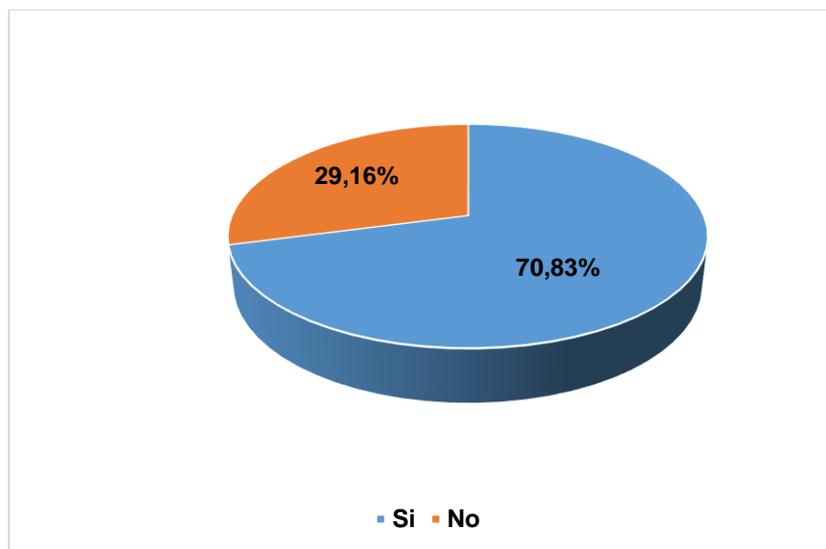
En esta pregunta 27 estudiantes que representan el 52,94% no tienen una relación sentimental o no tienen interés en conseguir una por el momento, mientras que 24 estudiantes y representan al 47,05% tienen pareja, esto corrobora que la mayoría de estudiantes encuestados no tiene una relación amorosa o sentimental con algún estudiante del mismo o diferente sexo o simplemente no sienten la necesidad de comprometerse a una relación.

Tabla 37 Afectación de la relación sentimental por el uso de redes sociales

Afecta	Frecuencia	%
Si	17	70,83
No	7	29,16
Total	24	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.



*Figura 34 Afectación de la relación sentimental por el uso de redes sociales (Colegio UTN)
Elaborado por: Autores*

Análisis:

17 estudiantes que representan al 70,83% afirman haber sufrido de alguna manera una afectación en su relación con pareja por el uso frecuente de las redes sociales, mientras que 7 estudiantes que representan al 29,16% no vieron ninguna afectación. En esta pregunta el universo encuestado se toma en cuenta la respuesta afirmativa en la anterior pregunta (12) por eso el universo se reduce a solo 24 estudiantes.

De acuerdo al estudio de (Vásquez & Pástor, 2019, pág. 2) que afirma: Las nuevas tecnologías de comunicación, con sus ventajas e inconvenientes, se han introducido en las relaciones de los jóvenes produciendo cambios importantes tanto positivos como negativos. Lo cual concuerda con la respuesta dada por los encuestados quienes afirman haber tenido afectación en su relación por el uso de redes sociales.

Tabla 38 Motivo de la afectación de la relación sentimental por el uso de redes sociales

Motivo	Frecuencia	%
Celos	10	41,66
Desconfianza	9	37,50
Dedica más tiempo a las redes sociales que a su pareja	5	20,83
Irrespeto a la privacidad	0	0
Total	24	100

Fuente: Encuesta Enero 2020

Elaborado por: Autores.

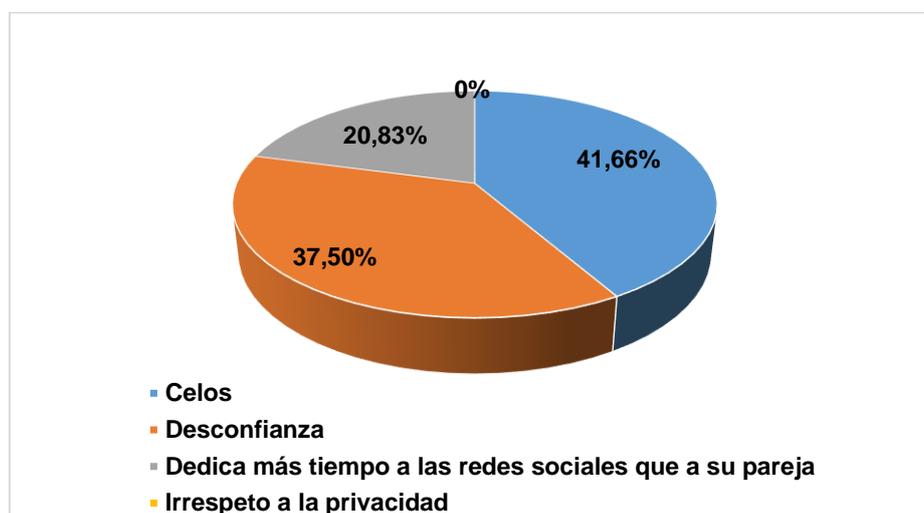


Figura 35 Motivo de la afectación de la relación sentimental por el uso de redes sociales (Colegio UTN)

Elaborado por: Autores

Análisis:

Esta pregunta no representa todo el universo debido a que no todos los estudiantes, en la pregunta 13, sintieron afectada su relación sentimental por el uso de redes sociales por lo cual sólo tomamos como universo a los 24 estudiantes que si sintieron afectada su relación, de los estudiantes encuestados 10 que representan el 41,66% afirman que su relación se ha visto afectada por celos es decir por interacciones que ellos consideran inapropiadas o que los hace sentir vulnerables cuando su pareja es demasiado abierta con otras personas fuera de la relación, 9 estudiantes que representan el 37,5% afirman que su relación se ha visto afectada por desconfianza, es decir sienten

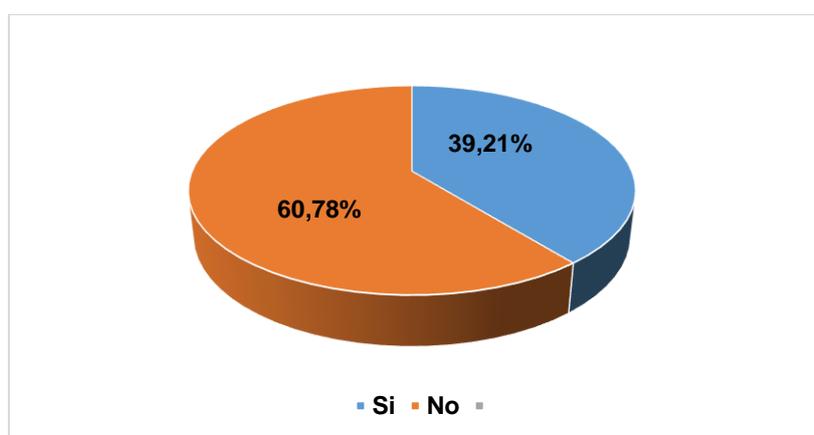
que deben restringir el acceso de su pareja a conocer nuevas personas o prohibirle hablar o mandar mensajes con alguien que ya conoce. En cambio 5 estudiantes que representan al 20,83% afirman que su relación se ha visto afectada por dedicar más tiempo a las redes sociales que a pasar tiempo con su pareja. En esta pregunta se evidencia el poco o ningún control ejercido por los padres sobre lo que sus hijos que son nuestro universo poblacional hace en línea para evitar que muchos problemas más surjan en especial en la etapa sentimental de los estudiantes.

Según el estudio de (Vásquez & Pástor, 2019, pág. 2) afirma que el abuso digital, uso de las tecnologías para intimidar, acosar o amenazar a la pareja, es un tipo de abuso emocional. En un estudio reciente con adolescentes, una cuarta parte reportaron comportamientos abusivos en la pareja a través de medios electrónicos. Lo cual encaja en la respuesta dada por los encuestados, que su relación se ha visto afectada por el uso de redes sociales.

Tabla 39 ¿Alguna Vez Se Ha Sentido Acosado (da) A Través De Redes Sociales?

Sentir acoso	Frecuencia	%
Si	20	39,21
No	31	60,78
Total	51	100

Fuente: Encuesta Enero 2020
Elaborado por: Autores.



*Figura 36 ¿Alguna Vez Se Ha Sentido Acosado (da) A Través De Redes Sociales? (Colegio UTN)
Elaborado por: Autores*

Análisis:

En esta pregunta en específico, 20 Estudiantes que representan el 39,21% afirman haber sufrido y sufrir de múltiples formas acoso, mientras que 31 estudiantes encuestados que representan el 60,78% afirman no sufrir ningún tipo de acoso, Esto evidencia que existe un gran porcentaje de personas que no han sufrido ningún tipo de acoso, mientras que todavía existe un porcentaje que es un agravante de la realidad social de las instituciones educativas que tienen como “norma” ver al acoso sea el tipo que sea como una interacción normal entre los estudiantes por lo que se demuestra la poca o nula preocupación de las instituciones a la hora de frenar al acoso.

De acuerdo al estudio realizado por (Guerrero Vega, 2017, pág. 3) afirma: El acoso, la violencia y la difamación en las redes sociales se han convertido en una práctica cotidiana y perjudicial que no siempre es sancionada. Lo cual demuestra que un alto porcentaje de los encuestados sigue siendo parte de la problemática social que es el acoso en redes sociales.

Tabla 40 Tipo de acoso recibido

Tipo de acoso	Frecuencia	%
Bullying	3	15
Sexting	6	30
Acoso Psicológico	0	0
Acoso sexual	7	35
Ciberacoso	4	20
Total	20	100

Fuente: Encuesta Enero 2020
Elaborado por: Autores.

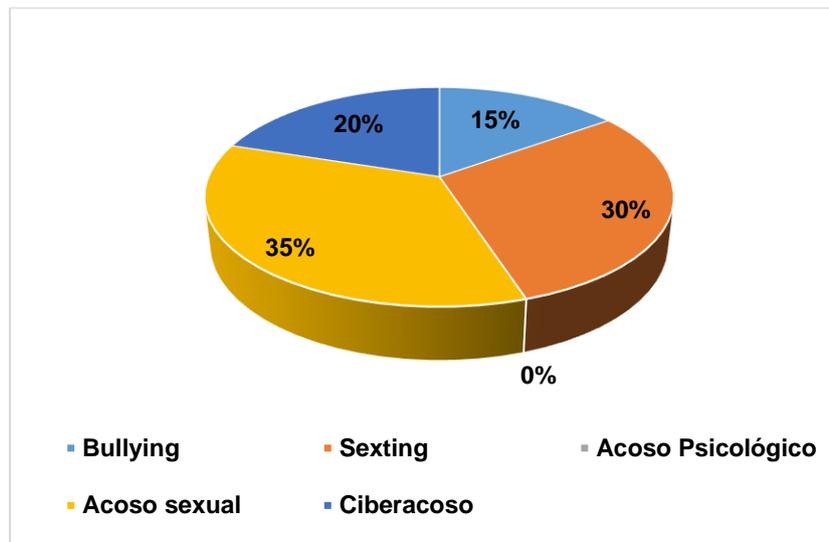


Figura 37 Tipo de acoso recibido (Colegio UTN)
Elaborado por: Autores

Análisis:

Esta pregunta es de sumo interés puesto que a 7 Estudiantes, que representan al 35% afirman haber sufrido sufrir de acoso sexual que puede o no puede ser con el ánimo de hacer daños permanentes sino como los mismos estudiantes explican lo hacer por el factor broma o chiste pero esta clase de acoso ya cruza la línea de lo ilegal y se deben tomar acciones al respecto, mientras que 6 estudiantes encuestados, que representan al 30% afirman sufrir Sexting, este tipo de acoso difiere del acoso sexual porque comienza como un juego con el consentimiento de ambas partes, se vuelve acoso cuando los participantes cruzan la línea de lo moral y lo aceptable y comienzan a invadir a la otra persona con ese tipo de imágenes. 4 Estudiantes que representan al 20% admite haber sufrido de Ciberacoso, este tipo de acoso es más de carácter invasivo ya se publican o postean información privada del afectado para hacerlo sentir mal o conseguir algún propósito en concreto, mientras que 3 estudiantes admiten haber sufrido caso de Bullying y este tipo de acoso puede ser tanto físico como virtual ya que se deriva de alguna experiencia del pasado o solamente por el motivo de molestar con apodos, golpes e incluso intimidación virtual y comentarios lascivos y sin contexto para hacer sentir deliberadamente mal al estudiante afectado, cabe destacar que el Bullying es la forma predominante de acoso a nivel institucional en Ecuador, esta pregunta la conforman estudiantes conforman el 15% del universo objetivo, mientras que una cifra alentadora es

que ningún estudiante 0% afirmo sufrir o sufrido acoso psicológico lo cual resta un grado de riesgo a las interacciones en línea en este universo objetivo.

De acuerdo al estudio realizado por (Guerrero Vega, 2017, pág. 3) afirma que:

Para advertencia de todas y todos, sólo durante 2016 se presentaron, en Nicaragua, Centroamérica y el mundo, una serie de situaciones en las redes sociales que afectaron a todos los grupos generacionales, aunque principalmente a nuestros niños, niñas y adolescentes que son el grupo más vulnerable. Situaciones como:

Divulgación de fotos y videos de niñas, niños y adolescentes con contenido sexual explícito o implícito; Divulgación de fotos y videos en el que niñas, niños y adolescentes participan en situaciones de violencia como peleas callejeras o riñas tumultuarias o maltrato dentro del núcleo familiar; Amenazas directas a niñas, niños y adolescentes por conflictos comunes. Divulgación de información falsa con objetivo de dañar la imagen, la honra, la dignidad y la reputación de las personas; Creación y divulgación de memes hirientes de la dignidad de las personas con el objetivo de dañar y hacer Bullying; Divulgación de conversaciones privadas mediante captura de pantallas. Violaciones, secuestros o raptos con fines de explotación sexual, entre otras.

BARRAS COMPARATIVAS

Después de realizar el análisis de resultado individual, se seleccionaron preguntas específicas para realizar una comparación de respuestas entre las dos instituciones educativas.

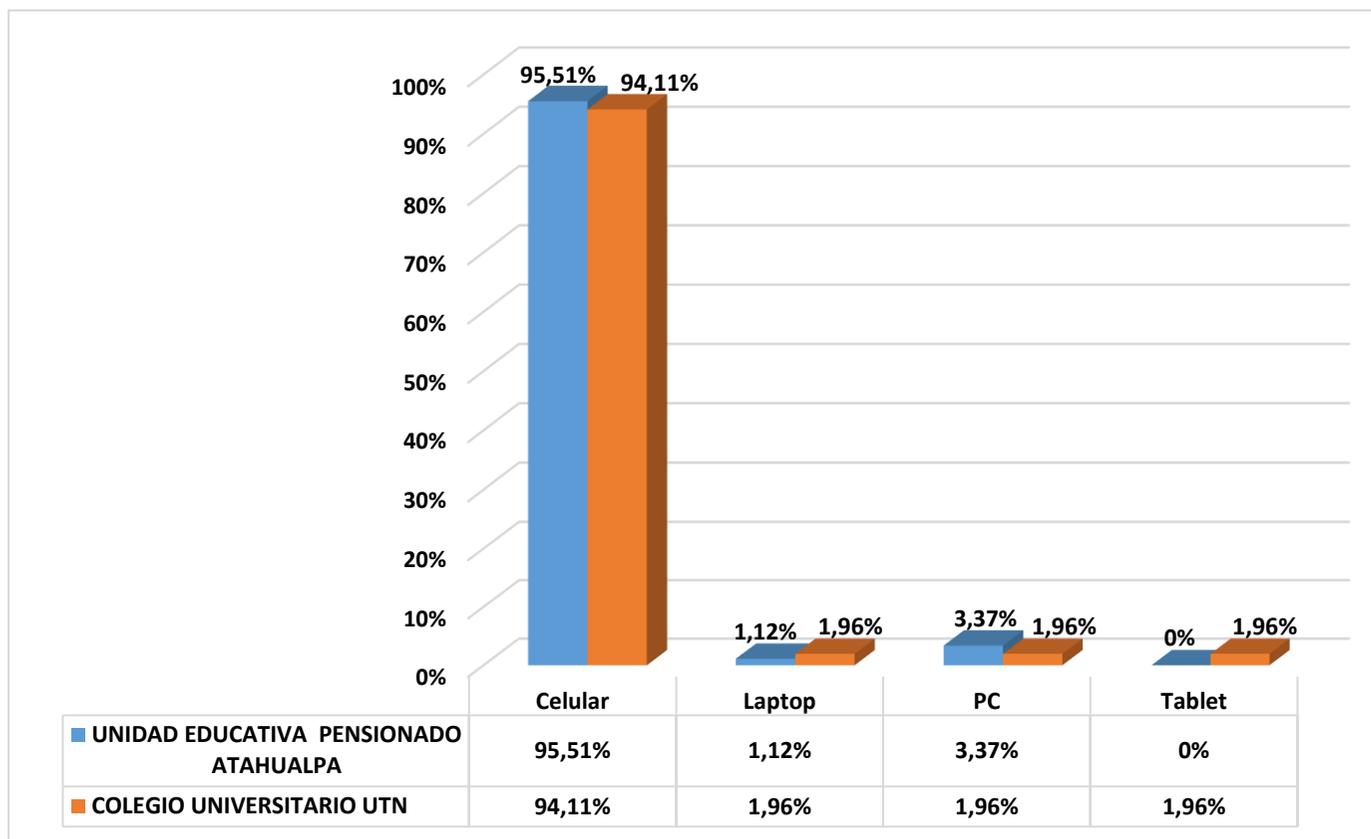


Figura 38 Dispositivo Tecnológico más utilizado (Barra Comparativa)
Elaborado por: Autores

UNIDAD EDUCATIVA PENSIONADO ATAHUALPA

Dispositivo	Frecuencia	%
Teléfono celular	85	95,51
Laptop	1	1,12
PC	3	3,37
Tablet	0	0
Total	89	100

Tabla 7 Dispositivo tecnológico más utilizado

COLEGIO UNIVERSITARIO UTN

Dispositivo	Frecuencia	%
Teléfono celular	48	94,11
Laptop	1	1,96
PC	1	1,96
Tablet	1	1,96
Total	51	100

Tabla 25 Dispositivo tecnológico más utilizado

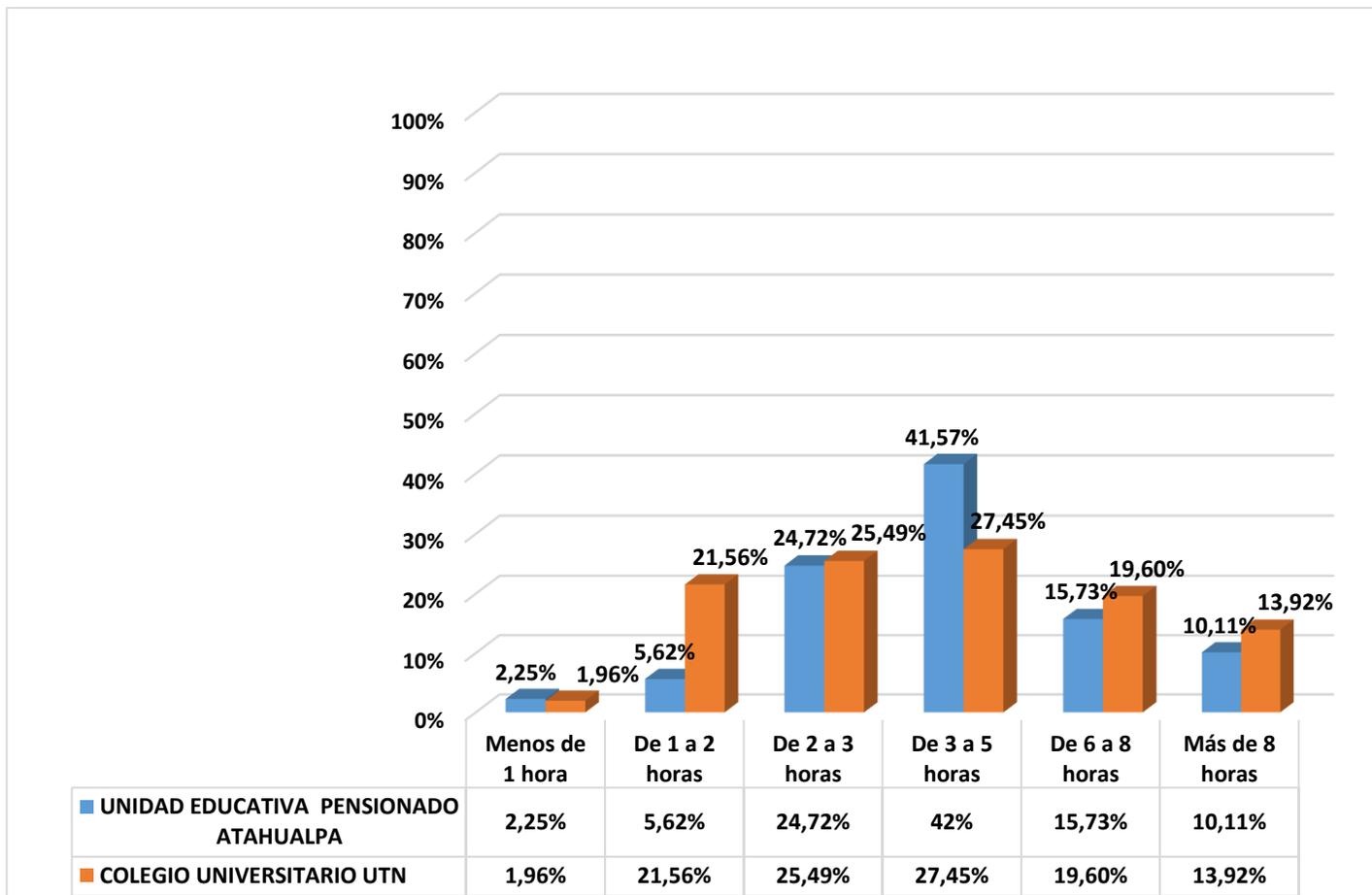


Figura 39 Tiempo de navegación en Internet (Barra Comparativa)
Elaborado por: Autores

UNIDAD EDUCATIVA PENSIONADO ATAHUALPA

Rango de tiempo	Frecuencia	%
Menos de 1 hora	2	2,25
De 1 a 2 horas	5	5,62
De 2 a 3 horas	22	24,72
De 3 a 5 horas	37	41,57
De 6 a 8 horas	14	15,73
Más de 8 horas	9	10,11
Total	89	100

Tabla 8 Tiempo de navegación en Internet

COLEGIO UNIVERSITARIO UTN

Rango de tiempo	Frecuencia	%
Menos de 1 hora	1	1,96
De 1 a 2 horas	11	21,56
De 2 a 3 horas	13	25,49
De 3 a 5 horas	14	27,45
De 6 a 8 horas	10	19,60
Más de 8 horas	2	13,92
Total	51	100

Tabla 26 Tiempo de navegación en Internet

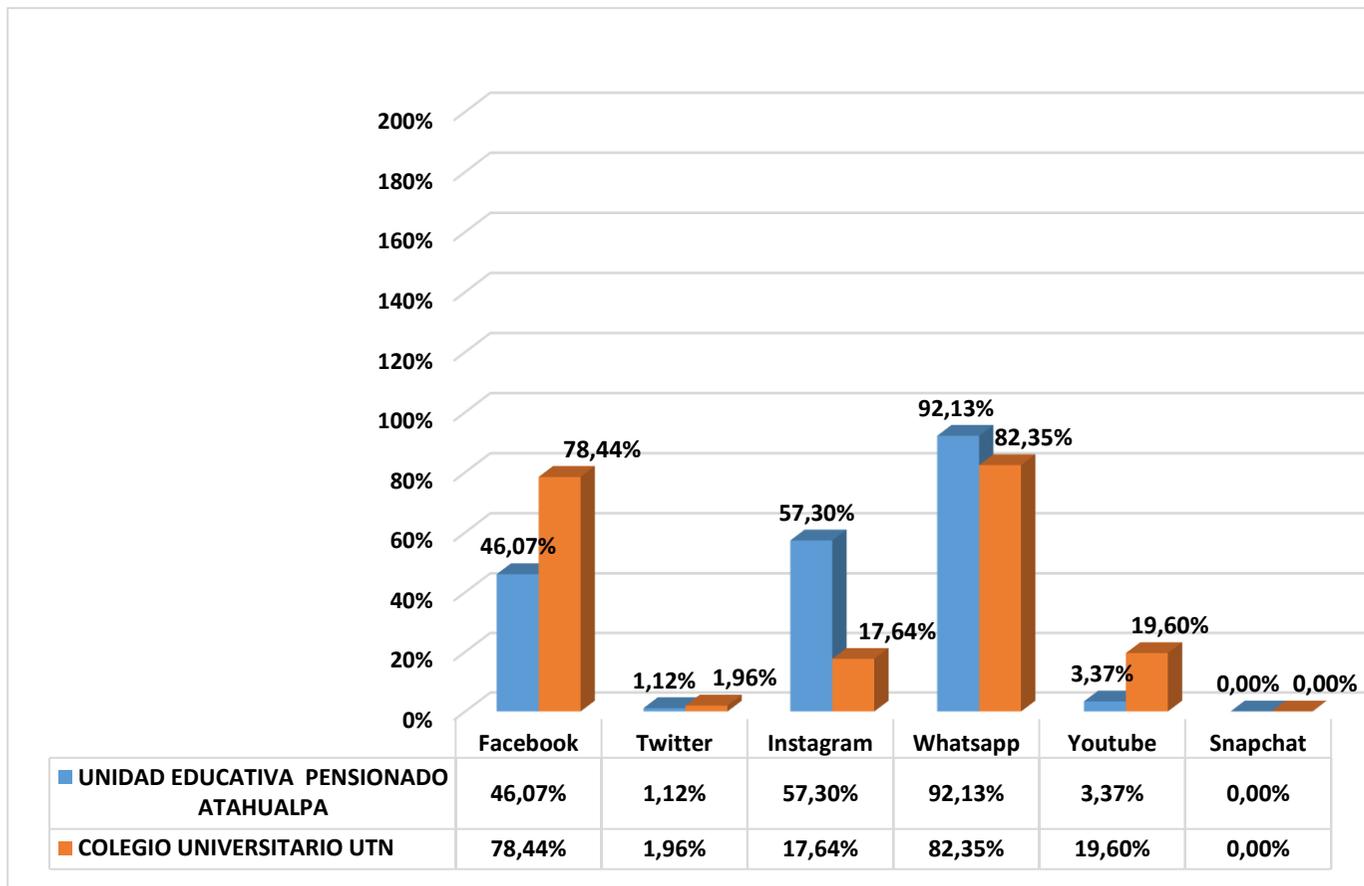


Figura 40 Plataformas Digitales usadas para establecer relaciones interpersonales (Barra Comparativa)
Elaborado por: Autores

UNIDAD EDUCATIVA PENSIONADO ATAHUALPA

Plataforma	Frecuencia	%
Facebook	41	46,07
Twitter	1	1,12
Instagram	51	57,30
Whatsapp	82	92,13
Youtube	3	3,37
Snapchat	0	0
Total	178	200

Tabla 11 Plataformas Digitales usadas para establecer relaciones interpersonales

COLEGIO UNIVERSITARIO UTN

Plataforma	Frecuencia	%
Facebook	40	78,44
Twitter	1	1,96
Instagram	9	17,64
WhatsApp	42	82,35
YouTube	10	19,60
Snapchat	0	0
Total	102	200

Tabla 29 Plataformas Digitales usadas para establecer relaciones interpersonales

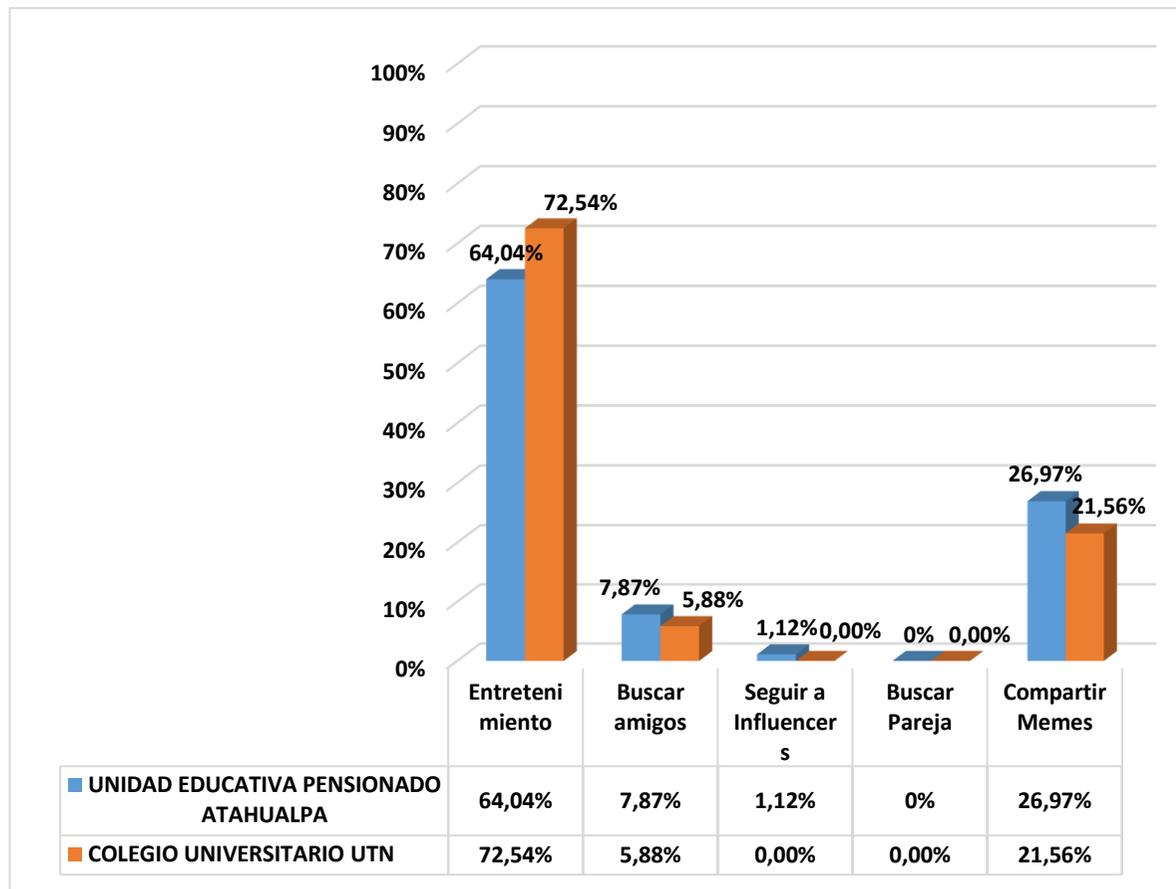


Figura 41 Razón principal por la que utiliza Facebook (Barra Comparativa)
Elaborado por: Autores

UNIDAD EDUCATIVA PENSIONADO ATAHUALPA

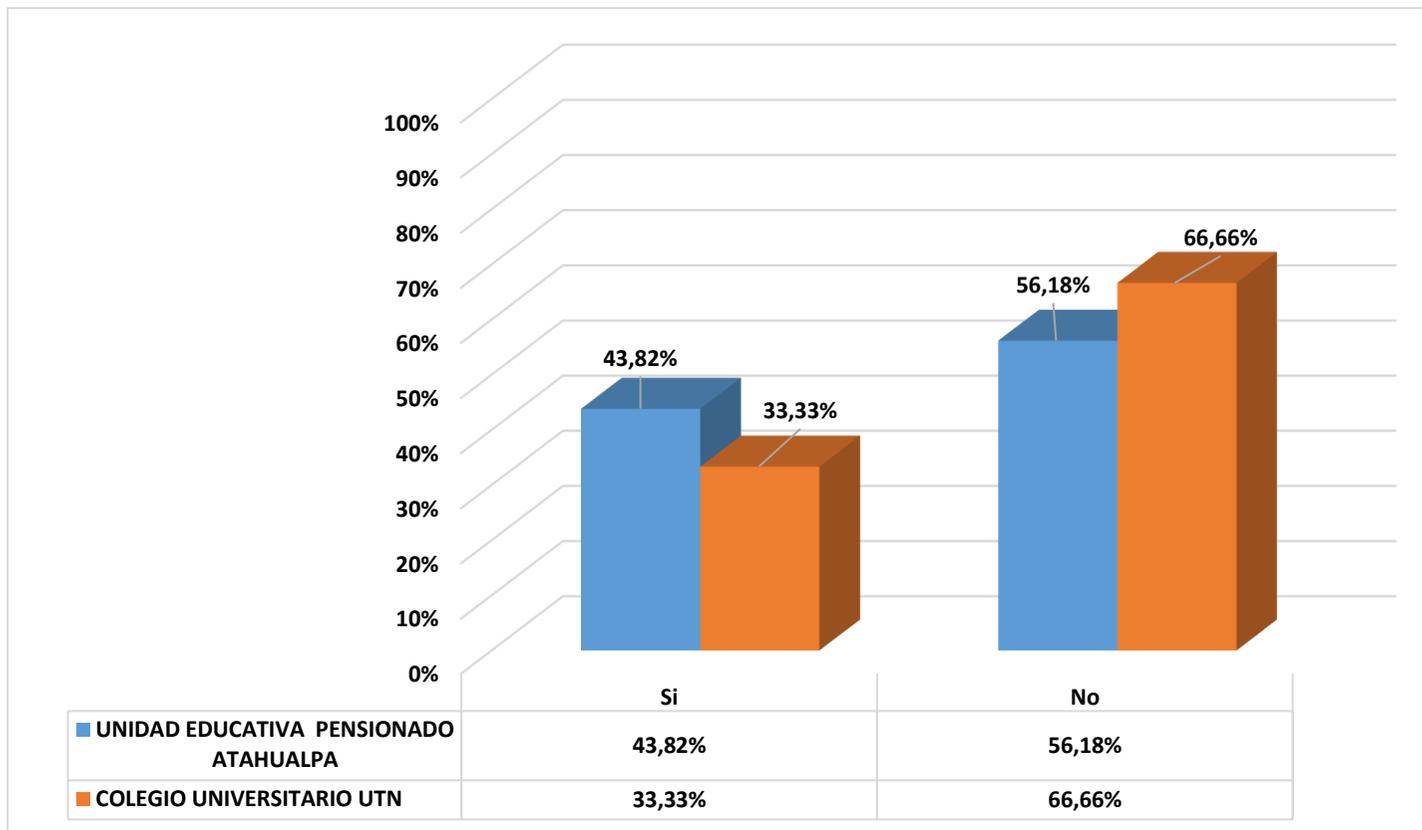
Razón	Frecuencia	%
Entretenimiento	57	64,04
Buscar Amigos	7	7,87
Seguir a Influencers	1	1,12
Buscar pareja	0	0
Compartir memes	24	26,97
Total	89	100

Tabla 12 Razón principal por la que utiliza Facebook

COLEGIO UNIVERSITARIO UTN

Razón	Frecuencia	%
Entretenimiento	37	72,54
Buscar Amigos	3	5,88
Seguir a Influencers	0	0
Buscar pareja	0	0
Compartir memes	11	21,56
Total	51	100

Tabla 30 Razón principal por la que utiliza Facebook



UNIDAD EDUCATIVA PENSIONADO ATAHUALPA

Crea	Frecuencia	%
Si	39	43,82
No	50	56,18
Total	89	100

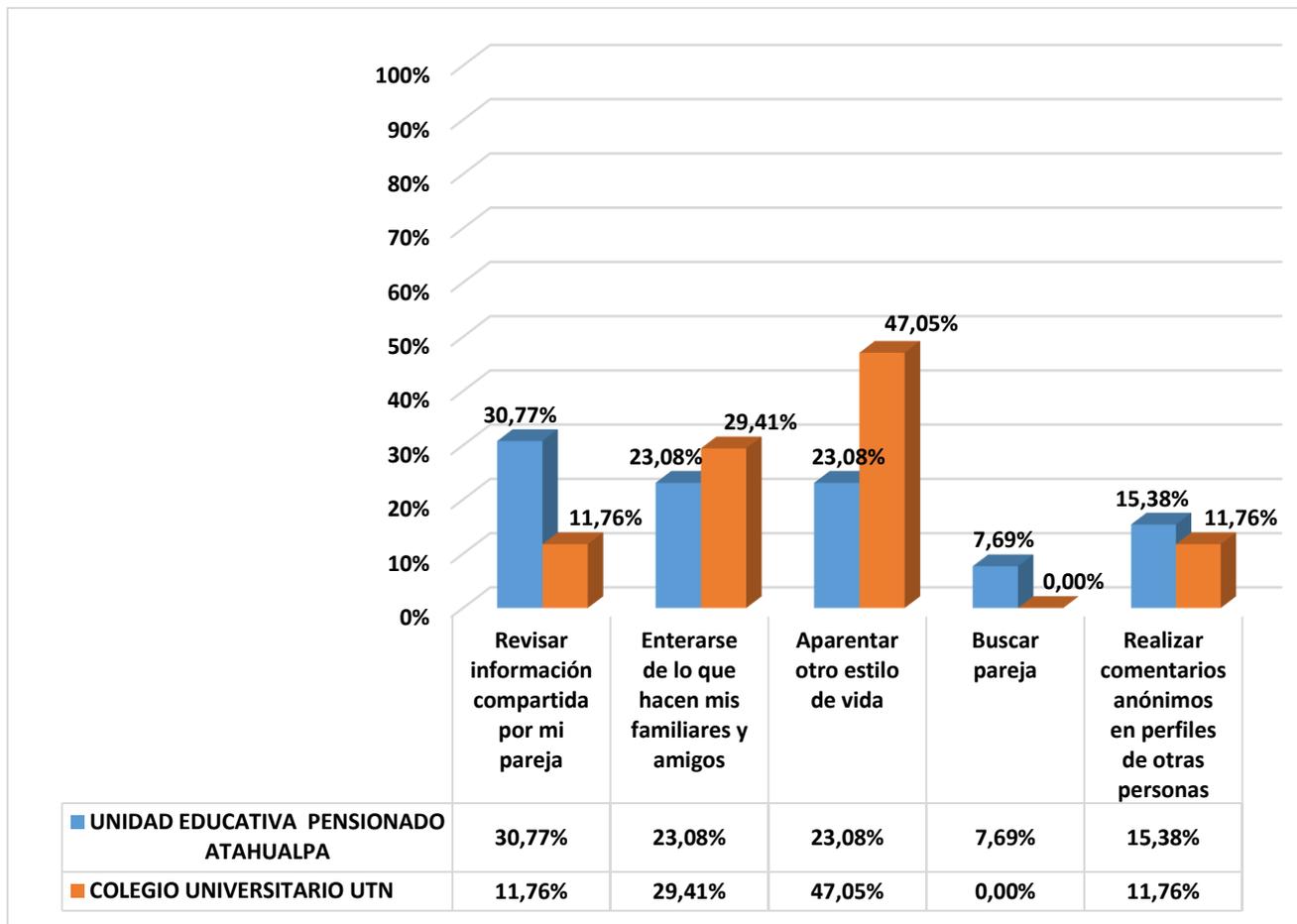
Tabla 16 Creación de perfil falso

COLEGIO UNIVERSITARIO UTN

Crea	Frecuencia	%
Si	17	33,33
No	34	66,66
Total	51	100

Tabla 34 Creación de perfil falso

Figura 42 Creación de perfil falso (Barra Comparativa)
Elaborado por: Autores



UNIDAD EDUCATIVA PENSIONADO ATAHUALPA

Motivo	Frecuencia	%
Revisar información compartida por mi pareja	12	30,77
Enterarse de lo que hacen mis familiares y amigos	9	23,08
Aparentar otro estilo de vida	9	23,08
Buscar pareja	3	7,69
Realizar comentarios anónimos en perfiles de otras personas	6	15,38
Total	39	100

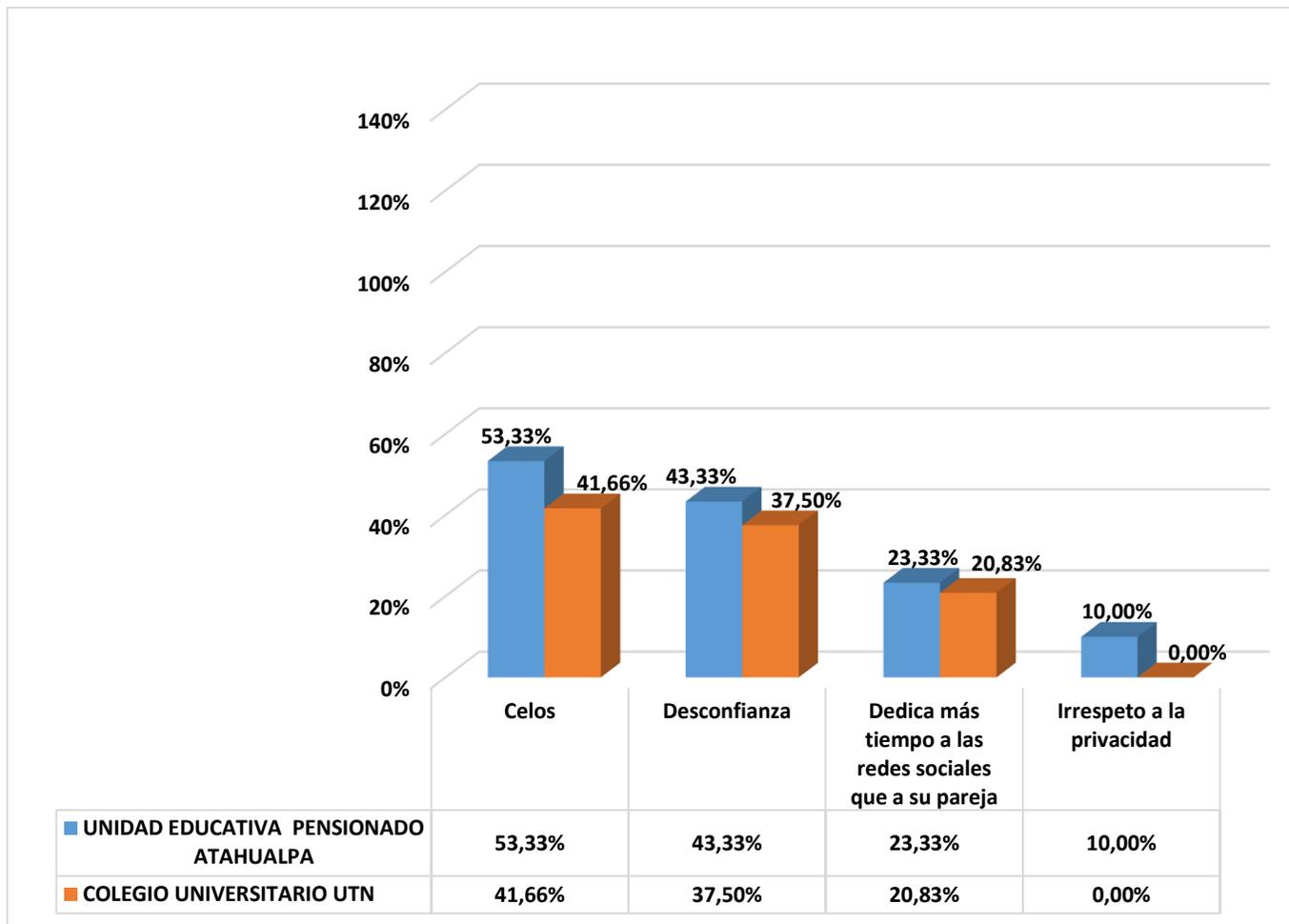
Tabla 17 Motivo de creación de perfil falso

COLEGIO UNIVERSITARIO UTN

Motivo	Frecuencia	%
Revisar información compartida por mi pareja	2	11,76
Enterarse de lo que hacen mis familiares y amigos	5	29,41
Aparentar otro estilo de vida	8	47,05
Buscar pareja	0	0
Realizar comentarios anónimos en perfiles de otras personas	2	11,76
Total	17	100

Tabla 35 Motivo de creación de perfil falso

Figura 43 Motivo de creación de perfil falso (Barra Comparativa)
Elaborado por: Autores



UNIDAD EDUCATIVA PENSIONADO ATAHUALPA

Motivo	Frecuencia	%
Celos	16	53,33
Desconfianza	13	43,33
Dedicación más tiempo a las redes sociales que a su pareja	7	23,33
Irrespeto a la privacidad	3	10
Total	30	130

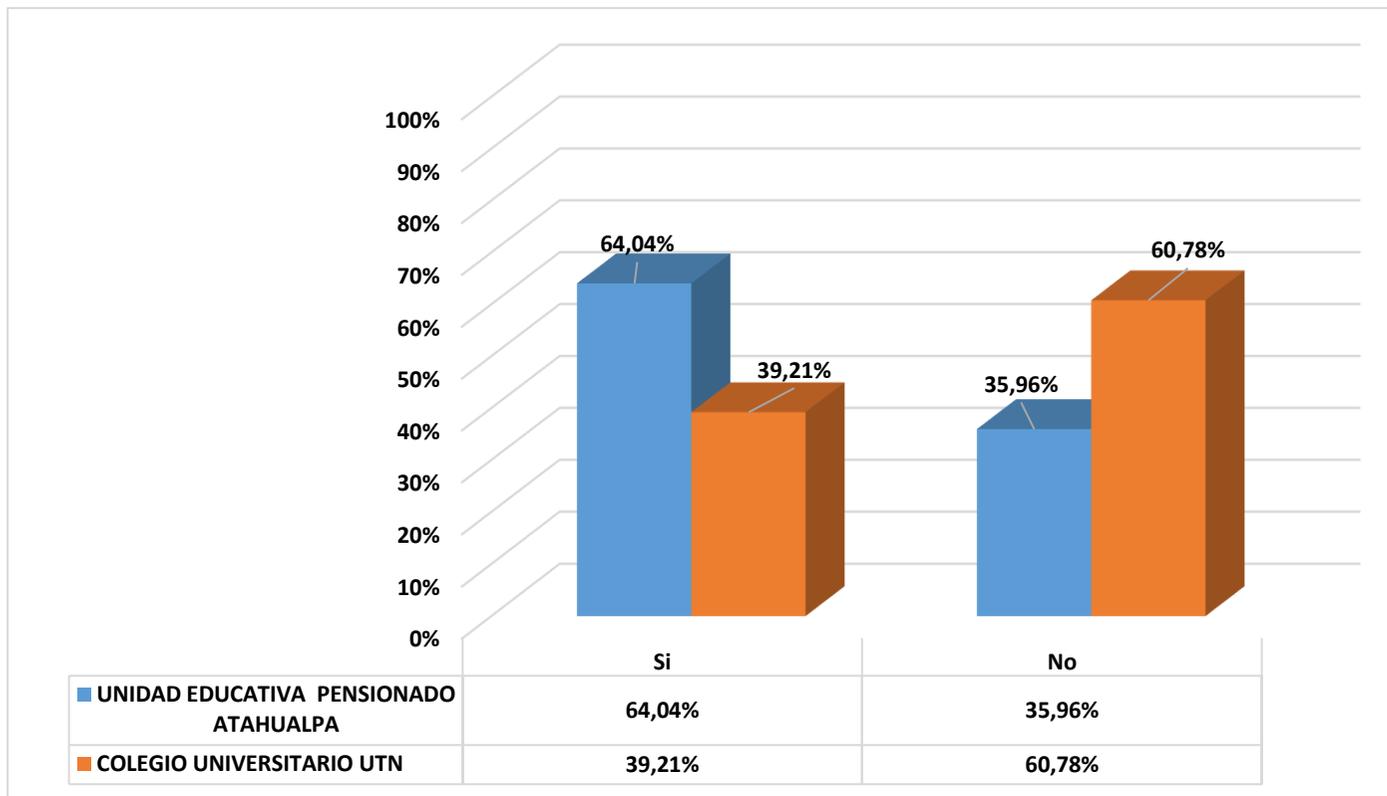
Tabla 20 Motivo de la afectación de la relación sentimental por el uso de redes sociales

COLEGIO UNIVERSITARIO UTN

Motivo	Frecuencia	%
Celos	10	41,66
Desconfianza	9	37,50
Dedicación más tiempo a las redes sociales que a su pareja	5	20,83
Irrespeto a la privacidad	0	0
Total	24	100

Tabla 38 Motivo de la afectación de la relación

Figura 44 Motivo de la afectación de la relación sentimental por el uso de redes sociales (Barra Comparativa)
Elaborado por: Autores



UNIDAD EDUCATIVA PENSIONADO ATAHUALPA

Sentir acoso	Frecuencia	%
Si	57	64,04
No	32	35,96
Total	89	100

Tabla 21 ¿Alguna vez se ha sentido acosado (da) a través de redes sociales?

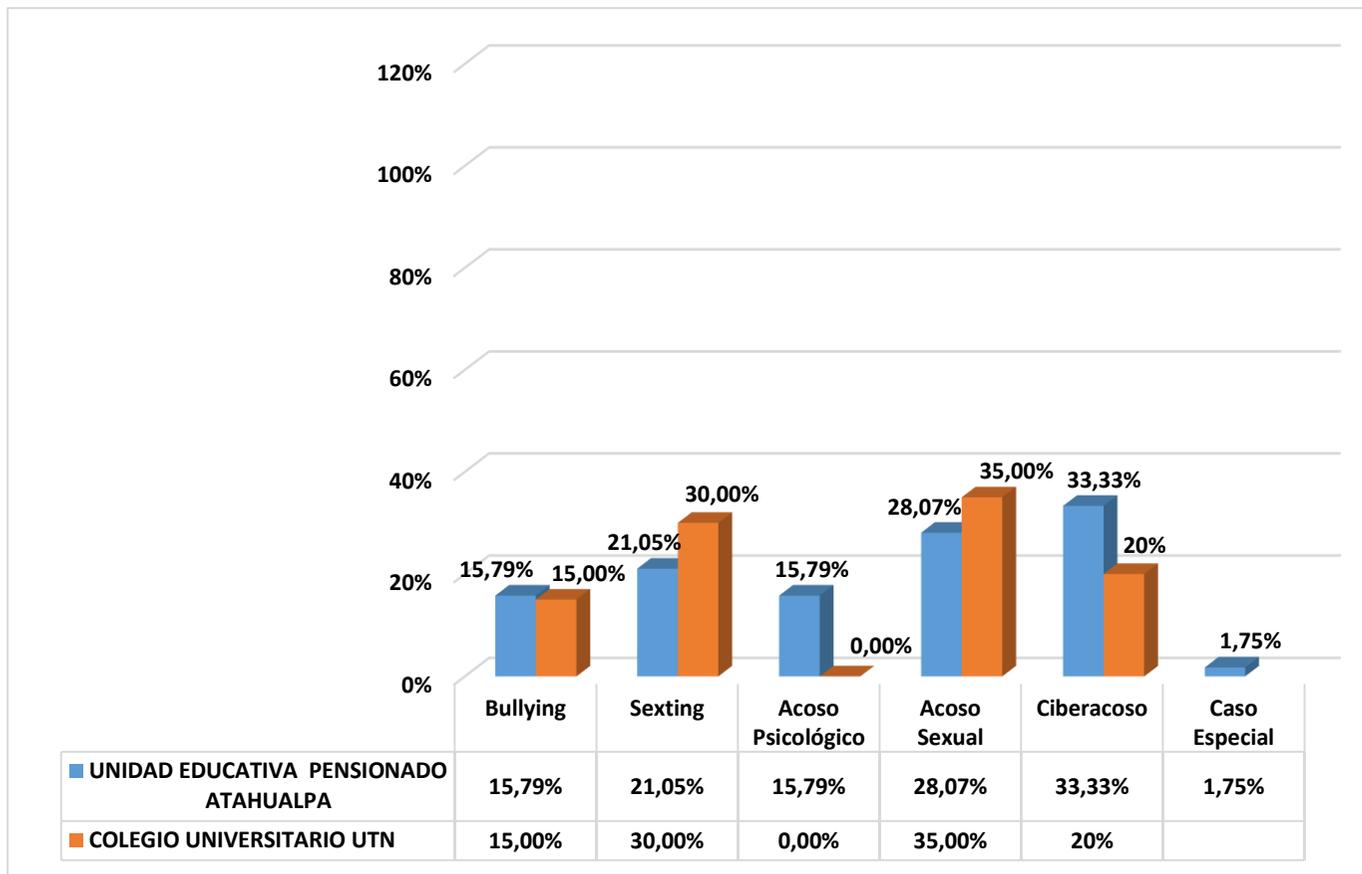
COLEGIO UNIVERSITARIO UTN

Sentir acoso	Frecuencia	%
Si	20	39,21
No	31	60,78
Total	51	100

Tabla 39 ¿Alguna vez se ha sentido acosado (da) a través de redes sociales?

Figura 45 ¿Alguna vez se ha sentido acosado (da) a través de redes sociales? (Barra Comparativa)

Elaborado por: Autores



UNIDAD EDUCATIVA PENSIONADO ATAHUALPA

Tipo de acoso	Frecuencia	%
Bullying	9	15,79
Sexting	12	21,05
Acoso Psicológico	9	15,79
Acoso sexual	16	28,07
Ciberacoso	19	33,33
Caso especial	1	1,75
Total	57	115,18

Tabla 22 Tipo de acoso recibido

COLEGIO UNIVERSITARIO UTN

Tipo de acoso	Frecuencia	%
Bullying	3	15
Sexting	6	30
Acoso Psicológico	0	0
Acoso sexual	7	35
Ciberacoso	4	20
Total	20	100

Tabla 40 Tipo de acoso recibido

Figura 46 Tipo de acoso recibido (Barra Comparativa)
Elaborado por: Autores

3.3. Análisis de Entrevistas

Las entrevistas fueron aplicadas al Lcdo. Hernán Sarmiento y al Psic. Luis Lugmaña, encargados del Departamento Psicológico del Colegio Universitario “UTN”; y de la Unidad Educativa Pensionado Atahualpa, respectivamente, de igual forma se realizó una entrevista a la Msc. Verónica León; Psicóloga y docente de la FECYT de la Universidad Técnica del Norte quienes aportaron con sus conocimientos profesionales.

A continuación se detallan las entrevistas realizadas.

3.3.1. Entrevista realizada al Lcdo. Hernán Sarmiento y al Psic. Luis Lugmaña

Referente al tema de las relaciones sentimentales de los estudiantes dentro de la institución, el Lcdo. Sarmiento comentó que si existen casos de estudiantes que tienen pareja no sólo con compañeros de la misma institución, sino también con alguien de otra institución. Por otro lado el Psic. Luis Lugmaña comentó que no todos los estudiantes tienen la confianza de comentar sobre sus relaciones de pareja.

El Lcdo. Sarmiento y el Psic. Lugmaña coinciden en su respuesta al referirse que son pocos los estudiantes que comentan los problemas que se suscitan con su pareja sentimental.

En lo que se refiere a la pregunta sobre la existencia de casos de acoso a los estudiantes a través de redes sociales, el Lcdo. Sarmiento y el Psic. Lugmaña manifestaron que lamentablemente si se han dado algunos casos de acoso no solo por parte de la pareja sino por personas desconocidas.

Con respecto a la pregunta que se les formuló, sobre su visión profesional acerca de la influencia de las redes sociales en las relaciones de pareja de los estudiantes, el Lcdo. Sarmiento y el Psic. Lugmaña manifestaron que las redes sociales si han influenciado de manera significativa y además han causado diversos problemas no solo con la pareja sino también con sus familiares.

El Lcdo. Sarmiento y el Psic. Lugmaña coinciden al responder que son pocos los estudiantes que les comentan si en alguna ocasión han tenido una cita con alguien que apenas han conocido en redes sociales sin siquiera imaginar a los peligros a los que se exponen.

Referente al tema de los peligros que existen en las redes sociales el Lcdo. Sarmiento y el Psic. Lugmaña supieron manifestar que siempre han advertido a los estudiantes sobre dicho tema pero no siempre prestan atención a las advertencias.

En lo que respecta al tema de control por parte de los padres de familia en el uso correcto de redes sociales el Lcdo. Sarmiento y el Psic. Lugmaña manifestaron que siempre se ha recomendado a los padres que presten atención al comportamiento de sus hijos y traten de monitorear lo que sus hijos publican en las redes sociales, pero que lastimosamente existen padres que son demasiado permisivos.

3.3.2. Entrevista realizada a la Msc. Verónica León

Con respecto al tema de haber tratado algún tipo de problema psicológico que se haya suscitado en la relación de pareja en adolescentes, la Msc. Verónica León supo manifestar que no ha tratado directamente con adolescentes pero si ha conocido casos que debido a la influencia de redes sociales se han dado casos de Ciberacoso, dependencia emocional y trastornos obsesivos.

La Msc. León manifestó, respecto al acoso a estudiantes que sí conoce casos donde la pareja ejerce presión sobre las publicaciones que se realizan en pareja, incluso afirmó que el control llega al punto de revisarle los mensajes o motivados por la desconfianza terminan amenazando a su pareja de diversas maneras.

En la pregunta donde se cuestiona si ha conocido algún caso de adolescentes que hayan creado perfiles falsos, la Msc. León supo manifestar

que si ha conocido varios casos de adolescentes que han realizado dicha acción con el propósito de dominar a su pareja anónimamente o incluso espiar a sus familiares con dichos perfiles.

La Msc. Verónica León respecto al control que ejercen los padres en sus hijos en el uso de las redes sociales aseveró que actualmente los padres se han vuelto más permisivos y eso se traspa a la conducta de los adolescentes, dando como resultado que los adolescentes carezcan de un agente externo que los vigile y los controle al momento de ingresar a dichos sitios y esto a su vez pone en peligro la seguridad en línea por las horas que pasan sin supervisión.

En la pregunta referente al punto de vista personal sobre la influencia de las redes sociales en las parejas adolescentes, la Msc. León supo manifestar de manera concreta que si ha habido una gran influencia de las redes sociales en las parejas adolescentes, lo que ha ocasionado, según su punto de vista profesional, problemas que generan patrones de comportamiento ansiosos, depresivos y obsesivos.

CAPITULO IV: PROPUESTA

4.1. Nombre

La campaña lleva por nombre No Te Enredos (EnRedos) hace alusión a la red (Internet) que a su vez se vincula con las redes sociales, y el enredo en el que los y las jóvenes se han involucrado debido a la incidencia de estas redes con las relaciones de pareja. Así la campaña adquiere su nombre gracias a un juego de palabras.

4.2. Tipo de Campaña

Posterior a la aplicación de encuestas se determinó la necesidad de trabajar en un proyecto de sensibilización, en el estudio se evidencian casos de chicos y chicas que están siendo víctimas de presión dentro de su relación de pareja con base a su comportamiento en redes sociales.

4.3. Eje de la Campaña

Violencia de género digital en adolescentes, más del 25% de encuestadas reconoce haber sido controlada de alguna forma por parte de su pareja a través de las redes sociales.

Junto a las tecnologías de la información y comunicación (TIC) han surgido nuevas formas de violencia a la cual se ha denominado *violencia de género digital*. Un claro ejemplo de esta agresión es controlar el contenido que la pareja difunde o consume.

Acorde a las declaraciones de Eduardo Puig de la Bellacasa, director de Reputación, Propósito y Valores de la empresa Telefónica. La violencia digital se ejerce a multinivel, puede partir de la petición de la pareja de una selfie o ubicación, para ver cómo vas vestida, dónde estás y con quién o exigir siempre una respuesta inmediata (Serrano, 2019, pág. 01).

De igual manera se puede opinar sobre los contactos y censurar la interacción que se mantiene en redes sociales, para esto el agresor puede enviar mensajes intimidantes o incluso acceder a los perfiles y suplantar la identidad de la víctima.

4.4. Elementos de la Campaña

- **Abordaje visual:** Se elaborarán afiches con mensajes clave y colocados en lugares estratégicos.
- **Elementos Informativos:** Con el apoyo de una producción audiovisual se reforzará la información referente a la violencia de género digital y brindar números de instituciones que apoyan a víctimas de violencia.
- **Acción BTL:** Con la ejecución de un BTL se complementa y finaliza la campaña brindando a cada uno de los estudiantes partícipes del estudio una vivencia de la tensión a la que se está sometida una víctima de violencia de género digital.

4.5. OBJETIVOS

Objetivo General

- Sensibilizar a los estudiantes de 16 a 19 años respecto la violencia de género digital en relaciones de pareja.

Objetivos Específicos

- Diseñar una campaña de comunicación para la sensibilización sobre la violencia de género y redes sociales en estudiantes de bachillerato de los colegios Universitario UTN y Pensionado Atahualpa.
- Elaborar piezas gráficas acorde al objetivo de la campaña.
- Desarrollar un Escape Room como estrategia BTL para sensibilizar a los estudiantes de bachillerato de los colegios Universitario UTN y Pensionado Atahualpa a través de una acción vivencial

4.6. Público Objetivo

Estudiantes de Tercero de Bachillerato de 16 a 19 años de los colegios Univesitario UTN y Pensionado Atahualpa.

4.7. Mensaje

La violencia de género afecta tanto a hombres como mujeres, ejercer presión a través de redes sociales genera malestar en la víctima e incluso conlleva a problemas psicológicos, daños a la integridad e imagen, y en casos extremos pueden causar la muerte.

El #NoTeEnRedes proyecta un mensaje de libertad ante una situación que está afectando a los estudiantes de bachillerato de los colegios Univesitario UTN y Pensionado Atahualpa.

Bajo el eslogan *Libérate y combate la violencia de género* la campaña hace énfasis en 10 mensajes que representan las amenazas más comunes entre los adolescentes que se encuentran dentro de una relación de pareja y así se definieron los siguientes mensajes:

1. Controlar a tu pareja a través del celular es violencia de género.
2. Interferir en el círculo social de tu pareja no es correcto.
3. Espiar el celular de tu pareja es violentar su intimidad.
4. Censurar el contenido que tu pareja comparte en redes sociales es agresión.
5. Exigir que tu pareja te envíe su ubicación es violencia de género.
6. Obligar a tu pareja a que te envíe fotografías íntimas es un delito.
7. Forzar a que tu pareja te facilite sus claves personales es agresión.
8. Obligar a tu pareja a mostrarte sus chats con otra persona es una violación a su intimidad.
9. Mostrar enfado por no tener siempre una respuesta inmediata en el chat es agresión.
10. Si tu pareja accede a tus redes sin tu consentimiento está cometiendo un delito.

4.8. Acciones

4.8.1 Imagen de la Campaña

Es necesario definir la imagen de la campaña para generar armonía visual y además que los estudiantes se sientan identificados con las acciones tanto online como offline.

Se ha elaborado un logotipo que contempla diversos elementos significativos para el objetivo comunicacional. El uso de una tipografía recta le otorga a la campaña seriedad, al combinarse con una fuente curva se busca una connotación juvenil.

En los aspectos visuales también se ha implementado una lemniscata en la letra S como representación del bucle en el que se queda atrapada la víctima de violencia de género, en este elemento también se encuentran dos círculos que representan a dos individuos, no existen rasgos sexo genéricos debido a que la violencia de género puede ser bidireccional.



Libérate y combate la violencia de género

Ilustración 1 Logotipo No Te Enredes

Elaborado por: Andy Steve Cadena

De esta forma el logotipo de la campaña No Te Enredes, comprende una construcción simbólica que junto a su cromática se enfoca en incentivar a que los estudiantes se adhieran a las acciones de esta iniciativa y mitigar la violencia de género digital en las Unidades Educativas que representan el público objetivo.

4.8.2 Cromática y Tipografía

La cromática del logotipo se compone por un degradé al estilo de Instagram con un duotono. Primeramente, el turquesa que acorde a la psicología

del color, controla y cura las emociones, creando equilibrio emocional y estabilidad. En este proceso, puede sentirse como una montaña rusa emocional que sube y baja hasta que se equilibra. Y el color púrpura que representa la lucha contra la violencia de género. Las tipografías utilizadas son Coves y Blossom.

4.8.3. Afiches

La composición del afiche se basa un elemento visual como una ilustración, está presente la marca de la campaña y un pequeño copy interno se ha pensado para colocar datos informativos sobre la violencia de género digital y así generar conciencia.

Estos afiches serán colocados en los puntos de mayor afluencia de estudiantes, así como en sitios estratégicos.



Ilustración 2 Modelo de Afiche 1

Elaborado por: Andy Steve Cadena



Ilustración 3 Modelo de Afiche 2

Elaborado por: Andy Steve Cadena



Ilustración 4 Modelo de Afiche 3

Elaborado por: Andy Steve Cadena

4.8.4. Escape Room: Libérate de la violencia de género digital

El *Escape Room* es una alternativa divertida que últimamente llama la atención de los jóvenes en distintas ciudades. Incluso en Quito se ha convertido en un atractivo turístico. El desarrollo del juego es simple: se introduce a un grupo de alumnos en una sala o espacio de la que deben escapar empleando todos sus conocimientos, destrezas intelectuales, creativas y de razonamiento lógico en un tiempo determinado, mediante pistas y resolución de actividades que se plantean de forma sistemática.

Para escapar de la habitación antes de que concluya el tiempo, deben trabajar en equipo, dialogar y negociar con sus compañeros. Lo que implica también desarrollar habilidades sociales de negociación, argumentación y resolución de conflictos.

Un juego de estas características se adapta perfectamente al objetivo de la campaña, aportándole el valor educativo, el mayor reto al diseñar esta propuesta ha sido alinear las actividades con el objetivo comunicacional y de aprendizaje de la campaña. A continuación, se detalla el proceso para el desarrollo exitoso de la actividad.

4.8.5. Escoger Un Escenario

Para el juego de escape o (*Escape Room*) se requiere de una locación cerrada en la que sea posible construir una historia y de la cual escapar. No es necesario invertir en demasiados detalles, con los elementos adecuados, creatividad e imaginación cualquier espacio puede ser idóneo para simular la escena perfecta.

4.8.6. Elementos Básicos De Un Escape Room

Es importante contar con ciertos elementos que enriquecerán el juego, se ha optado por usar contenedores cerrados para esconder los objetos clave. Y también se ocultarán pistas en objetos del entorno.

4.8.7. Preparar La Historia

En esta ocasión el juego se desarrolla en la casa de una adolescente llamada Emilia, es víctima de violencia de género digital, la dinámica permitirá a

los estudiantes no solo sentir la presión que sufre una víctima, sino que también aprenderán mientras ponen a prueba sus conocimientos.

A través del envío de documentos en formato PDF con clave, podrán ir consiguiendo fragmentos de la llave la cual es el eslogan de la campaña *Libérate y combate la violencia de género*.



Ilustración 5 Pieza gráfica para Redes Sociales

PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN “NO TE ENREDES”

Objetivo	Estrategia	Tácticas	Actividades	Público Objetivo
<p>Socializar el enfoque de la campaña con los directivos de los Colegios.</p>	<p>Comunicar la importancia de sensibilizar respecto a la violencia de género digital.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar una reunión informativa para la exposición de los resultados de la encuesta aplicada. • Exponer el plan de trabajo de la campaña a las autoridades de los colegios. 	<p>T1 A1. Redactar y enviar la convocatoria a los rectores del Colegio Universitario UTN y la Unidad Educativa Atahualpa.</p> <p>T1 A2. Preparar una presentación ilustrativa con diapositivas.</p> <p>T2 A1. Preparar una exposición con diapositivas.</p> <p>T2 A2. Elaborar e imprimir el informe de la campaña.</p>	<p>Autoridades del Colegio Universitario “UTN” y Unidad Educativa Pensionado Atahualpa</p>

<p>Sensibilizar a los estudiantes de tercer año de bachillerato respecto a las consecuencias de la violencia de género digital.</p>	<p>E1. Generar una campaña comunicacional de sensibilización ante los riesgos de la violencia de género digital en adolescentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar afiches con los mensajes clave de la campaña • Colocar afiches en sitios estratégicos dentro de los centros de estudios. • Desarrollar una campaña informativa en redes sociales. 	<p>T1 A1. Establecer los copy.</p> <p>T1 A2. Diseñar e Imprimir los afiches.</p> <p>T2 A1. Elaborar una planimetría de los colegios para la selección de los espacios aptos para la colocación de afiches.</p> <p>T3 A1. Crear las piezas gráficas.</p> <p>T3 A2. Difundir el contenido a través de las cuentas oficiales.</p>	<p>Estudiantes de Tercer año de Bachillerato de los colegios Universitario UTN y Unidad Educativa Atahualpa.</p>
---	---	---	---	--

	<p>E2. Diseñar un Escape Room con la temática “<i>Violencia de Género Digital</i>” como elemento vivencial de la campaña No Te EnRedes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Definir un cronograma de actividades para ejecutar el Escape Room • Socializar la actividad mediante afiches y post en redes sociales. 	<p>T1 A1. Elaborar un documento guía para el Escape Room</p> <p>T1 A2. Preparar el material digital para realizar la dinámica.</p> <p>T2 A1. Elaborar y Difundir convocatorias para la actividad.</p>	<p>Estudiantes de 3ro de bachillerato del Colegio Universitario “UTN” y Unidad Educativa Pensionado Atahualpa</p>
--	--	---	--	---

<p>Evaluar el impacto de la campaña en el público objetivo.</p>	<p>Identificar el impacto de la campaña en los estudiantes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar una encuesta que permita conocer el impacto de la campaña en los estudiantes 	<p>T1 A1. Diseñar la Encuesta</p> <p>T1 A2. Impresión y aplicación de encuestas</p> <p>T1 A3. Tabulación</p> <p>T1 A4. Análisis de los Resultados</p> <p>T1 A5. Elaboración de Informe de Evaluación</p> <p>T1 A6. Socializar los resultados con las autoridades de los colegios.</p>	<p>Autoridades del Colegio Universitario “UTN” y Unidad Educativa Pensionado Atahualpa</p>
---	---	---	---	--

Tabla 41: Plan de Relaciones Públicas de la Campaña

PRESUPUESTO		
TÁCTICA	ACTIVIDADES	COSTO
Reunión informativa para la exposición de los resultados de la encuesta aplicada.	Diseño de Convocatorias	\$10,00
	Impresión Convocatorias	\$5,00
	Hoja de Registro	\$3,00
	Diseño Diapositivas Socialización	\$0,00
Exponer el plan de trabajo de la campaña a las autoridades de los colegios.	Hoja de Registro	\$3,00
	Diseño Diapositivas Socialización	\$0,00
	Impresión Informe	\$5,00
Diseñar afiches con los mensajes clave de la campaña	Diseño Afiches A3	\$30,00
	Impresión Afiches	\$20,00
	Cinta Adhesiva	\$2,00
Campaña Informativa Mediante Plataformas Digitales	Diseño Piezas Comunicacionales	\$30,00
	Grabación y Producción Videos	\$30,00
Diseñar un Escape Room Con la temática "Violencia de Género Digital" como elemento vivencial de la campaña No Te EnRedes.	Locación	\$200,00
	Elaboración del Material Digital	\$40,00
	Artículos de Ambientación	\$50,00
	Transporte Estudiantil	\$80,00
	Piezas Gráficas para Redes Sociales	\$30,00
	Merchandising	\$200,00
	Personal para Seguridad	\$150
SUBTOTAL		\$ 888,00
Fee de Agencia 10%		\$88,80
Imprevistos 15%		\$133,20
TOTAL		\$1.110,00

Tabla 42: Presupuesto

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente trabajo de investigación requirió de un fuerte despliegue tanto metodológico como logístico (encuestas y entrevistas) y colaboración de varios entes, como fueron estudiantes de 3ro de bachillerato, psicólogos y apertura por parte de las instituciones por lo cual se pueden destacar las siguientes conclusiones y recomendaciones para futuras investigaciones que se lleguen a realizar con el presente trabajo de investigación.

5.1. Conclusiones

- Se consiguió sentar las bases teórico – científicas mediante una investigación documental realizada con fundamentos tanto psicológicos como comunicacionales enfocados principalmente para el ámbito de las relaciones de los jóvenes de entre 16 y 19 años dado que ese fue el público objetivo de esta investigación documental y además, se pudo comprobar que el manejo que le dan los jóvenes de dicho grupo etario a las redes sociales que se enfoca en pasar el tiempo ya sea en pareja o básicamente consumiendo lo que en este caso Facebook como plataforma de estudio les puede brindar (posts, memes, videos, grupos, etc).
- Se logró, mediante las encuestas realizadas a los estudiantes de 3ro de bachillerato de ambas instituciones educativas, analizar la realidad de estos entes sociales en el medio de las redes sociales y su influencia, la cual varía desde casi nula hasta totalmente dominante en cuanto a pareja se refiere, ya que los estudiantes carecen de una brújula moral que les ayude a darse cuenta el daño que realizan a la otra persona cuando se entrometen demasiado en la vida digital de su pareja ya sea con posts, perfiles falsos y hasta memes.
- Se analizó la problemática de las redes sociales en las relaciones de pareja de los colegios “UTN” y Pensionado Atahualpa desde un punto de vista analítico, lo cual dio como resultado la aplicación de encuestas a los jóvenes y entrevistas a los profesionales de dichas instituciones, la cual aportó de manera significativa la parte estadística a este trabajo de investigación y se

pudo comprobar el tipo de interacción que tienen los jóvenes en línea y la percepción de los profesionales a esta problemática, en este punto cabe recalcar que la interacción que los jóvenes tienen en las redes sociales es tan alta que a veces disturba su vida en su casa, colegio y hasta con familiares y amigos.

- Se logró la creación de una campaña de sensibilización contra la violencia de género en las redes dado que la forma más común de agresión y acoso es mediante desconfianza, posts ofensivos y hasta creación de perfiles falsos con el solo propósito de controlar a la pareja sin conocer que esas acciones son delitos contra la intimidad de las personas, con la campaña se pretende dar un mensaje a este grupo etario que la violencia no es el camino y si no se detienen en ese aspecto pueden ocasionar problemas serios como trastornos ansioso – depresivos y en el peor de los casos la muerte por la tremenda presión que conlleva para gente tan joven el ser tan obsesivos con alguien, sea pareja o no
- Se logró también diseñar un logo para la campaña de sensibilización que conecte de la mejor manera con los jóvenes dado que el color influencia ciertas emociones y comportamientos en los estudiante por eso la campaña y su logo llevan por nombre #NoTeEnredes el cuál se puede identificar con los colores morado y turquesa que llaman a un estado de ánimo más calmado y son icónicos para la violencia de género, dentro de este contexto lo implementamos en el ámbito de las relaciones de pareja en línea.

5.2. Recomendaciones

- Se sugiere utilizar el siguiente trabajo de titulación para investigaciones futuras, dado que las redes sociales y el internet en sí va evolucionando y sería muy importante abordar esta problemática desde diferentes metodologías apropiadas para sacar el mayor provecho a la investigación realizada.
- Se recomienda dar más apertura por parte de las instituciones que fueron parte del proceso de recolección de datos en este caso el Colegio “UTN” y la Unidad Educativa “Pensionado Atahualpa” dado que los jóvenes son sujetos de investigación valiosos en el ámbito de proporcionar datos en esta nueva ola tecnológica que puede servir como fundamento de múltiples investigaciones.
- Se debe también por parte de las instituciones de educación secundaria dar un correcto y veraz seguimiento a esta problemática mediante campañas o reuniones con los padres de familia sobre cómo las redes sociales no solo afectan el comportamiento de los jóvenes en pareja sino también en el ámbito personal con los casos de acoso y agresiones en línea que se mostraron en el presente trabajo de investigación.
- Se sugiere también no solo aplicar esta propuesta a un público de 3ro de bachillerato sino extenderla hasta los medios sociales como televisión, radios y las mismas redes sociales para el mensaje de la campaña propuesta en este trabajo de investigación no sólo sea escuchado y entendido por los jóvenes sino también por sus padres y el público en general que le preocupa la subida en actos de agresión ya sean estos cibernéticos o no y para mantenerlos sobre lo que se puede hacer y cómo prevenir estos actos.
- Los procesos educomunicativos, en los cuales los actores sociales se vinculan de manera proactiva en el ámbito digital deben desarrollarse por parte de los profesores para crear un entorno de sensibilización sobre el uso de las redes sociales, además de crear una cultura digital y de bienestar social entre los jóvenes de las dos instituciones educativas analizadas.

GLOSARIO

A

Abordar: Empezar la realización de algo problemático o difícil.

Acceso: Entrada al trato o comunicación con alguien.

Acoso: Práctica ejercida en las relaciones personales, consistente en dispensar un trato vejatorio y descalificador a una persona con el fin de desestabilizarla psíquicamente.

Actores sociales: Son un grupo en el cual los individuos se transforman de acuerdo a sus propias necesidades y las de su comunidad.

Adicción: Dependencia de sustancias o actividades nocivas para la salud o el equilibrio psíquico.

Adolescentes: La etapa que llega después de la niñez y que abarca desde la pubertad hasta el completo desarrollo del organismo.

Aldea Global: El planeta Tierra, en tanto que un mundo interconectado y globalizado.

Analizar: Examinar detalladamente una cosa, separando o considerando por separado sus partes, para conocer sus características o cualidades, o su estado, y extraer conclusiones.

Aparentar: Manifestar o dar a entender lo que no es o no hay.

Apertura: Acto con que da comienzo el desarrollo de un acto o de la actividad en una corporación o en un lugar.

Aspecto: Apariencia de las personas y los objetos a la vista.

Audiencia: Número de personas que reciben un mensaje a través de cualquier medio de comunicación.

Auge: Período o momento de mayor elevación o intensidad de un proceso o estado de cosas.

Avance: Parte de una información que se adelanta y que tendrá ulterior desarrollo.

B

Billón: Un millón de millones, que se expresa por la unidad seguida de doce ceros.

Bullying: Acoso físico o psicológico al que someten, de forma continuada, a un alumno sus compañeros.

C

Canal: Un canal es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de información entre emisor y receptor, que emite a un referente.

Clic: Pulsación que se hace mediante un ratón u otro dispositivo apropiado de una computadora para dar una instrucción.

Código: Combinación de letras, números u otros caracteres que tiene un determinado valor dentro de un sistema establecido.

Comunicación: La comunicación es la acción consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir información u opiniones distintas.

Comunicativa: Que tiene inclinación y propensión naturales a comunicarse con los demás.

Consentimiento: Concepto jurídico que hace referencia a la exteriorización de la voluntad entre dos o varias personas para aceptar derechos y obligaciones.

Contactos: Relación o trato que se establece entre dos o más personas o entidades.

Contexto: Entorno lingüístico del que depende el sentido de una palabra, frase o fragmento determinados.

Cualitativa: Perteneciente o relativo a la cualidad.

Cuantitativa: Perteneciente o relativo a la cantidad.

D

Dependencia: Situación de una persona que no puede valerse por sí misma o por la necesidad compulsiva de alguna sustancia, como alcohol, tabaco o drogas, para experimentar sus efectos o calmar el malestar producido por su privación.

Digitalizado: Convertir o codificar en números dígitos datos o informaciones de carácter continuo, como una imagen fotográfica, un documento o un libro.

Disciplina: Arte, facultad o ciencia.

Dispositivo móvil: Dispositivo móvil, también conocido como computadora de bolsillo o computadora de mano, es un tipo de computadora de tamaño pequeño, con capacidades de procesamiento, con conexión a Internet, con memoria,

diseñado específicamente para una función, pero que pueden llevar a cabo otras funciones más generales.

Distanciamiento emocional: En la psicología, se estudia el **distanciamiento emocional** tanto como una forma de protección de un agresor, hábitos familiares poco saludables y una forma de empatía para superar la separación en una relación amorosa.

E

Emisor: En un acto de comunicación, persona que enuncia el mensaje.

Enfoque: Dirigir la atención o el interés hacia un asunto o problema desde unos supuestos previos, para tratar de resolverlo acertadamente.

Entorno digital: El entorno digital es el conjunto de canales, plataformas y herramientas que disponen las marcas o negocios para tener presencia en Internet.

Evolución: Serie de transformaciones continuas que va experimentando la naturaleza y los seres que la componen.

F

Factibilidad: Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas, es decir, si es posible cumplir con las metas que se tienen en un proyecto, tomando en cuenta los recursos con los que se cuenta para su realización.

G

Generaciones: Conjunto de personas que, habiendo nacido en fechas próximas y recibido educación e influjos culturales y sociales semejantes, adoptan una actitud en cierto modo común en el ámbito del pensamiento o de la creación.

Globalización: Difusión mundial de modos, valores o tendencias que fomenta la uniformidad de gustos y costumbres.

I

Influencia: Persona con poder o autoridad con cuya intervención se puede obtener una ventaja, favor o beneficio.

Información: Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada.

Innovar: Mudar o alterar algo, introduciendo novedades.

Inminente: Que está a punto de suceder o que está muy próximo en el tiempo.

Instagram: Es una red social y aplicación. Su función es subir fotos y vídeos.

Interacción: Acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, personas, agentes, fuerzas, funciones, etc.

Internet: Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación.

Interpretar: Explicar o declarar el sentido de algo, y principalmente el de un texto.

Interrelación: Correspondencia mutua entre personas, cosas o fenómenos.

Intimidación: Causar o infundir miedo, inhibir.

Investigación: Es una actividad orientada a la obtención de nuevos conocimientos y su aplicación para la solución a problemas o interrogantes de carácter científico.

L

Lascivo: es el comportamiento o conducta sexual que se considera grosero y ofensivo, o contrario a la moral local u otros estándares de comportamiento apropiado.

M

Masificar: Hacer multitudinario algo que no lo era.

Medio: Hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o de comunicación.

Medios sociales: Son plataformas de comunicación en línea donde el contenido es creado por los propios usuarios mediante el uso de las tecnologías de la Web 2.0, que facilitan la edición, publicación e intercambio de información.

Memes: Imagen, video o texto, por lo general distorsionado con fines caricaturescos, que se difunde principalmente a través de internet.

Mensaje: Conjunto de señales, signos o símbolos que son objeto de una comunicación.

Millenials: La palabra 'Millennial' es un anglicismo con el cual se hace referencia a las personas nacidas entre los años 1980 y 2000, también denominados la generación 'Y', por su alto interés en la tecnología, actualmente las personas que nacieron en estos años tienen edades de entre los 17 y 37 años

Milenio: Período de 1000 años.

Muestra: Parte o porción extraída de un conjunto por métodos que permiten considerarla como representativa de él.

N

Nativos digitales: describe a una persona que ha crecido en la era digital, en lugar de haber adquirido familiaridad con los sistemas digitales como adulto en cuanto entonces se le debe considerar como un inmigrante digital.

Nube de internet: Espacio de almacenamiento y procesamiento de datos y archivos ubicado en internet, al que puede acceder el usuario desde cualquier dispositivo.

O

Optimizar: Buscar la mejor manera de realizar una actividad.

P

Pareja: Conjunto de dos personas, animales o cosas que tienen entre sí alguna correlación o semejanza, y especialmente el formado por hombre y mujer.

Perfil: Es el conjunto de información que contiene su configuración, preferencias, mensajes de correo, contraseñas, libretas de direcciones y certificados. Los programas de correo utilizan los perfiles para organizar la información de distintos usuarios.

Plataformas digitales: Es un lugar de Internet, portal o ciber sitio, que sirve para almacenar diferentes tipos de información tanto personal como a nivel de negocios.

Problemas psicosociales: Acontecimientos vitales negativos, o una dificultad o deficiencia ambiental, un estrés familiar o personal, una insuficiencia en el apoyo social o en los recursos personales u otro problema relacionado en particular con la depresión, la ansiedad y los trastornos de la conducta alimentaria son

frecuentes durante la adolescencia.

R

Receptor: En un acto de comunicación, persona que recibe el mensaje.

Red global: Incluye todos los recursos informáticos de una organización, aun cuando estos no estén interconectados, de manera que, seguridad global es mantener bajo protección todos los componentes de una red global.

Redes sociales: Es una estructura social compuesta por un conjunto de usuarios (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.). El tipo de conexión representable en una red social es una relación diádica o lazo interpersonal.

Relación virtual: Son aquellas que no necesitan un espacio físico. Transcurren en el ciberespacio. Algunas pueden ser el preámbulo de la construcción de una relación real, es decir, una relación donde las personas lleguen a conocerse cara a cara.

S

Saciar: Hacer que alguien vea cumplidos o resueltos un deseo o una necesidad anímica.

Sensibilización: Concienciación e influencia sobre una persona para que recapacite y perciba el valor o la importancia de algo: la sensibilización de la sociedad frente a los problemas del Tercer Mundo es cada vez mayor.

Sexting: Es un término que se refiere al envío de mensajes sexuales, eróticos o pornográficos, por medio de teléfonos móviles.

Signos: Unidad mínima de la oración, constituida por un significante y un significado.

T

Tecnología: Conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico.

Teórico: Conocimiento especulativo con independencia de toda aplicación.

Trascendentales: Que es de mucha importancia o gravedad, por sus probables

consecuencias.

Transmisión: Hacer llegar a alguien mensajes o noticias.

U

Usuario: Es una persona que utiliza una computadora o un servicio de red.

V

Virtual: Que solamente existe de forma aparente y no es real.

W

Whatsapp: Es una aplicación de mensajería para teléfonos inteligentes, en la que se envían y reciben mensajes mediante Internet, complementando servicios de mensajería instantánea, servicio de mensajes cortos o sistema de mensajería multimedia.

Referencias

- 12manage.com. (2020). *12manage*. Obtenido de https://www.12manage.com/methods_heider_attribution_theory_es.html
- Álvarez Moreno, M. (2019). Nuevos mundos para la comunicación. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 7.
- Beltrán Carrillo, V., & Et, A. (2017). Diferencias según género en el tiempo empleado por adolescentes en actividad sedentaria y actividad. *RETOS. Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, 3-7.
- 12manage.com. (2020). *12manage*. Obtenido de https://www.12manage.com/methods_heider_attribution_theory_es.html
- Aira, T. (2015). *La Comunicación Política*. Barcelona: UOC.
- Álvarez Moreno, M. (2019). Nuevos mundos para la comunicación. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 7.
- Amor Pérez-Rodríguez, Á. D.-P.-R. (2015). *Niños y Jóvenes ante las redes y pantallas*. Barcelona: Gedisa, S.A.
- Arboleda Acosta, M. (18 de 12 de 2017). *Brandec*. Obtenido de Brandec: <http://www.hablemosdemarcas.com/estadisticas-de-redes-sociales-en-ecuador-2017/>
- Beltrán Carrillo, V., Sierra, A., Jiménez Loais, A., González Cutre, D., Martínez Galindo, C., & Cervelló, E. (2017). Diferencias según género en el tiempo empleado por adolescentes en actividad sedentaria y actividad. *RETOS. Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, 3-7.
- Bonavitta, P. (09 de 2015). *Scielo.org*. Obtenido de Scielo.org: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-81102015000200009&script=sci_arttext
- Canaan, R. (2019). *Lifeder.com*. Recuperado el 05 de Noviembre de 2019, de Lifeder.com: <https://www.lifeder.com/comunicacion-intrapersonal/>
- Carrillo, C. A. (2016). *Tipos de Comunicación*. México: Universidad Popular Autónoma de Veracruz.
- Carrillo, C. A. (2016). *Tipos de Comunicación*. Obtenido de http://www.universidadupav.edu.mx/documentos/BachilleratoVirtual/Contenidos_PE_UPAV/3Trimestre/TAAC%201/unidad2/tema2.pdf
- Castro, A. (2014). *Comunicación Organizacional. Técnicas y Estrategias*. Colombia: Universidad del Norte.
- Colegio UTN*. (2018). Recuperado el 2019, de <http://www.utn.edu.ec/colegio/>
- Contreras Cazares, C., & Campa Álvarez, R. (2017). CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL DE LOS ESTUDIANTES DE SECUNDARIAS EN EL ACCESO Y USO DE INTERNET A PARTIR DE LAS TIC. *Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 4.
- Costa, J. (2016). *El DirCom hoy*. En J. Costa. Barcelona: CPC.

- Cuevas, G. S. (14 de 06 de 2019). *La mente es maravillosa* . Obtenido de <https://lamenteesmaravillosa.com/paul-watzlawick-y-la-teoria-de-la-comunicacion-humana/>
- Diaz. (15 de 6 de 2017). *Social Media líderes*. Obtenido de Social Media líderes: <http://socialmedialideres.com.ve/origen-y-evolucion-de-las-redes-sociales/>
- Díaz, C., Gonzales, J., Ganua, E., & Vargas, M. (2018). *Nuevas generaciones: El desafío de encontrar estrategias motivadoras para el proceso de enseñanza y aprendizaje*. Obtenido de http://www.duti.org.ar/files/DU018-DIAZ-GAUNA-GONZALEZ-ROCHA_VARGAS-.pdf
- Digital Media, I. (14 de Febrero de 2018). *IT User, Tech & Business*. Obtenido de <https://www.ituser.es/actualidad/2018/02/como-afecta-la-tecnologia-a-las-relaciones-de-pareja>
- Domínguez, R. G. (09 de 09 de 2019). *Betech*. Obtenido de https://as.com/meristation/2019/09/05/betech/1567701122_340273.html
- Dr. Cecilia Díaz, Cr. José Luis González, Cr. Eduardo Gauna & Cr. Marcelo Emilio Vargas. (2018). *Nuevas generaciones: El desafío de encontrar estrategias motivadoras para el proceso de enseñanza y aprendizaje*. Argentina. Obtenido de http://www.duti.org.ar/files/DU018-DIAZ-GAUNA-GONZALEZ-ROCHA_VARGAS-.pdf
- ENEMDU. (2017). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2017/Tics%202017_270718.pdf
- ESdesign. (18 de Febrero de 2018). Obtenido de <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/el-concepto-de-comunicacion-digital-en-la-actualidad#>
- Espuñes Fernández, E. (07 de 2015). *Educomunicación: Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, en la educación. Trabajo de Fin de Grado en Publicidad y RR.PP.* Segovia, España: Universidad de Valladolid. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/14145/TFG-N.340.pdf;jsessionid=695375D6C0AD402384A98842C32E082D?sequence=1>
- García Ruíz , R., Tirado Morueta, R., & Gómez, Á. H. (2018). *Redes sociales y estudiantes: motivos de uso y gratificaciones. Evidencias para el aprendizaje. Aula Abierta*, 292.
- González Valarezo, M., Vivero Quintero, C., & Campelo Vásquez, M. (2018). *IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN PSICOLÓGICA EN LA CONDUCTA SOCIAL DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS. Opuntia Brava*.
- Guerrero Vega, R. (2017). *Redes sociales: riesgos y amenazas. Revista de la Universidad Politécnica de Nicaragua*.
- Hernández Contreras, J., Ortíz Martínez, M., Martínez Almaguer, J., Ramirez, A., & Moramontes, A. (2019). *ADICCIÓN A INTERNET: EL CASO DE ADOLESCENTES DE CINCO ESCUELAS SECUNDARIAS DE MÉXICO. Enseñanza e Investigación en Psicología*, 34-45.
- INEC. (2010). *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

- Jaramillo Ospina, K., Navia Mayorga, F., & Camacho Villota, W. (2017). NIÑOS Y ADOLESCENTES. SU DEPENDENCIA DE LA TECNOLOGÍA MÓVIL . *Revista Pertinencia Académica*, 57-68.
- José Gómez, F. (2016). La Comunicación. *Salus*, 5.
- Latorre, M. (2018). *Universidad Marcelino Champagnat*. Obtenido de Universidad Marcelino Champagnat:
http://umch.edu.pe/arch/hnomarino/74_Historia%20de%20la%20Web.pdf
- Ledo, M., & Mujica, R. (07 de 2018). *Scielo*. Obtenido de
http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-21412018000300021&script=sci_arttext&tIng=pt
- López, G., Gamir, J., & Valera, L. (2018). *Researchgate.net*. (Síntesis, Ed.) Obtenido de Researchgate.net:
https://www.researchgate.net/publication/325078467_Comunicacion_politica_teorias_y_enfoques
- López, J. S. (2017). *Tecnologías Imaginadas. Discusión entre mutantes digitales*. Bogotá, Colombia: Universidad Santo Tomás.
- Marín, A. L. (15 de 06 de 2015). *Hologramática*. Obtenido de
<http://redmarka.net/ra/revista.php?wid=3&articulo=371&tipo=&eid=23&sid=137&NombreSeccion=Articulos&Accion=Completo>
- Mendoza, W. (9 de 2 de 2016). *Redalyc.org*. Obtenido de
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/122/12246766005/html/index.html>
- Moyá Ruíz, M. (2017). *Habilidades Comunicativas y Comunicación Política*. Alicante, España: Universidad Miguel Hernández.
- Moreno, M. A. (14 de 06 2019). *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*. Obtenido de <https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/2869>
- Ortíz, D. (04 de Febrero de 2016). *El Comercio*. *Los adolescentes ecuatorianos son los más 'facebookeros' de la región*, pág. 01. Obtenido de
<https://www.elcomercio.com/guaifai/adolescentes-ecuador-facebook-instagram-youtube.html>
- Osuna Acedo, S., Frau Meigs, D., & Marta Lazo, C. (2018). Educación Mediática y Formación del Profesorado. Educomunicación más allá de la Alfabetización Digital. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 30.
- Pérez Rodríguez, M. A., Delgado Ponce, Á., García, R., & Caldeiro, C. (2015). *Niños y Jóvenes ante las redes y pantallas*. Barcelona: Gedisa, S.A.
- Ponce, J. P. (2019). *Formación Gerencial*. Obtenido de
<https://blog.formaciongerencial.com/estadodigitalecuador/>
- RAE. (2019). *Real Academia Española*. Obtenido de
<https://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=cultura>
- Ramos, V. S. (2019). *Expresión y Comunicación*. España: Editex.

- Renau. (03 de 08 de 2018). *La Comunicacion actual*.
- Rissoan, R. (2016). *Redes sociales: comprender y dominar las nuevas herramientas de comunicación*. Barcelona, España: ENI.
- Rivera, M. G. (2018). *Repositorio Academico Universidad San Martin de Porres*. Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3651/3/barrantes_rm.pdf
- Robles, M. d. (01 de 06 de 2018). *Dialnet*. Obtenido de <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1134>
- Rubio, A. M. (2015). *Redes Sociales*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Serrano, L. (24 de Octubre de 2019). Violencia de género digital y adolescentes. *El Herald*o.
- Terán Villegas, O., & Aguilar Castro, J. (2018). Modelo del proceso de influencia de los medios de comunicación social en la opinión pública. *Educere*.
- UEPA. (2018). *Unidad Educativa Pensionado Atahualpa*. Obtenido de <https://www.pensionadoatahualpa.edu.ec/web/>
- Vargas, V. (2019). *Repositorio Academico San Martin de Porres*. Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/5558/1/VARGAS_CY.pdf
- Vásquez , N., & Pástor, Y. (2019). USO DE REDES SOCIALES Y MENSAJERÍA INSTANTÁNEA EN RELACIONES DE PAREJA EN LA JUVENTUD: UN ESTUDIO PRELIMINAR. *Health and Addictions Salud y Drogas*.
- Vilches, F., & Sanz, L. (2014). *Comunicación Social y Accesibilidad*. Madrid: Dykinson.

ANEXOS

ANEXO 1.- Modelo de Encuesta

FORMATO CUESTIONARIO ESTUDIANTES



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA CARRERA DE RELACIONES PÚBLICAS

La presente encuesta tiene como objetivo analizar cómo influyen las redes sociales en las relaciones de pareja de los estudiantes de 3ro de bachillerato de la ciudad de Ibarra.

La encuesta se realizará en el Colegio Universitario UTN y en la Unidad Educativa Pensionado Atahualpa.

La información proporcionada será anónima, por lo tanto, será confidencial, por tal motivo se pide que responda con toda sinceridad.

Instrucciones: marque con una (x) en el círculo según corresponda su respuesta.

Género	Edad
<input type="radio"/> Femenino	<input type="radio"/> 16 años
<input type="radio"/> Masculino	<input type="radio"/> 17 años
<input type="radio"/> LGBTI	<input type="radio"/> 18 años
	<input type="radio"/> 19 años

1. De las siguientes opciones, seleccione (una) alternativa tecnológica que más utiliza

- Teléfono celular
- Laptop
- Computadora de escritorio (PC)
- Tablet

2. ¿Cuánto tiempo al día navega en internet?

- Menos de 1 hora
- De 1 a 2 horas
- De 2 a 3 horas
- De 3 a 5 horas
- De 6 a 8 horas
- Más de 8 horas

3. ¿En qué horario utiliza con más frecuencia Internet?

- Mañana
- Tarde
- Noche

4. ¿En qué lugar tiene más acceso a Internet?

- Casa
- Colegio
- Parques
- Cibercafés
- Otros
- (especifique).....

5. De las siguientes plataformas digitales, señale dos opciones que más utiliza para establecer contactos o relaciones interpersonales

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Whatsapp
- YouTube
- Snapchat

6. De las siguientes opciones, seleccione una alternativa que considere la razón principal por la que utiliza Facebook

- Entretenimiento
- Buscar Amigos
- Seguir a Influencers
- Buscar pareja
- Compartir memes

7. ¿Antes de aceptar una solicitud de amistad en Facebook, verifica el perfil de la persona?

- SI
- NO

8. ¿Alguna vez ha aceptado salir con alguien que apenas conoce en Facebook?

- SI
- NO

Si la respuesta es SI responda la pregunta 9, caso contrario continúe la encuesta con la pregunta 10

9. ¿Qué tipo de relación ha compartido con esa persona?

- De amistad
- Amorosa

10. ¿Alguna vez ha creado un perfil falso en Facebook?

- SI
- NO

Si su respuesta es positiva, responda la siguiente pregunta, caso contrario continúe la encuesta con la pregunta 12

11. ¿Cuál fue el motivo que tuvo para crear el perfil falso?

- Revisar la información compartida por mi pareja
- Enterarse de lo que hacen mis familiares y amigos
- Aparentar otro estilo de vida
- Buscar pareja
- Realizar comentarios anónimos en perfiles de otras personas

12. Actualmente tiene una relación sentimental? (de ser positiva su respuesta siga con la pregunta 13, caso contrario pase a la pregunta 15)?

- Si
- No

13. ¿Siente que su relación sentimental se ha visto afectada por el uso frecuente de redes sociales?

- Si
- No

14. Señale cuál es el motivo, por el que su relación sentimental, se ha visto afectada

- Por Celos (dar un “me gusta” a comentarios de una persona del sexo opuesto o del mismo sexo, agregar personas desconocidas o a ex-parejas)
- Desconfianza por alguno de sus contactos de Facebook (mantiene entre sus contactos alguien con quien Ud. tuvo algún tipo de problema personal en el pasado)
- Dedicar más tiempo a las redes sociales que a pasar momentos con usted
- Irrespeto a su privacidad (Tomar su celular sin permiso, controlar lo que publica, eliminar contactos sin su permiso, hacer una publicación, comentario o meme de la pareja sin su permiso)

15. ¿Alguna vez se ha sentido acosado (da) a través de redes sociales?

- Si
- No

Si su respuesta es afirmativa, responda la siguiente pregunta, caso contrario la encuesta termina aquí

16. ¿Qué tipo de acoso ha sentido?

- Bullying (Intimidación, comentarios lascivos en publicaciones o fotos y memes)
- Sexting (Envío de imágenes con contenido sexual con consentimiento de las personas involucradas)
- Acoso psicológico (insultos, dobles sentidos, sarcasmos en publicaciones, fotos o memes)
- Acoso sexual (Envío de imágenes con contenido sexual por parte de terceros malintencionados, envío de imágenes y videos denigrantes, creación de perfiles falsos con contenido sexual para atentar contra su honra)
- Ciberacoso (propagación de información confidencial o falsos rumores)

ANEXO 2.- Aplicación de Encuestas



Encuesta Colegio Universitario (UTN)



Encuesta Colegio Universitario (UTN)



Encuesta Unidad Educativa Pensionado Atahualpa



Encuesta Unidad Educativa Pensionado Atahualpa

ANEXO 3.- Entrevista con los Psicólogos de las Unidades Educativas y a la Msc. Verónica León Psicóloga y Docente de la FECYT de la UTN.

Entrevista realizada al Lcdo. Hernán Sarmiento (Colegio Universitario UTN)

1.- ¿Conoce algún caso de relación sentimental entre compañeros dentro del colegio?

Sí, conozco algunos casos de estudiantes que tienen una relación sentimental, no solo con compañeros de la misma institución, sino también con estudiantes de otras instituciones, en algunos casos cuentan con el consentimiento de los padres.

2.- ¿Los estudiantes le comunican algún problema personal que tienen en el ámbito de las relaciones con su pareja?

No muchos estudiantes tienen la confianza de comentarlo pero sí ´he tenido casos en los que cuentan que tienen inconvenientes con su pareja sentimental que incluso han llegado a afectar su rendimiento.

3.- ¿Conoce algún caso de acoso a estudiantes a través de las redes sociales?

Lamentablemente, con la aparición de las redes sociales, se han dado casos de acoso de todo tipo a los estudiantes como envío de mensajes ofensivos, publicación de fotos, no solo por parte de su pareja, sino por personas desconocidas y eso es algo grave.

4.- ¿Cuál es su visión como profesional, sobre la influencia de redes sociales en las relaciones de pareja de los estudiantes?

La influencia de redes sociales es muy alta, es una problemática a nivel nacional, sobre todo en las relaciones de pareja, lo cual llega a causar problemas de toda índole como por ejemplo la desconfianza, los celos, sentimientos de controlar a la pareja.

5.- ¿Alguna vez los estudiantes le han comentado si han salido con alguien que apenas conocieron a través de redes sociales?

La verdad, son muy pocos los estudiantes que se han acercado a comentar sobre eso, obviamente no siempre acuden a alguien a comentar sobre sus asuntos personales.

6.- ¿Aconseja a los estudiantes sobre el peligro de las redes sociales?

Sí, siempre se les advierte sobre los peligros existentes, incluso se realizan talleres con los padres de familia, pero lamentablemente, los estudiantes no siempre hacen caso a las advertencias.

7.- ¿Cree que se necesita un control por parte de los padres a los hijos en el uso de estas plataformas de interacción social?

Sí, siempre se recomienda a los padres que presten atención al comportamiento de sus hijos y apliquen un control sobre el uso de redes sociales.

Entrevista realizada al Psic. Luis Lugmaña (Unidad Educativa Pensionado Atahualpa)

1.- ¿Conoce algún caso de relación sentimental entre compañeros dentro del colegio?

Los estudiantes son muy reservados en ese aspecto, muy pocos se han acercado a comentar sobre sus relaciones de pareja.

2.- ¿Los estudiantes le comunican algún problema personal que tienen en el ámbito de las relaciones con su pareja?

Los pocos estudiantes que se han acercado han tenido la confianza de comentarme sobre sus problemas de pareja debido a la influencia de las redes sociales, incluso tuve un par de casos en los que sus parejas eran muy celosas y posesivas.

3.- ¿Conoce algún caso de acoso a estudiantes a través de las redes sociales?

Sí, existen ciertos casos que se han dado, como el envío de mensajes ofensivos, fotografías indecorosas, Bullying, acoso psicológico.

4.- ¿Cuál es su visión como profesional, sobre la influencia de redes sociales en las relaciones de pareja de los estudiantes?

Como profesional, he visto que actualmente las redes sociales han influenciado significativamente en los estudiantes y en sus relaciones, no solo de pareja, sino en sus relaciones familiares.

5.- ¿Alguna vez los estudiantes le han comentado si han salido con alguien que apenas conocieron a través de redes sociales?

Sí, son pocos los estudiantes que han tenido esa confianza, han dado a conocer que en muchas ocasiones han tenido una cita con quien apenas conocen a través de redes sociales sin siquiera darse cuenta que puede ser peligroso.

6.- ¿Aconseja a los estudiantes sobre el peligro de las redes sociales?

Sí, como profesional, siempre me he preocupado de hacerles comprender a los estudiantes sobre los peligros que existen en redes sociales, como los perfiles falsos, la existencia de redes de pedofilia, de secuestradores, pero no siempre se tienen resultados positivos porque incluso hay padres de familia que no ejercen un control.

7.- ¿Cree que se necesita un control por parte de los padres a los hijos en el uso de estas plataformas de interacción social?

Sí, siempre aconsejo a los padres que traten de controlar el uso de redes sociales, pero lamentablemente hay padres de familia que son demasiado permisivos.

Entrevista realizada a la Msc. Verónica León (UTN)

1.- ¿Ha tratado usted algún problema psicológico personal o de pareja que se haya suscitado en el ámbito de las relaciones de pareja en los adolescentes?

No he tratado directamente con adolescentes, pero si he conocido de algunos casos que se han dado debido a la influencia de redes sociales, como el acoso,

dependencia emocional, trastornos obsesivos generados por el uso de redes sociales.

2.- ¿Conoce algún caso de acoso a estudiantes a través de las redes sociales?

Sí, varios casos como por ejemplo el control que ejerce la pareja, saber qué publica, con quien intercambian mensajes, la desconfianza, las amenazas.

3.- Como profesional, ¿ha tratado o ha conocido de algún caso de adolescentes que crean perfiles falsos?

Sí, he conocido ciertos casos en los que han creado perfiles falsos con el propósito de controlar a la pareja e incluso a sus propios familiares.

4.- ¿Cree que se necesita un control por parte de los padres a los hijos en el uso de estas plataformas de interacción social?

Sí, últimamente se ha evidenciado que actualmente existen padres que son permisivos y esto trasciende en que los adolescentes se mantengan conectados todo el tiempo, sin que exista la advertencia sobre el peligro que puede correr su seguridad.

5.- Puede dar su opinión y punto de vista personal sobre la influencia de las redes sociales en las relaciones de pareja adolescente?

En la actualidad las redes sociales han influenciado significativamente en los adolescentes y más aún en las relaciones de pareja, lo que ha conllevado a la existencia de problemas que llegan a generar patrones de conducta obsesiva, trastornos de ansiedad y depresión.

ANEXO 4.- Fotografías entrevistas realizadas



Entrevista realizada al Psic. Luis Lugmaña (Unidad Educativa Pensionado Atahualpa)



Entrevista realizada al Lcdo. Hernán Sarmiento (Colegio Universitario UTN)



Entrevista realizada a la Msc. Verónica León (UTN)

ANEXO 5: Variantes del Logo de la Campaña

NO TE
En Redes

Libérate y combate la violencia de género

NO TE

En Redes!

Libérate y combate la violencia de género

NO TE

En Redes.

Libérate y combate la violencia de género

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS_2020.docx (D63770411)
 Submitted: 2/12/2020 2:39:00 AM
 Submitted By: pfgarciap@utn.edu.ec
 Significance: 5 %

Sources included in the report:

BRANDON OLIVO.docx (D61272853)
 TESIS KAREN GALAN VERA 2017-2018 ACTUAL.docx (D43333775)
 Tesis Ana R- Dayana P.docx (D54603431)
 TRABAJO TITULACION TANIA GABRIELA OBANDO RONQUILLO.docx (D47167730)
https://www.12manage.com/methods_heider_attribution_theory_es.html
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/14145/TFG-N.340.pdf;jsessionid=695375D6C0AD402384A98842C32E082D?sequence=1> Garc
<http://redmarka.net/ra/revista.php?wid=3&articulo=371&tipo=&eid=23&sid=137&NombreSeccion=Articulos&Accion=Completo> Men doza,
http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3651/3/barrantes_rmg.pdf Robles,
http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/5558/1/VARGAS_CY.pdf
<https://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/42/1/Tesis%20Final.pdf>
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/24224/1/FJCS-CS-432.pdf>
<https://de.slideshare.net/AlejandroMagnoRvagoF/anlisis-sobre-la-influencia-de-las-redes-sociales-en-los-estudiantes-de-4to-ao-de-la-unidad-educativa-nueva-barcelona>

Instances where selected sources appear:

37