

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

“UTN”



FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

“FECYT”

CARRERA: Relaciones Públicas

PLAN DE TITULACIÓN, MODALIDAD PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA: LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE Y EL USO DE MEDIOS DIGITALES PARA EL ACCESO A LA INFORMACION, EVENTOS Y NOTICIAS.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA DE RELACIONES PUBLICAS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Desarrollo social y comportamiento humano

AUTORES: Jorge Luis Chavarrea Ortega

TUTORA. Msc. Ana María Larrea

Ibarra septiembre de 2017



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 de mi trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Institucional para lo cual pongo a disposición la siguiente información.

DATOS DE CONTACTO	
CEDULA DE IDENTIDAD	100389419-1
APELLIDOS Y NOMBRES	Chavarrea Ortega Jorge Luis
DIRECCIÓN	Antonio Cordero y Ricardo Sánchez
EMAIL	Suco-jorge93@hotmail.com
TELÉFONO FIJO	602-609-111

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE Y EL USO DE MEDIOS DIGITALES PARA EL ACCESO A LA INFORMACIÓN, EVENTOS Y NOTICIAS
Autor:	Chavarrea Ortega Jorge Luis
Fecha:	27 de julio del 2018

SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA	<input checked="" type="checkbox"/> Pregrado <input type="checkbox"/> Posgrado
DIRECTOR	Msc. Ana Maria Larrea Ayala

2 AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo LUIS CHAVARREA ORTEGA JORGE con CI Nro. 1003894191 En calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo descrito anteriormente hago entrega del ejemplar respectivo en forma digital a la Universidad Técnica del norte, y la publicación de la obra en el repositorio institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad, para cumplir la disponibilidad del material y como apoyo de la investigación y extensión; en concordancia con la ley de educación superior

3 CONSTANCIAS

El autor(es) manifiesta(n) que la obra objeto de la presente autorización desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es del titular de los derechos patrimoniales por lo cual se responsabiliza del contenido del mismo y saldrá en defensa de los casos de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 27 días del mes de diciembre de 2018

EL AUTOR



Jorge Luis Chavarrea Ortega

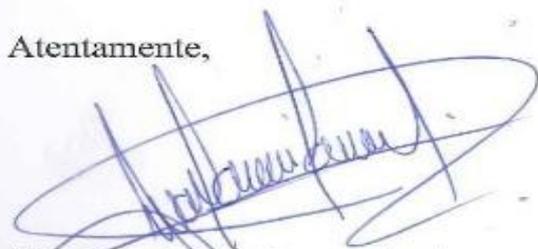
ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido asignado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra he aceptado con satisfacción participar como director del Trabajo de Grado del tema **“LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN CINECIA Y TECNOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE Y EL USO DE LOS MEDIOS DIGITALES PARA EL ACCESO A LA INFORMACIÓN, EVENTOS Y NOTICIAS”** realizado por el Sr. Jorge Luis Chavarrea Ortega, previo a la obtención del título de Licenciatura en Relaciones Públicas.

Al ser testigo presencial y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, afirmo que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser expuesto públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que puedo certificar por ser justo y legal

Atentamente,



Msc. Ana María Larrea Ayala

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

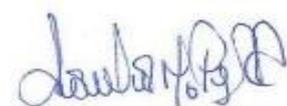
En la ciudad de Ibarra a los 27 días del mes de Julio del 2018, se procede con la aprobación por parte del Tribunal para obtener el grado de Licenciatura en Relaciones Públicas



Msc. Fabricio Rosero
MIEMBRO TRIBUNAL



Msc. Claudia Ruiz
MIEMBRO TRIBUNAL



Msc: Sandra Pozo
MIEMBRO TRIBUNAL

I. DEDICATORIA

Dedico este trabajo de grado a mis padres que siempre han estado en mi vida universitario inculcando valores para seguir nuestros estudios y llegar a ser profesionales. Y a los profesores que con esmero nos han compartido sus conocimientos en cada semestre de nuestra carrera.

Jorge Chavarrea

II. AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a todos mis licenciado ya que ellos me enseñaron a valorar los estudios y a superarme cada día, también agradezco a mis padres porque ellos estuvieron en los días más difíciles de mi vida como estudiante, y han dado todo el esfuerzo para que ahora este culminando esta etapa de mi vida.

Y un agradecimiento especial a mi tutora de tesis Msc. Ana María Larrea, por la dedicación y apoyo que ha brindado a este trabajo por el respeto a mis sugerencia e ideas y por la dirección y el rigor que ha facilitado a las mismas.

Jorge Chavarrea.

III. RESUMEN

La comunicación digital es un fenómeno que ha calado en la vida cotidiana del hombre. Surge como efecto de las nuevas tecnologías que se introducen de manera vertiginosa en el campo de la comunicación. Esta novedosa forma de comunicación le abre numerosas puertas al usuario. Le otorga herramientas no sólo para expresarse de forma escrita, sino que le permite usar imágenes, videos, grabaciones de voz, animaciones, hipervínculos, correos electrónicos, blogs, entre otros; para expresar sus pensamientos e ideas.

En la actualidad los medios digitales son una herramienta muy indispensable para todos los jóvenes estudiantes de forma positiva y negativa, lo que conlleva a un correcto uso de estos medios, es muy importante que los estudiantes antes de publicar y compartir una información verifiquen si es verdadera o falsa contrastando con otras fuentes.

La presente investigación se la realizó a estudiantes de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte. Los resultados que arrojó la investigación fue que el 53% de estudiantes encuestados hacen uso del celular para acceder con mayor frecuencia a Facebook donde a ellos les generan mayor interés publicaciones de entretenimiento y cultura.

Con la utilización de la guía de buen uso de medios digitales será un apoyo para impulsar el buen uso de estas herramientas de comunicación en los estudiantes, inculcando una cultura de enseñanza y aprendizaje al momento de buscar información y noticias de interés actual, asegurando una información de calidad.

El plan de comunicación ayudará a la socialización de la guía de buen uso de plataformas digitales a estudiantes y docentes, y creara canales de comunicación participativos mejorando y promoviendo la motivación e integración entre ellos.

IV. SUMMARY

Digital communication is a phenomenon that has permeated the daily life of man. It arises as an effect of new technologies that are introduced in a dizzying way in the field of communication. This new form of communication opens numerous doors to the user. It gives you tools not only to express yourself in written form, but allows you to use images, videos, voice recordings, animations, hyperlinks, emails, blogs, among others; to express your thoughts and ideas.

Currently, digital media is a very indispensable tool for all young students in a positive and negative way, which leads to a correct use of these media, it is very important that students before publishing and sharing information verify if it is true or false contrasting with other sources.

The present investigation was made to students of the Faculty of Education Science and Technology of the Universidad Técnica del Norte. The results of the research was that 53% of the students surveyed use their cell phones to access Facebook more frequently, where they are more interested in entertainment and culture publications.

With the use of the guide of good use of digital media will be a support to promote the proper use of these communication tools in students, inculcating a culture of teaching and learning when looking for information and news of current interest, ensuring information quality.

The communication plan will help the socialization of the guide of good use of digital platforms to students and teachers, and will create participatory communication channels improving and promoting motivation and integration among them.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	VIII
AGRADECIMIENTO	IX
RESUMEN	X
SUMMARY	XI
TEMA	XVI
CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA	XVII
JUSTIFICACIÓN	XXI
OBJETIVO GENERAL	XXII
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	XXII
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	XXIII
CAPITULO I: MARCO TEÓRICO	18
1. Comunicación.....	18
1.1. Comunicación organizacional.	19
1.1.2. Comunicación interna	19
1.1.3. Comunicación externa	20
1.2. Flujos de comunicación.....	20
1.2.1. Comunicación descendente.....	20
1.2.2. Comunicación ascendente.....	21
1.2.3. Comunicación Horizontal.....	21
1.2.4. Comunicación Transversal.	21
1.3. Las Relaciones Públicas	22
1.3.1. Evolución de las relaciones públicas	22
1.4. Modelos de Grunig.....	24
1.4.1. Modelo de agente de prensa.....	24
1.4.2. Modelo de información pública.....	24
1.4.3. Modelo asimétrico bidireccional.	24
1.4.4. Modelo Simétrico Bidireccional.....	25
1.5. Medios de Comunicación.....	25
1.5.1. La Evolución de los Medios de Comunicación	25
1.5.2. Evolución.....	26

1.6.	Los Medios de Comunicación y su Relación con las Tecnologías de Información .	28
1.7.	La Educación en las TICs.....	29
1.8.	Comunicar, Difundir, Informar.....	30
1.9.	Acceso a la Información	30
1.10.	Desinformación y Manipulación	31
1.11.	Noticia	32
1.12.	Eventos.....	32
1.13.	Medios Digitales.....	33
1.13.1.	Cultura Digital	34
1.14.	Innovación Educativa y uso de las TICs.....	34
1.15.	La Universidad del Siglo XXI	35
1.16.	Adicción al Internet.....	36
1.17.	Las Redes Sociales.....	37
1.17.1.	Redes sociales con mayor número de usuarios.....	38
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA.....		39
2.1.	Tipo de Investigación	39
2.2.	Métodos.....	39
2.2.1.	Inductivo.	39
2.2.2.	Deductivo.	40
2.2.3.	Analítico – Sintético.	40
2.3.	Técnicas.....	40
2.3.1.	Encuestas.	40
2.3.2.	Entrevistas.....	41
2.3.3.	Observación.	41
2.4.	Instrumentos.....	41
2.5.	Población o Universo.	41
2.6.	Determinación de la Muestra.	42
CAPÍTULO III: DIAGNÓSTICO.....		43
3.1.	Encuesta Aplicada.	43
3.3.	Observación.	59
CAPITULO IV.....		60
Guía de buen uso de medios digitales, en el acceso de información para estudiantes universitarios.		60
4.1.	Título de la propuesta.	60

4.2.	Objetivos de la Guía	60
4.2.1.	Objetivo General	60
4.3.	Introducción.....	61
4.3.1.	Identidad Digital.....	61
4.4.	Facebook.....	62
4.4.1.	Perfiles.	62
4.4.2.	Páginas.	62
4.4.3.	Grupos.....	63
4.4.4.	Errores de uso.	63
4.4.5.	Ventajas de formar parte del Facebook de la facultad.....	64
4.4.5.1.	Que es un grupo en Facebook.	64
4.4.5.2.	Ventajas:	65
4.4.6.	¿Cómo los estudiantes verifican si lo que comparten es verdadero?	65
4.4.7.	¿Qué hacer cuando lo que compartes es falso?	66
4.5.	Whatsapp.....	67
4.5.1.	Errores habituales de los estudiantes en Whatsapp.	67
4.5.2.	Recomendación para un buen uso de WHATSAPP	68
4.5.3.	Recomendación para un buen uso de los grupos en WHATSAPP.....	68
4.5.4.	Ajustes generales	68
4.6.	Twitter.....	70
4.6.1.	Errores comunes de los adolescentes.....	70
4.6.2.	Lo que no sabías (UTN Ibarra – Ecuador).....	71
4.6.3.	¿Cómo escribir un twitter?	72
4.6.4.	Términos utilizados en TWITTER.....	73
4.7.	Instagram.....	74
4.7.1.	Consecuencias en los jóvenes.....	74
4.7.2.	Riesgos de usar Instagram	75
4.7.3.	Recomendaciones para un buen uso de INSTAGRAM.....	75
CAPÍTULO V.....		76
5.	Plan de Comunicación.	76
CAPITULO VI.....		86
6.1.	CONCLUSIONES.....	86
6.2.	RECOMENDACIONES.....	87

Bibliografía	88
Anexos:	90

INDICE DE TABLAS

TABLA 1	43
TABLA 2	44
TABLA 3	45
TABLA 4	46
TABLA 5	47
TABLA 6	48
TABLA 7	49
TABLA 8	50
TABLA 9	51
TABLA 10	52
TABLA 11	53
TABLA 12	54
TABLA 13	55
TABLA 14	56
TABLA 15	57

TEMA.

LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE Y EL USO DE MEDIOS DIGITALES PARA EL ACCESO DE INFORMACION, EVENTOS Y NOTICIAS.

VII. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA.

En la década de los años 70, un importante sector profesional que sentía la necesidad que el norte del país cuente con un centro de educación superior que responda a los requerimientos propios del sector, comienzan a dar los primeros pasos para el surgimiento lo que hoy en día es la Universidad Técnica Del Norte. El profesorado básicamente estaba compuesto por profesores de los distintos colegios de la provincia, que empezaron trabajando por patriotismo más que por el aspecto remunerativo. Conforme a la ley, la Universidad Técnica del Norte debió incorporarse como nuevo miembro del Consejo Nacional de Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador, hecho que se realizó luego de varias gestiones el 29 de abril 1987.

“La comunicación digital es un fenómeno que ha calado en la vida cotidiana del hombre. Surge como efecto de las nuevas tecnologías que se introducen de manera vertiginosa en el campo de la comunicación. Esta novedosa forma de comunicación le abre numerosas puertas al usuario. Le otorga herramientas no sólo para expresarse de forma escrita, sino que le permite usar imágenes, videos, grabaciones de voz, animaciones, hipervínculos, correos electrónicos, blogs, entre otros; para expresar sus pensamientos e ideas” (Zambrano, 2013).

Hace pocos años atrás las personas no conocían el uso y la importancia de los medios digitales, ya que ellos utilizaban medios tradicionales como es la tele, la prensa escrita. Con el paso del tiempo, las costumbres han ido innovando. El panorama de medios ha cambiado radicalmente en por el crecimiento de todos los medios digitales. En la actualidad la era digital ha tomado un enfoque muy importante para todas las personas, debido al intercambio de información es cada vez más rápido y completo a través de las redes, creando canales que entregan información, noticias e imágenes sobre el mundo en que nos desarrollamos como personas.

“El artículo 81 de la Constitución Política de la República, garantiza el derecho a acceder a las fuentes de información, como mecanismo para ejercer la participación

democrática, es necesario hacer efectivo el principio de publicidad de los actos, contratos y gestiones de las instituciones del Estado y de aquellas financiadas con recursos públicos o que por su naturaleza sean de interés público” (Suplemento, 2004, pág. 1)

Algunas instituciones públicas y privadas no se adaptan a la evolución de la comunicación, es importante tener una fuente fiable para informar todas sus actividades y eventos para que las personas que rodean a la institución estén informadas sobre sus actividades, porque lo que no se informa nunca ha existido. Hoy en día podemos apreciar a nivel mundial, que las empresas consideran que informar sus actividades se logra afrontar la globalización y así obtener un mayor desarrollo organizacional.

El tema de investigación es muy importante porque se ha visto reflejado el mal uso que dan los jóvenes universitarios y no dan la importancia que se merece, dando otro giro de utilidad a los medios. Con un buen manejo de los medios digitales la forma de pensar y de actuar de los jóvenes va a ser positiva, generando un cambio en el comportamiento humano, actitudes positivas, decisiones acertadas, soluciones de problemas y trabajo colaborativo.

Las causas principales del tema antes mencionado son:

- **Desconocimiento de aplicaciones en medios digitales.**

“Internet nació como un medio digital, donde los tradicionales dueños del contenido hacían accesible al resto, pasivo, su información, conocimiento o esparcimiento”. (Zanoni, 2008)

Hoy en día la evolución de los medios digitales se transforma constantemente, lo que las personas actualicen su formación digital para aplicar en los diferentes ámbitos que se desenvuelven.

- **Adición a las redes sociales.**

“El uso excesivo puede llegar a interferir con otras actividades cotidianas y hasta perturbar sus relaciones sociales y familiares. Pero en el caso de que, además, sea incapaz de dejar de usar Internet, o de que sienta un enorme malestar cuando no se pueda conectar, podemos encontrarnos frente a un problema de adicción”. (Choliz, 2012).

La mayoría de las personas en todo el mundo ya no puede pasar un momento sin estar conectados a una red social y mucho menos sin compartir actividades o fotos de ellos de su vida cotidiana. A la larga de este tipo de estilo de vida puede causar adicción.

Con el abuso y el mal uso de estas herramientas sociales de comunicación puedes causarnos aislamiento social y vivir en un mundo que nos es real.

- **Mal uso de los medios digitales.**

“El uso de aparatos digitales, no de todo tipo sino los realmente útiles, es decir los necesarios para lograr ser competitivo y estar consciente de la importancia de la tecnología que contribuye a la construcción de objetos virtuales para satisfacer a las necesidades de la humanidad, también conlleva una responsabilidad; el vicio, es caer en la esclavitud de ella, o en el abuso, lo cual puede ocasionar muchos problemas en lo personal y profesional”. (Hernandez, 2013).

Toda causa tiene efectos que generalmente son negativos, y pueden causar dificultades personales y grupales, los principales del tema abordado son:

- **Desconocimiento de información de eventos culturales.**

En la actualidad los jóvenes se preocupan por otras actividades y dejan a un lado el hábito de indagar más sobre la información importante de la coyuntura o temas de interés como son las noticias.

- **Aislamiento social.**

Los seres humanos viven en complejas redes de interacción social, con diferentes niveles de involucración que crean el contexto ecológico fundamental de la identidad humana (Muchnik, 2009).

Los jóvenes involuntariamente se alejan totalmente de su entorno y unos de los problemas que se ha presentado en los estudiantes de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte, es que hacen poco uso de las herramientas de medios digitales a la hora de informar e informarse sobre eventos de carácter cultural o social.

VIII. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad el uso de medios digitales es muy importante para interactuar entre todas las personas utilizando imágenes, videos y música. Los medios tradicionales han cambiado su enfoque en los jóvenes, pero aún tiene impacto en las personas adultas influyendo en la opinión pública. La importancia que tenían con las nuevas tendencias de comunicación, que han roto esquemas en el campo de la educación. Es una herramienta muy indispensable para la enseñanza y el aprendizaje, optando un buen uso para compartir e investigar información actual y asegurar información de calidad tanto de los estudiantes como de los profesores.

El presente proyecto es parte de un macro proyecto regional emprendido por la carrera de Relaciones Públicas de la Universidad Técnica del Norte; macro proyecto que comprende las Universidades existentes en la provincia de Imbabura y Carchi.

Los datos globales obtenidos de todas las Universidades de estas dos provincias, tendrán fines académicos que serán visibilizados a través de artículos científicos y/o la publicación de un libro o capítulo del libro.

Se entiende que como el componente final de la investigación se plantara una guía para el uso adecuado de medios digitales para acceder a información de eventos y noticias, la misma que tendrá beneficiarios a estudiantes de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología, y con el uso correcto de los medios digitales asegura la participación activa de estudiantes y docentes a la hora de compartir información trascendental y tendrá un nivel alto de credibilidad.

Los departamentos de Relaciones Publicas también se beneficiaran en gran medida, por que podrán aumentar su cobertura y posicionamiento en toda la casona

universitaria. Ya que podrán compartir información referente a las actividades, eventos y noticias que se suscitan en la Universidad, y captaran un gran número de visitantes, brindando información en un sitio oficial.

Esto beneficia a la colectividad en general por que podrá involucrarse con la Universidad tanto en lo académico y social, informándose de su oferta académica, y a la vez la Universidad posicionándose su marca.

IX. OBJETIVO GENERAL.

Analizar en qué medida los estudiantes de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte hacen el uso de medios digitales para el acceso a la información de eventos y noticias, con la finalidad de plantear una estrategia que permita solucionar las debilidades encontradas.

X. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Sentar las bases técnicas, científicas y conceptuales referidas al acceso a la información de eventos y noticias con medios digitales, mediante un marco teórico.
- Diagnosticar, las fortalezas, debilidades y amenazas del uso de los estudiantes de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte obteniendo cuando acceden a la información de eventos y noticias a través de medios digitales.
- Diseñar una guía del buen uso de medios digitales en el acceso a la información para estudiantes universitarios.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son las bases, científicas, técnicas y conceptuales referidas al acceso de la información de eventos y noticias con medios digitales mediante un marco teórico?

2. ¿Cómo diagnosticar las oportunidades, debilidades y amenazas del uso de los estudiantes de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte.

3. ¿Con qué objetivo se diseña la guía del buen uso de medios digitales en el acceso a la información para estudiantes universitarios?

CAPITULO I: MARCO TEÓRICO

1. Comunicación.

La comunicación como valor social, es la base de la autoafirmación personal y grupal, ya que a través de ella intercambiamos opinión es y sentimientos con otras personas. El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación.

La información como la comunicación pueden estar del lado de valores tan importantes como la igualdad entre personas (Pedranti, 2009).

Con lo que queda demostrado que la comunicación fue una de las formas más importantes que se desarrollaron como características humanas en los principios de la humanidad porque estuvo y está en directa relación con la acción colectiva, la expresión de las emociones para sí mismo y hacia los demás. Todos compartimos la necesidad de interactuar con otros seres humanos compartiendo nuestros pensamientos y emociones.

Pero en la actualidad estas maneras de comunicarse se han ido perdiendo con la creación de nuevas herramientas de comunicación como son las redes sociales, esto conlleva a la pérdida de las relaciones humanas.

La comunicación íntima, interior con un mismo. Está ligada a la dinámica de pensar las voces interiores, lo consciente y lo inconsciente, las situaciones imaginadas y sus posibilidades (Pedranti, 2009).

En nuestra niñez vamos aprendiendo valores que nos inculcan en la casa y los que aprendemos en la escuela o con las amistades, pero cuando debemos elegir entre lo

bueno y lo malo, nos hacemos responsable de lo que decimos o hacemos, entran nuestras experiencias con los valores que pensamos que son correctos.

1.1.Comunicación organizacional.

La efectividad y el buen rendimiento de una empresa dependen plenamente de una buena comunicación organizacional. Así pues, la comunicación organizacional estudia las formas más eficientes dentro de una organización para alcanzar los objetivos esperados y proyectar una buena imagen empresarial al público externo (BRONSTRUP SILVESTRIN, 2009).

La comunicación organizacional hoy en día es muy importante para toda organización, ya que se la utiliza como una herramienta de comunicación muy efectiva para involucrar a todos los factores que se involucran con la organización, en este caso la organización es la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología (FECYT) de la Universidad Técnica del Norte, con una buena comunicación organizacional con medios digitales está involucrando a sus estudiantes y colaboradores creando aporte laboral y a la vez dando soporte para identificar los requerimientos y logros de la organización.

1.1.2. Comunicación interna

La comunicación interna está determinada por la interrelación que se desarrolla entre el personal de la institución. El clima organizacional dentro de una empresa se puede definir como la calidad duradera del entorno interno que tienen sus miembros; lo cual influye en su comportamiento (Fernández, 2009).

La comunicación interna es muy importante en los planes estratégicos de interacción con el público objetivo, la Universidad cuenta con un departamento de Relaciones Publicas, los cuales son los encargados de difundir sus actividades, misión o visión de la institución. Favorece o promueve relaciones eficientes entre las personas que

configuran los públicos internos de una organización, y que genera la confianza necesaria para coordinar adecuada y responsablemente todos los canales de comunicación. Su objetivo es mejorar la calidad del trabajo de la organización y llevar a cabo con mayor perfección la realización de su misión.

1.1.3. Comunicación externa

La comunicación externa se define como el conjunto de acciones informativas que la empresa dirige a los actores y agentes exteriores a la misma, desde los consumidores y proveedores, hasta los inversores o la sociedad (Fernández, 2009).

Es importante que la Universidad cuente con un plan de comunicación externa y priorice el manejo de su información a su público objetivo, gestionando el correcto manejo de la comunicación. La Universidad utiliza diferentes herramientas de comunicación para compartir sus actividades, su misión, visión institucionales para crear lazos, con el público objetivo.

1.2. Flujos de comunicación

1.2.1. Comunicación descendente.

Se ordena de manera vertical, alguien que emite un mensaje de nivel superior a otro inferior, estableciendo una determinada lógica de poder (Sergio, 2011).

En el caso de la Universidad Técnica del Norte es cuando su máxima autoridad envíe un mensaje a sus colaboradores o estudiantes.

1.2.2. Comunicación ascendente.

Se produce de un estrato subordinado o jerárquicamente inferior hacia los escalones superiores. El mensaje contiene por lo general informes. Reclamos o pedidos (Sergio, 2011).

Cuando los trabajadores o estudiantes de la Universidad Técnica del Norte se dirijan a sus máximas autoridades con un reclamo o sugerencia para el buen manejo de la organización.

1.2.3. Comunicación Horizontal.

Se da entre sujetos de un mismo nivel jerárquico (Sergio, 2011)

Es muy importante que existan canales de comunicación directos entre todas las personas que forman parte de la Universidad reflejado la participación activa de todos los actores de la organización en las acciones que conlleven al buen desempeño organizacional, la participación y colaboración mutua es importante para facilitar el desarrollo de las actividades.

1.2.4. Comunicación Transversal.

El flujo atraviesa todas las instancias y flujos (ascendentes, descendentes y horizontales) de la empresa, sin la distinción de niveles jerárquicos (Sergio, 2011).

Actualmente existen situaciones que no pueden gestionarse a través de un modelo jerárquico y centralizado. La comunicación interna, en algunos casos, es una de ellas. Por eso es recomendable que se maneje de forma transversal; es decir, que se incorporen nuevos enfoques, temas y objetivos de diversos departamentos para la obtención de un fin último.

1.3. Las Relaciones Públicas

En la antigüedad las Relaciones Públicas no tenía la misma importancia que tienen hoy, pero ya existían formas de influencia pública y gestión de las comunicaciones en la antigüedad. Ahora las relaciones públicas están tomando un enfoque más globalizado e importante en las organizaciones.

Las Relaciones Públicas son una función directiva independiente, que permite establecer y mantener líneas de comunicación comprensión, aceptación, y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos (WILCOX, 2008, pág. 35).

Es importante que exista una buena imagen ya sea de un producto o servicio o simplemente de la imagen de las personas. Facilitamos las cosas si nuestra imagen es llamativa y positiva, y bien aceptada por los diferentes públicos. Es importante trabajar con los distintos públicos de la organización porque ellos son nuestros principales clientes y voceros de nuestra imagen, sosteniendo y promoviendo sanas y productivas relaciones, para así adaptarse al medio ambiente para beneficio propio y del entorno mismo.

1.3.1. Evolución de las relaciones públicas

AÑO	EVOLUCIÓN	APARICIÓN
273-326 a.C	Se comunicaban mediante mensajes en pilares de piedra.	Emperador Asolca
1450	Descubrió la imprenta	Gutenberg
1760	Se le considero el padre de las agencias de prensa.	Sam Adams

1800	La hábil utilización de los medios para promocionar a un individuo una causa un producto o servicio.	Davy Crockett
1835	Considerado el hombre del espectáculo, planificaba eventos para aparecer en los medios de comunicación.	P.T. Barnum
Siglo XIX	Desarrollo de las técnicas de Relaciones Públicas en el frente político. Considerado el primer secretario de prensa.	Amos Kendall
1870	Primeras iniciativas corporativas. Considerado el primero que utilizó tácticas de Relaciones Públicas para atraer a los clientes.	John Wannamaker
1905	El primer consejero de Relaciones Públicas.	Ivy Lee
1920	Considerado el padre de las Relaciones Públicas modernas.	Edward Bernays
1970	La llegada de las mujeres al sector de Relaciones Públicas.	Crece House
1950	El primer profesional que colocó las Relaciones Públicas como parte integrante de la dirección de las empresas.	W. Page
2000	La gestión de las relaciones proviene de la idea de Gruning de la	Grunig

	comunicación simétrica.	bidireccional	
--	----------------------------	---------------	--

Matriz elaborada por Jorge Chavarrea

Fuente. (WILCOX, 2008).

1.4. Modelos de Grunig

1.4.1. Modelo de agente de prensa.

En este modelo las Relaciones Públicas realizan una función persuasiva, propagandística y desinformativa. Los profesionales difunden información, a menudo erróneo y manipulado, se trata de un modelo de comunicación unidireccional (Patrick, 2010).

1.4.2. Modelo de información pública

El profesional actúa, como si se tratara de un periodista integrado a la organización, aplicando los principios de la información de la actualidad, con la función de transmitir al público interno y externo. En este modelo también la comunicación es unidireccional la información transmitida es más concreta. (Patrick, 2010).

1.4.3. Modelo asimétrico bidireccional.

Tiene como finalidad persuadir científicamente a los públicos, es decir que aquellos profesionales de Relaciones Públicas, asimétricas bidireccionales utilizan los métodos y técnicas de las ciencias sociales para estudiar las actitudes y comportamientos de los públicos (Patrick, 2010).

1.4.4. Modelo Simétrico Bidireccional.

Busca la comprensión y el beneficio mutuo entre emisor y receptor. No es un modelo destinado a que el público conozca la realidad de la empresa, pero pretende que el receptor sea partícipe de ella. En este modelo es muy importante la investigación con el fin de conocer cómo acoge el público la organización.(Patrick, 2010).

1.5. Medios de Comunicación

Se entiende como los instrumentos y formas de comunicación. Desde la antigüedad se ha encontrado que las principales maneras de comunicación eran por signos y señales. El proceso de globalización de las sociedades en los medios de comunicación desempeñan un papel relevante en la vida cotidiana de los ciudadanos ejerciendo un poder de transformación en la sociedad (Fernandez, 2001).

Los medios de comunicación han sido un eje muy importante para la evolución de la vida humana. Desde la antigüedad se utilizaba maneras para comunicarse como son por signos y por señales, en el transcurso de la evolución de las personas fueron creando nuevas maneras de comunicación y se crearon los medios tradicionales que son Radio, Prensa y Televisión. Los medios de comunicación, de igual manera, hacen posible que muchas relaciones personales se mantengan unidas o, por lo menos, no desaparezcan por completo a medida que facilitan la comunicación.

1.5.1. La Evolución de los Medios de Comunicación

La introducción de nuevas tecnologías modificó la lectura, el modo de vivir y de entender la realidad y la intervención sobre ella. Es la modificación cultural introducida por los nuevos Medios de Comunicación de Masas, lo que va a provocar las reacciones más dispares, desde los entusiasmos más fervorosos hasta las condenas más rigurosas (Gissela, 2017).

Los medios de comunicación se convirtieron en herramientas muy indispensables y de mucha importancia para todas las personas facilitando la comunicación interpersonal inmediata. En la actualidad los medios de comunicación pasaron de ser importantes a ser una necesidad para todas las personas, ya que se modificó el modo vivir de las personas y la necesidad de estar conectados con el mundo exterior, permitiendo un progreso en la difusión cultural y de la información de la sociedad en general.

La sociedad va cambiando y se va especializando en una determinada dirección. Los medios de comunicación, entran dentro de las realizaciones que se ponen en marcha para alcanzar esos objetivos y a la vez evolucionan conforme se cambien los objetivos.

Los medios tradicionales de comunicación eran la radio, la prensa escrita, televisión, con el pasar de los años los medios de comunicación fueron evolucionando con la creación de nuevas herramientas de comunicación como es el Internet, Facebook, teléfono celular, convirtiéndose en una herramientas más que útil de la necesidad más importante de los seres humanos que es el de estar comunicados con otras personas.

1.5.2. Evolución.

AÑO	DESCUBRIMIENTO	AUTOR
1.729	Da a conocer su descubrimiento, en donde manifiesta que la electricidad puede ser transmitida.	Stephan Gray
1.837	Inventa el primer Telégrafo	Samuel Morse
1.844	Perfeccionó el código Morse.	Samuel Findley Breese Morse
1.853	Inventa el primer Telégrafo por cable simultáneo.	Graham Bell

1876	Logran transmitir una señal de voz por medio de un cable eléctrico.	Bell y Watson
1989	Nacimiento de la Internet	Tim Barners Lee
1896	Diseñan el primer teléfono de disco.	John y Charles Erickson junto con Frank Lundquist
1896	Aparece la radio, obtuvo su primera patente sobre la radio.	Guillermo Marconi
1925	Ya funcionaban 600 emisoras de radio en todo el mundo.	
1925	Se iniciaron los primeros experimentos de televisión en Gran Bretaña.	
1937	Se inaugura el primer servicio público de televisión de calidad	Francia
1944	En Estados Unidos diseñó el primer computador programable llamado MARK1	Howard H. Aiken's
1962	El nacimiento de las comunicaciones digitales de alta velocidad.	

Matriz Elaborada por (Chavarrea. 2018).

A lo largo del tiempo la comunicación ha ido evolucionando drásticamente junto con la humanidad adaptándose a la necesidad que tiene las personas de estar comunicados con otras. Surgiendo varios personajes importantes dando relevancia a fechas que en la evolución de los medios de comunicación. El entorno va cambiando constantemente debido a los avances tecnológicos, sociales, culturales y políticos que va teniendo la sociedad y es por eso que los medios de comunicación han tenido que ir renovándose para no perder de vista su objetivo principal, el cual es informar y generar contenidos.

1.6. Los Medios de Comunicación y su Relación con las Tecnologías de Información

La búsqueda constante del hombre por satisfacer cada vez mejor la necesidad de comunicación ha sido el impulso que ha logrado la instauración en el mundo de instrumentos cada día más poderosos y veloces en el proceso de comunicativo esto es el internet (Daiana, 2009).

Es verdad que los medios de comunicación tradicionales han sido un aporte fundamental a la hora de conectarse con otras personas estos medios han sido televisión, radio y prensa todos estos han aportado a una correcta comunicación. La diferencia entre los medios de comunicación antiguos a los modernos, es que los antiguos se demoraban mucho en coger una comunicación o recepción, en cambio los modernos tienen una recepción más veloz y llega la información en forma instantánea. La importancia de la evolución de los medios de comunicación surge a partir de las necesidades de las personas de estar conectados entre ellos.

Cada revolución tecnológica provoca transformaciones positivas y negativas que conlleva al mejoramiento de la vida de los seres humanos (Daiana, 2009).

Los medios de comunicación actuales han aportado en una manera muy significativa en las relaciones interpersonales y tienen un impacto muy grande en todo el mundo, pero a la vez está logrando un nivel muy alto de actores negativos, que repercute de manera muy particular en la sociedad. A veces se utiliza los medios de comunicación para incentivar el consumo de las personas e involucrando a la política en forma directa dándole otro eje al uso de los medios de comunicación.

El impacto de las nuevas TICs en los Medios de Comunicación, siendo un aporte importante de las tecnologías de información y comunicación, ciertamente se ven

afectadas de los cambios constantes que suceden con relación a las TICs. Inclusive la informática, la computación y con la creación del internet, son diversos los aportes que han hecho a los medios de comunicación no solo al mejoramiento de los procesos de producción sino en los modos de transmisión de sus mensajes (Daiana, 2009).

1.7. La Educación en las TICs.

Los medios de comunicación son educativos o no, de qué forma pueden ser utilizados en el proceso de enseñanza y aprendizaje. En la actualidad los medios de comunicación no son utilizados correctamente por los jóvenes dando un rumbo de ocio y desocupación.

La misión fundamental de la educación en medios de comunicación es transformar la naturaleza misma de las relaciones que mantiene los jóvenes con los medios de comunicación y las culturas de masas (SHERBROOKE, 2006, pág. 105).

La tecnología se va evolucionando a través del tiempo y la educación tiene la necesidad de transformarse y adaptarse a estas nuevas tecnologías. Estas nuevas tecnologías han dándole un eje importante en la educación, aportando y modificado la manera de construir el saber, el modo de aprender, y la forma de actuar antes estas herramientas.

La educación llevar al alumno a explorar, mediante el estudio sistemático de los medios de comunicación y de los mensajes que difunden (SHERBROOKE, 2006).

Los estudiantes tanto con los profesores se ven obligados a adaptarse a estos modelos de enseñanza, los profesores usan como herramientas de un proceso educativo y lo

utilizan como material didáctico en el aula para facilitar el entendimiento y participación activa de los estudiantes.

1.8. Comunicar, Difundir, Informar

La información sigue vinculada a la transmisión y distribución de un mensaje. La difusión es la propagación o divulgación de conocimientos, la comunicación es la relación entre los participantes de la acción comunicativa (Pedranti, 2009).

Todas las personas tenemos la necesidad de hablar con otras personas, pero a veces no sabemos cómo comunicarnos ni tampoco informar. Entonces debemos comprender que comunicar es un proceso. Vivimos en sociedad y dependemos los unos de los otros. Por eso es fundamental tener la capacidad de expresarnos y comunicarnos de forma eficiente con los demás para obtener unas buenas relaciones humanas, para ello necesitamos mejorar nuestras habilidades para la comunicación.

Es muy importante la forma en como nos comunicamos, como hacemos usos de los canales de comunicación y en como enviamos el mensaje. Con el buen uso de este elemento aseguramos una comprensión positiva entre personas evitando los malos entendidos.

1.9. Acceso a la Información

Todas las personas tienen el derecho y obligación de acceder a la información que la necesite sea de su interés, ahora los jóvenes tiene distintas maneras de buscar e investigar información, haciendo uso de las nuevas herramientas digitales facilitando la enseñanza y la investigación científica.

Que el artículo 81 de la Constitución Política de la República, garantiza el derecho a acceder a las fuentes de información, como mecanismo para ejercer la participación democrática respecto del manejo de la cosa pública y la rendición de cuentas a la que están sujetos todos los funcionarios del Estado, y demás entidades obligadas por esta Ley (Ley Orgánica de Cumulación y Acceso a Información, 2004).

Es de mucha importancia que las personas estén informadas de toda actividad social y cultural que sea de su interés, existe un sin número de herramientas que brindan información relevante a cada segundo, pero una de las más usadas en todo el mundo es el Internet ya que en este sitio encontramos un tema con 10 o más ventanas del mismo tema, es muy importante que exista accesos a la información para garantizar los derechos a la libertad de opinión y expresión.

Sin acceso a la información pública no puede haber participación activa efectiva de sus actores que lo rodean, el acceso a la información permite examinar las acciones comunicativas que utilizan para involucrar a las personas que están activamente en el trabajo de la institución.

1.10. Desinformación y Manipulación

La desinformación no sólo es comunicar voluntariamente ideas falsas para obtener un fin determinado del receptor, sino que conlleva consigo una planificación, un diseño semiológico y discursivo encaminado a trasponer el mensaje diseñado al comportamiento del receptor (Faucault, 2000).

En la actualidad con las nuevas herramientas la información de eventos y noticias son divulgadas instantáneamente a todo el mundo. La información y noticias relevantes en algunos casos son compartidas sin ser verificadas su verdad. Los medios de

comunicación manejan la información a su conveniencia creando un pensamiento de credibilidad a todo lo que se nos informa.

En las organizaciones existe información que no debe ser divulgada por ningún medio de comunicación, porque puede ser mal utilizada para desprestigiar y manipular la verdad con llevando a la confusión social. Dicha información puede ser mal utilizada para crear una imagen negativa. Con la utilización constante de esta información en sí mismo pero que de tan repetido adquieren el carácter de verdad o creencia. Los temas que son de mayor interés compartir y divulgar con el público son de carácter científico como son proyectos e investigaciones.

1.11. Noticia

Todos recibimos y comunicamos novedades con frecuencia a quien nos rodea. Cuando tenemos conocimiento de algo importante, intentamos transmitirlo con la máxima rapidez al mayor número posible de personas y con el máximo impacto (Mar de Fontcuberta, 2011).

Es muy importante que todo hecho se transforme en noticia, para que todas las personas estén informadas de lo que ha sucedido o lo que sucederá en todo el mundo ya que todo lo que ocurre nos afecta directa o indirecta. Una noticia puede ser en ámbito familiar o educativo, es importante que en los centros educativos tengan herramientas de comunicación para interactuar con los alumnos informándolos y respondiendo sus dudas ya que si un hecho no es informado pues nunca existió.

1.12. Eventos

Evento es todo acontecimiento previamente organizado que reúne a un determinado número de personas en tiempo y lugar preestablecidos, que desarrollarán y compartirán

una serie de actividades afines a un mismo objetivo para estímulo del comercio, la industria, el intercambio social y la cultura general (Sanchez, 2010).

Es importante que toda institución pública o privada realice eventos tomándolo como una estrategia de responsabilidad social empresarial para involucrar a todos sus trabajadores creando un ambiente laboral sano. En una institución educativa es muy importante que existan diferentes eventos ya sean deportivos o académicos para que su público meta se sienta empoderado con la institución. Son una herramienta muy importante de posicionamiento de marca con una buena organización de un evento, los resultados serán muy favorables para la institución lo que generaran buenos comentarios de las personas.

1.13. Medios Digitales

Los medios digitales se han transformado en una herramientas muy utilizada por los jóvenes, y ha modificado las formas de envío y recepción de los mensajes. Ahora es fácil compartir y buscar información a través del Internet. Es importante el cambio de mentalidad de todas las personas con respecto a los medios digitales el uso, el mal uso o abuso de los mismo. Presenciamos el desarrollo de una sociedad de comunicación móvil e interactiva que aumenta a la par con los medios tradicionales.

En la búsqueda constante de los jóvenes para satisfacer cada vez mejor su necesidad de comunicación se han visto obligados a evolucionar de la par con estas nuevas herramientas de comunicación.

Una acción organizada pedagógica y didácticamente con la pretensión de desenvolver criterios para su disfrute y aprendizaje, es un modo de acceder a la comprensión de lenguaje (Víctor, 2010).

Los medios digitales han revolucionado el mundo entero, he influyen en todos la ámbitos de la vida social, a través de estos medios podemos encontrar una comunicación visual y auditiva. Podemos buscar y encontrar la información que deseemos e interactuar con otras personas. Ahora los docentes pueden destinar su esfuerzo y el de los alumnos en desarrollar más las capacidades mentales que les posibiliten a los estudiantes poder comprender adecuadamente la información y elaboración creativamente pudiendo así producir una calidad superior de razonamiento. Por eso deben tener bien en cuenta la forma como la Internet puede mejorar la calidad de la educación ya que este se puede en algunos casos revertir en su contra ya que, por lo fácil que es acceder a esta fabulosa herramienta los adolescentes no se detienen a analizar ni a interpretar lo que allí se les trata de enseñar.

1.13.1. Cultura Digital

Se habló mucho de la llegada de una cultura digital y de su gran amenaza, que nos convertiría en seres aislados, conectados a una computadora y excluidos del mundo real (Pedranti, 2009).

En la actualidad se ha creado un sin número de medios digitales que han influenciado en el comportamiento y costumbres de las personas, y que se ven obligados a adoptarse a ese estilo de vida. Para los jóvenes ha sido una herramienta muy útil para su formación estudiantil, pero creando una cultura aislada a la verdad y ser dependientes a ella. Desde cuando somos unos niños hacemos el uso de estas herramientas digitales como entretenimiento o para facilitar nuestra autoeducación.

1.14. Innovación Educativa y uso de las TICs

Se trata de un proceso intencional y planeado, que se sustenta en la teoría y en la reflexión, y que responde a las necesidades de transformación de las prácticas para un mejor logro de los objetivos de la educación (Ibañez J. S., 2008).

En la actualidad la innovación en los procesos de enseñanza de los profesores es muy importante a la hora impartir sus clases, asegurando la eficiencia y eficacia del aprendizaje, eso implica que los profesores deben estar capacitados para dar uso a estas herramientas innovadoras, logrado que los estudiantes asimilen de mejor manera los contenidos dados en clase, logrando un aprendizaje mucho más significativo, creando estudiantes críticos y analíticos.

Las universidades necesitan involucrarse en procesos de mejora de la calidad, y esto en nuestro terreno quiere decir procesos de innovación docente apoyada en las TICs (Ibañez J. S., 2008).

El elemento más importante de un sistema educativo y a la hora que se trata de aprender es la calidad de conocimientos y preparación que tiene un profesor y las herramientas interactivas que utiliza para que el aprendizaje sea dinámico y más constructivo.

Es importante que el docente tenga un nivel de estudio alto pero otro punto importante es como transmite el conocimiento a sus estudiantes en que herramientas digitales utiliza para facilitar la comprensión de las asignaturas y para inculcar a sus estudiantes una cultura de interés en emprender.

1.15. La Universidad del Siglo XXI

No se consigue adaptando las nuevas tecnologías a los viejos paradigmas educativos, sino aportando a la educación el significado auténtico de la comunicación como transformación y cambio, para acceder así a la sociedad del conocimiento compartido (Gutierrez Alfonso, pág. 176).

En los últimos años los medios digitales han ido innovándose cada vez más involucrándose en el aprendizaje de los jóvenes, ahora considerados nativos digitales, ellos pueden estar más en contacto con el profesor enviando y recibiendo información relevante, en la antigüedad si querían investigar tenían que visitar la biblioteca, ahora pueden leer un sin número de libros vía Internet teniendo una gran variedad de libros con diferentes autores y con distintos puntos de vista. Los profesores ya no tienen que dejar sus apuntes en hojas impresas a sus alumnos ahora utilizan las distintas aplicaciones para enviar y recibir. Esto es un recurso indispensable para acercar el desarrollo de las competencias de los estudiantes.

1.16. Adicción al Internet.

La actividad se convierte en la más importante al dominar pensamientos y sentimientos, de modo que cuando no se está conectado, se piensa en qué se debe hacer para conseguir una conexión (Oberst, 2008).

Es verdad que con la innovación del Internet se ha facilitado a todas las personas tener información en segundos o estar en contacto con personas que viven en otro lugar del mundo, pero hemos dejado a un lado un tema que es muy importante que es la adicción. La adicción no solo puede atacar a los jóvenes sino ataca a todas las personas en todo el mundo que hacen uso de esta herramienta, puede atacar en distintas formas como de pensar de actuar y en cómo ven el mundo, crea un pensamiento compulsivo llegando a pensar que no se puede hacer nada sin el Internet que todo gira alrededor, creando aislamiento social y reduciendo las relaciones sociales.

El uso excesivo de Internet representa un trastorno mental de tipo adictivo que puede afectar sobre todo a personas con necesidades emocionales especiales y a jóvenes y adolescentes (Oberst, 2008).

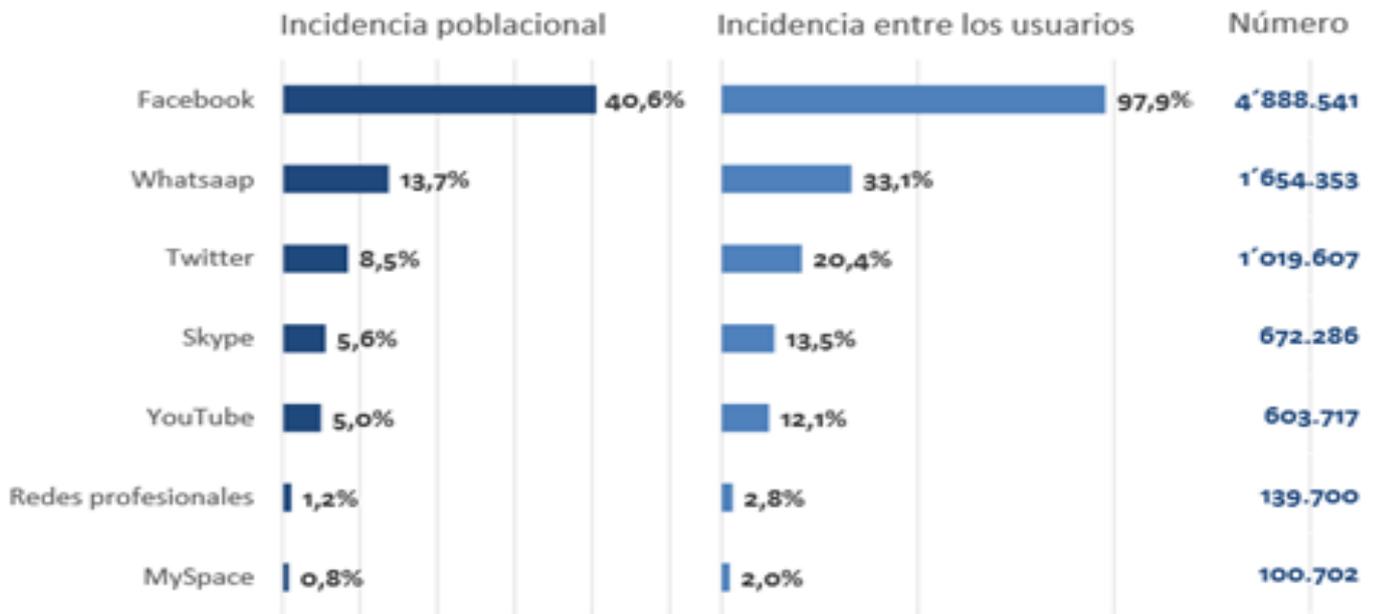
Todos sabemos que el Internet es una herramienta de comunicación muy indispensable en todo el mundo, y que todas las personas dan uso a esta herramienta, solo que hay personas que dan un buen uso y otra parte de las personas que dan un mal uso, como es robos de identidad, pornografía entre otras situaciones que se convierten en aspectos negativos del Internet.

1.17. Las Redes Sociales

Las redes sociales son estructuras sociales formadas por un grupo de personas conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación personal o profesional, interés o actividad común, a través de Internet. Sirven para comunicarnos de manera virtual con el resto de personas que forman parte de una red determinada, compartir noticias, fotos, videos u opiniones, con lo que contribuimos a expresar nuestra identidad (: Lorenzo Sánchez Pardo, y otros).

Las redes sociales en la actualidad son una herramientas muy indispensable para los estudiantes ellos las utilizan para estar en contacto con otras personas, conocer a nuevas personas y compartir e interactuar con contenidos multimedia

1.17.1. Redes sociales con mayor número de usuarios.



Fuente (INSTITUTO NACIONAL DE SECRETARIA Y CENSOS)

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Tipo de Investigación

La presente investigación está en el marco del paradigma cualitativo, ya que interesa comprender la conducta humana desde el propio marco de referencia de quién actúa y está fundamentado en la realidad, orientada a los descubrimientos es descriptiva e inductiva. En el marco de la investigación cualitativa se puede considerar a esta, un tipo de investigación o acción ya que una vez que se terminó los diferentes problemas o debilidades en el capítulo diagnóstico, se plantean estrategias de solución en el último capítulo mediante una guía de buen uso de medios digitales para estudiantes universitarios.

Es necesario aclarar que la presente investigación está en el marco de un proyecto institucional o corporativo de la carrera de Relaciones Públicas de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte; por lo tanto toda la metodología y por ende las técnicas e instrumentos son comunes en los 9 proyectos que tiene el mismo tema en instituciones de educación superior de Imbabura y Carchi.

2.2. Métodos

Los métodos generales de la investigación científica utilizados en el presente proyecto de investigación son:

2.2.1. Inductivo.

Este método se aplicó en la medida en que partiendo de datos particulares tomados mediante la encuesta estos fueron generalizados para todo el universo investigado.

2.2.2. Deductivo.

Fundamentalmente se aplicó en el marco teórico para llegar a particularizaciones y especificadas partiendo de elementos teóricos generales. También se aplicó este método en el desarrollo de la guía para los estudiantes ya que se tomó como referencia los procedimientos y formatos establecidos en la bibliografía especializada para aplicarlos de manera particular en la guía en mención.

2.2.3. Analítico – Sintético.

Este método general de investigación se lo utilizo para entender aspectos teóricos generales, descomponiéndolos en sus elementos constitutivos; sirvió de mucho este método en el análisis de resultados producto de la encuesta, los mismos que se hicieron relacionándolos con la teoría existente y comparaciones de estudios similares. Con este método se elaboró un producto nuevo que en este caso fue la guía del buen uso de los medios digitales, sintetizando información referida al tema.

2.3.Técnicas

El rigor científico de la investigación, fue evidenciado en la utilización de las siguientes técnicas que nos proporciona de la metodología a la investigación científica.

2.3.1. Encuestas.

Esta técnica fue estructurada en base a una serie de indicadores preestablecidos, de tal manera que una vez aplicada una encuesta piloto, se aplicó la definitiva a una muestra representativa calculada matemáticamente del universo a investigarse. Las encuestas fueron aplicadas a 323 estudiantes de las distintas carreras de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología (FECYT) De La Universidad TÉCNICA DEL NORTE para ello

en los interiores de los previos de la institución se entregó para que la encuesta sea llenada con los estudiantes.

2.3.2. Entrevistas.

Esta técnica sirvió para captar información relevante de un experto en la temática, que para el caso de la siguiente investigación se consideró como informante idóneo. Será importante la aplicación de dos entrevistas, la una aplicada a un experto en medios digitales y la segunda al director encargado o funcionarios del área o el departamento que realice Relaciones Públicas en la Universidad Técnica del Norte.

2.3.3. Observación.

Se observara sobre la base de indicadores establecidos aspectos, temas, acontecimientos que se encuentren en los medios digitales para analizar. Se analizará la información teórica existente en medios físicos y digitales.

2.4.Instrumentos.

Para poder usar las técnicas antes mencionadas se utilizaron los siguientes instrumentos cuestionarios, fichas de observación, cámara fotográfica, diario de campo y video grabadora.

2.5.Población o Universo.

La población investigada está constituida por 1885 estudiantes pertenecientes a la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología (FECYT), hasta el período Abril – Agosto 2017.

2.6.Determinación de la Muestra.

Para utilizar tiempo y recursos se determinó la muestra a investigarse con la siguiente formula estadística:

$$n = \frac{N \cdot \delta^2 \cdot z^2}{(N-1) E^2 + \delta^2 z^2}$$

N= Población o Universo.

D=Varianza (0.25)

Z= Nivel de significancia.

E= Error (7%)

N-1= Corrección para muestra.

$$\frac{(1885)(0.25)(1.96)^2}{(1885)(0.07)^2 + (0.25)(1.96)^2} = 323$$

CAPÍTULO III: DIAGNÓSTICO

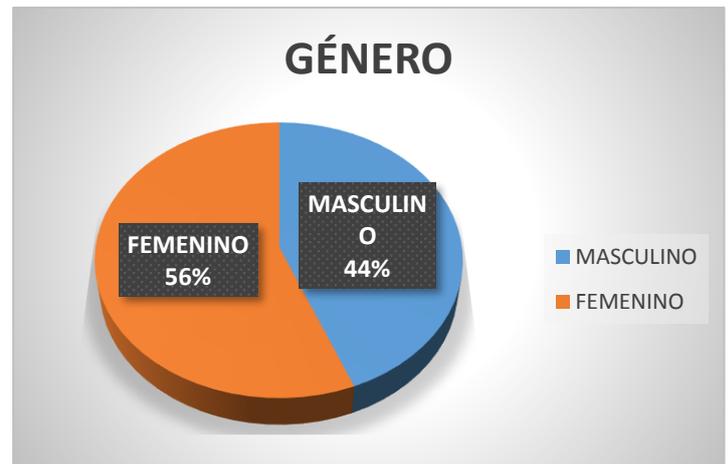
3.1. Encuesta Aplicada.

En este capítulo presentamos el análisis y tabulación de la encuesta que se aplicó a los estudiantes de La Facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica Del Norte, sobre el uso de medios digitales para el acceso a la información, eventos y noticias.

TABLA 1

MASCULINO- FEMENINO

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	142	44%
Femenino	181	56%



ANÁLISIS:

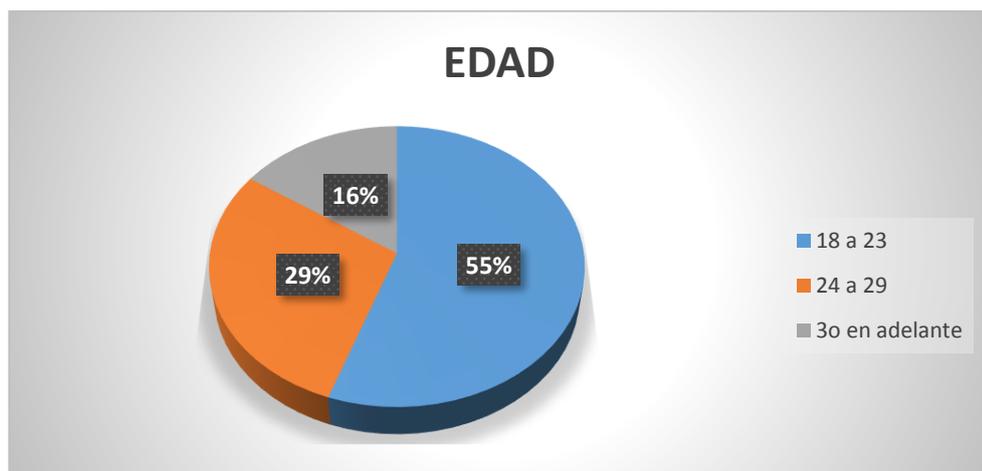
De total de los encuestados la mayoría pertenecen al género femenino con el 56% de encuestados, esto debido a que en la facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte existe un mayor porcentaje femenino de estudiantes en las aulas, el desarrollo de las encuestas se realizó en horarios matutinos y vespertinos en donde la diferencia de género se ve reflejada. Se puede determinar que en la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología (FECYT) existe mayor número de, mujeres que hombres.

TABLA 2

Rango de Edad

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 a 23	179	55%
24 a 29	94	29%
30 en adelante	50	16%

FIGURA #2 RANGO DE EDAD



ANÁLISIS:

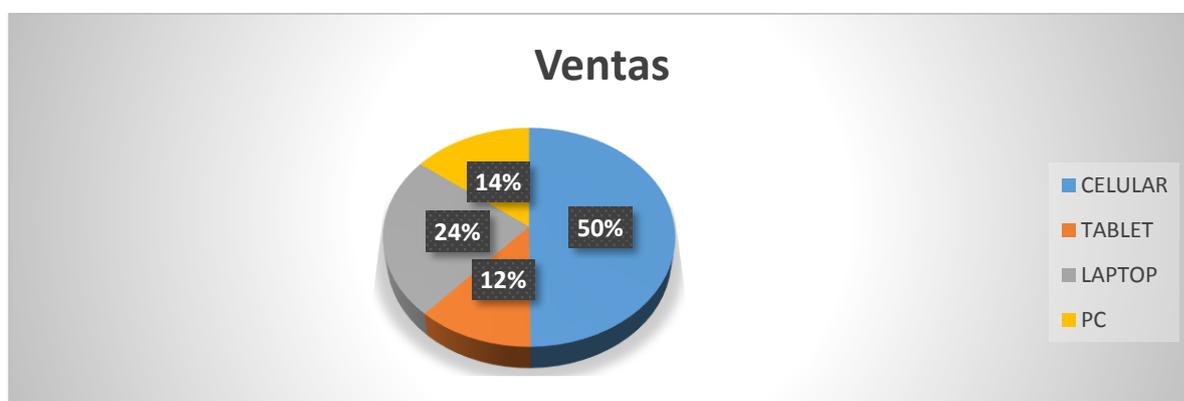
Un 55% de los encuestados corresponde a un rango de edad comprendido entre 18 a 23 años, esto es debido a que en la actualidad se inicia los estudios a temprana edad lo que conlleva a finalizar la secundaria a una edad joven y por último el rango de 30 en adelante con un porcentaje de 16% que corresponde a personas que retoman sus estudios después de un tiempo de postergarlos.

TABLA 3

¿Qué dispositivo utiliza con mayor frecuencia, para acceder a información en plataformas digitales de eventos y noticias?

DISPOSITIVOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CELULAR	161	50%
TABLET	38	12%
LAPTOP	77	24%
PC	47	14%

FIGURA #3 ¿Qué dispositivo utiliza con mayor frecuencia, para acceder a información en plataformas digitales de eventos y noticias?



ANÁLISIS:

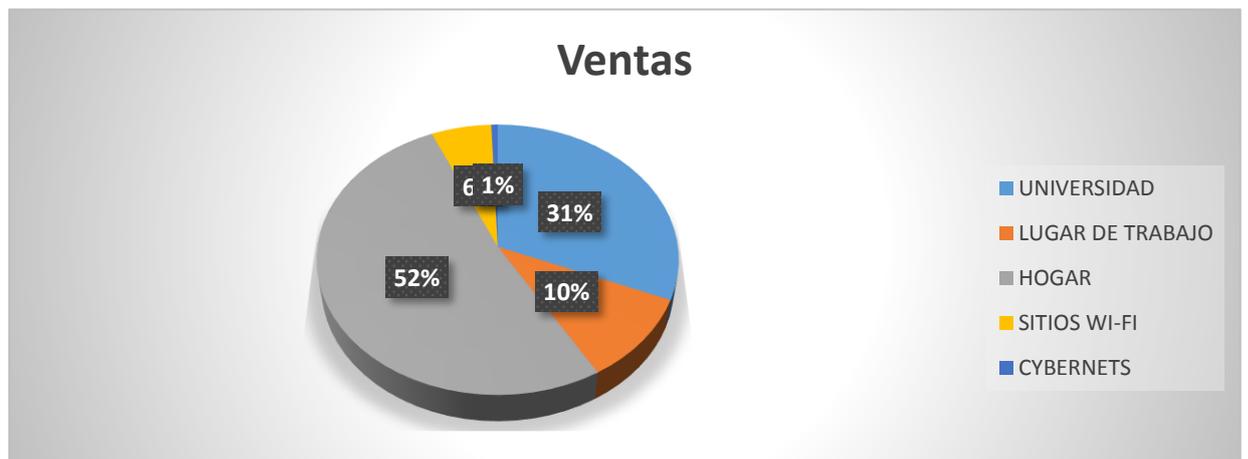
Actualmente los dispositivos móviles son la manera más accesible de encontrar información y de navegar en el internet, es por esto que los celulares son el principal método por el cual los jóvenes estudiantes obtienen información. “El número de personas con teléfono celular activo creció. Al cierre del año pasado, 56 de cada 100 ecuatorianos tenían un celular activado, es decir, seis más que lo registrado hace cinco años, cuando únicamente 50 personas de cada 100 tenían un móvil activo (Heredia, 2016). La razón de esto es el avance tecnológico y la necesidad de los jóvenes por tener dispositivos modernos en sus manos, a partir de esto los demás dispositivos como lo refleja la encuesta se va utilizando acorde a la facilidad de portarlos.

TABLA 4

¿Desde dónde accede a internet con mayor frecuencia?

LUGAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
UNIVERSIDAD	101	31%
LUGAR DE TRABAJO	33	10%
HOGAR	168	52%
SITIOS WI-FI	19	6%
CYBERNETS	2	1%

FIGURA #4 ¿Desde dónde accede a internet con mayor frecuencia?



ANÁLISIS:

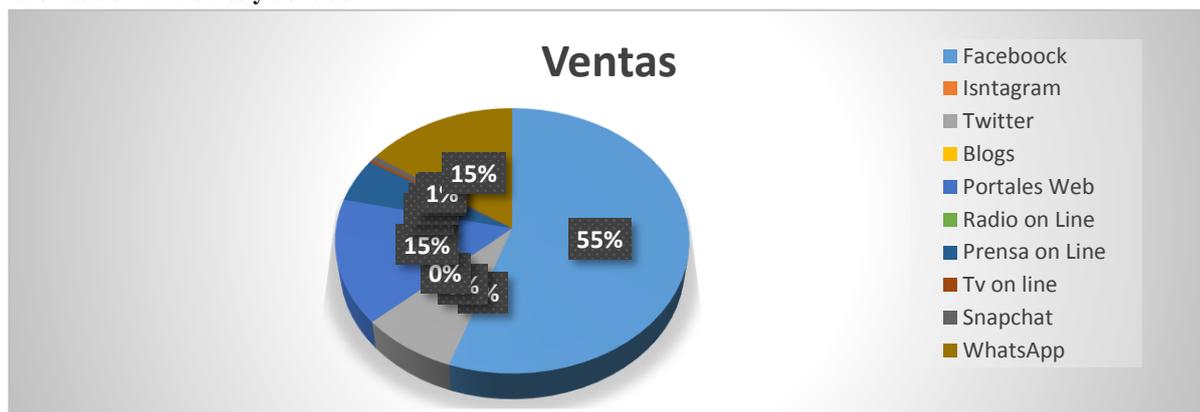
El 52% de los encuestados accede a la información desde sus hogares la razón de esto es que al ser jóvenes que actualmente están cursando sus estudios universitarios necesitan internet fijo en sus hogares para la realización de sus actividades académicas además de la facilidad de adquirir un plan de servicios de internet fijo, seguido de esto está el internet que la universidad ofrece a sus estudiantes gratuitamente pero que tiene restringida varias redes sociales que se les considera como un distractor para la hora atender a clases o no se le da el uso correcto a ellos.

TABLA 5

¿Cuál de las siguientes plataformas digitales, utiliza con mayor frecuencia para acceder a información de eventos y noticias?

PLATAFORMAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Faceboock	178	55%
Instagram	0	0%
Blogs	0	0%
Portales Web	49	15%
Radio on line	0	0%
Prensa on line	17	5%
Tv on line	1	1%
Twitter	26	8%
Snapchat	2	2%
Whatsapp	49	15%

Figura #5 ¿Cuál de las siguientes plataformas digitales, utiliza con mayor frecuencia para acceder a información de eventos y noticias?



ANÁLISIS:

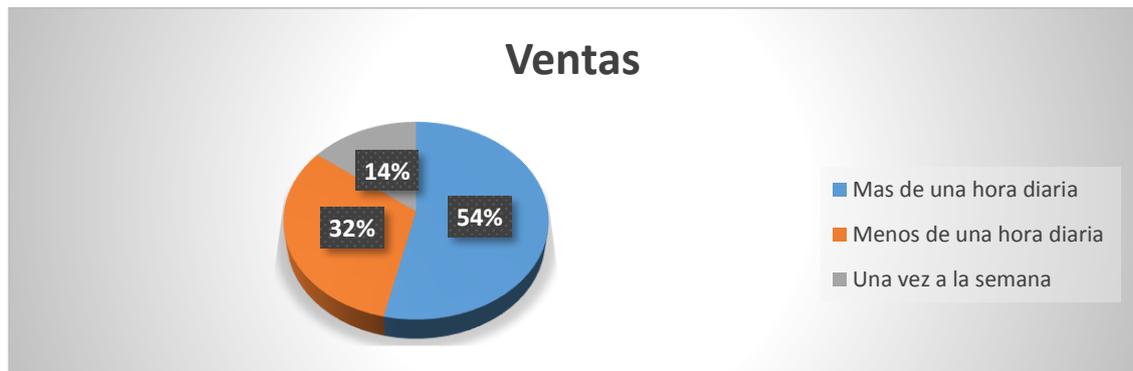
Al ser Facebook la red social más utilizada en el país lo que refleja la encuesta es muy claro un 55% de los encuestados utiliza con mayor frecuencia esta plataforma virtual y esto se debe a que esta plataforma ofrece material multimedia a la hora de emitir información además de facilitar la comunicación e interacción entre personas, servicios, y figuras públicas, seguido de esta están la red social Whatsapp y los portales web que ofrecen información más oficial de los acontecimientos que se desea conocer.

TABLA 6

¿Con qué frecuencia, accede a información de eventos y noticias en plataformas digitales?

FRECUENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Todos los días más de una hora	173	54%
Todos los días menos de una hora	103	32%
Solo una vez a la semana	47	14%

FIGURA #6 ¿CON QUÉ FRECUENCIA, ACCEDE A INFORMACIÓN DE EVENTOS Y NOTICAS EN PLATAFORMAS DIGITALES?



ANÁLISIS:

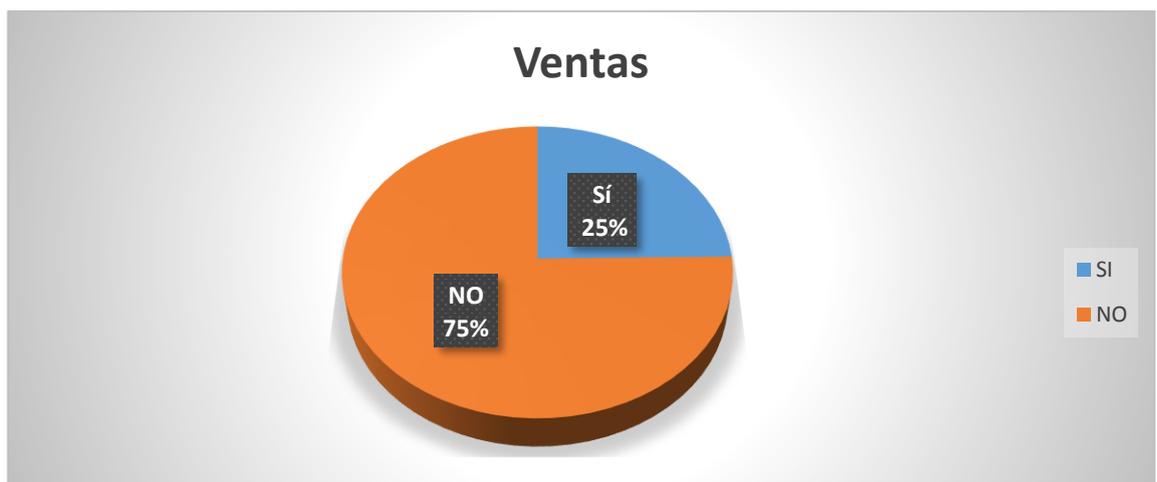
Un 54 % de los estudiantes accede a la información en plataformas todos los días más de una hora diaria, esto es lo más común en la actualidad debido a la facilidad con la que la información puede ser revisada y la sencillez de acceder a la información que se encuentra en la red. “El derecho de Acceso a la Información pública es necesario para garantizar los derechos a la libertad de opinión y expresión que recogen la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la Organización de Naciones Unidas” (Valencia, 2011).

TABLA 7

¿Tiene un plan de datos móviles con una operadora de teléfono celular?

CUENTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	80	25%
No	243	75%

FIGURA #7 ¿TIÉNE UN PLAN DE DATOS MÓVILES CON UNA OPERADORA DE TELÉFONO CELULAR?



ANÁLISIS:

El 75% de los estudiantes no cuentan con un plan de datos móviles en sus operadoras puede ser por el costo de los mismos y al ser estudiantes aún dependen económicamente de los ingresos que su padres registran, es por esto que no cuentan con la mismo facilidad para acceder a información, se puede acceder desde redes Wi-Fi que tiene un menor costo, solo un 25% de los estudiantes cuenta con un plan de datos móviles y esto si va directamente relacionado a la economía que cada estudiante posee en su hogar.

TABLA 8

¿Cuenta en su hogar con un contrato de internet fijo?

CUENTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	266	82%
No	57	18%

FIGURA #8 ¿Cuenta en su hogar con un contrato de internet fijo?



ANÁLISIS:

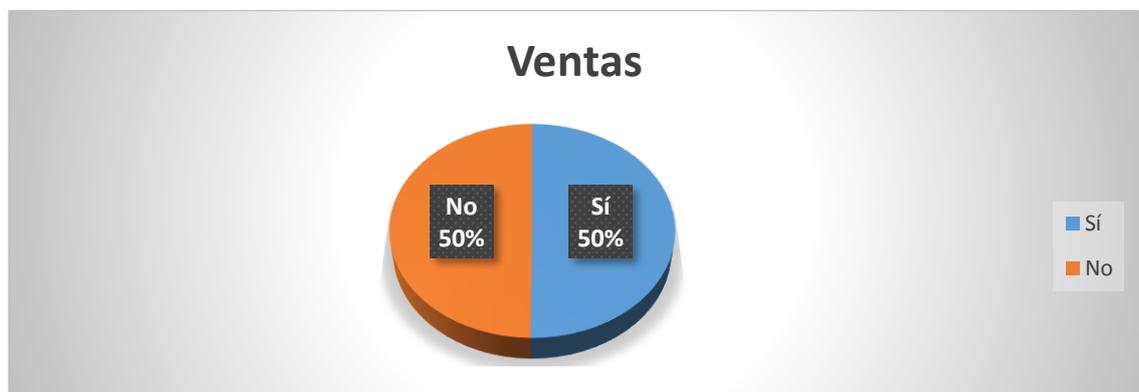
Esta pregunta tiene una gran relación con la figura del gráfico número 4 que hace referencia a donde revisan con mayor frecuencia las plataformas digitales los estudiantes donde un 52% lo hace desde su hogar es por esto que el 82% de estudiantes cuenta con un servicio de internet fijo en casa y solo un 18% por ciento no cuenta con este servicio las razones pueden ser que este porcentaje de estudiantes corresponde a las personas que no residen en la provincia y que solo emigran a estudiar en otras ciudades.

TABLA 9

¿Sabe usted identificar si una fuente de información de eventos y noticias, en una plataforma digital, es verdadera o falsa?

CUENTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	162	50%
No	161	50%

FIGURA #9 ¿Sabe usted identificar si una fuente de información de eventos y noticias, en una plataforma digital, es verdadera o falsa?



ANÁLISIS

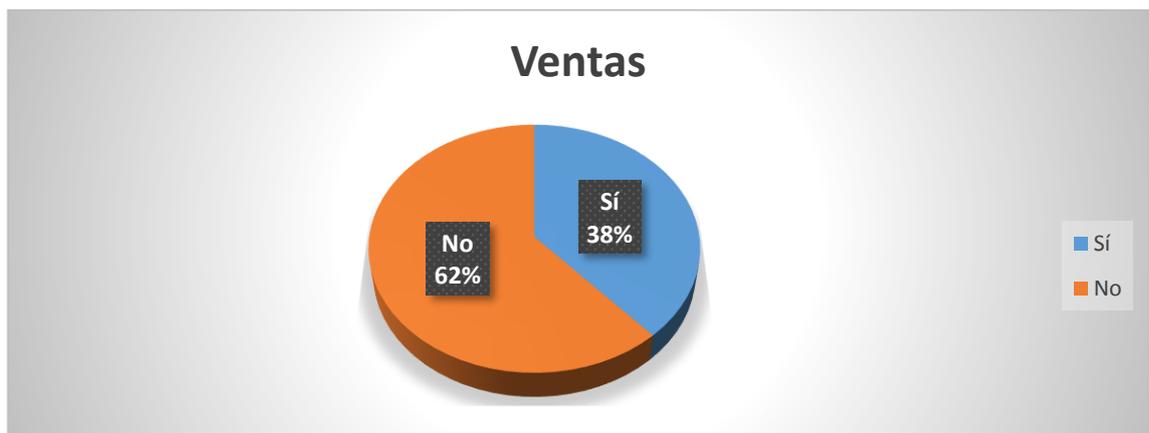
El total de los encuestados está dividido de manera parcial en esta pregunta que hace referencia al conocimiento de la veracidad de la información que se ve diariamente en los portales digitales un 50% de los encuestados sabe cómo reconocer la información que sigue diariamente, mientras que el otro 50% no sabe diferenciar si es que la información es real. “Para explorar estos factores, se recomienda que analices los siguientes aspectos: el autor; la fecha de publicación, su más reciente actualización; el propósito y la objetividad de la fuente; y el tipo de dominio” (Molina, 2005).

TABLA 10

¿Interactúa, comenta o comparte información publicada en plataformas digitales sin verificar la veracidad del contenido?

CUENTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	124	38%
No	199	62%

FIGURA #10 ¿Interactúa, comenta o comparte información publicada en plataformas digitales sin verificar la veracidad del contenido?



ANÁLISIS

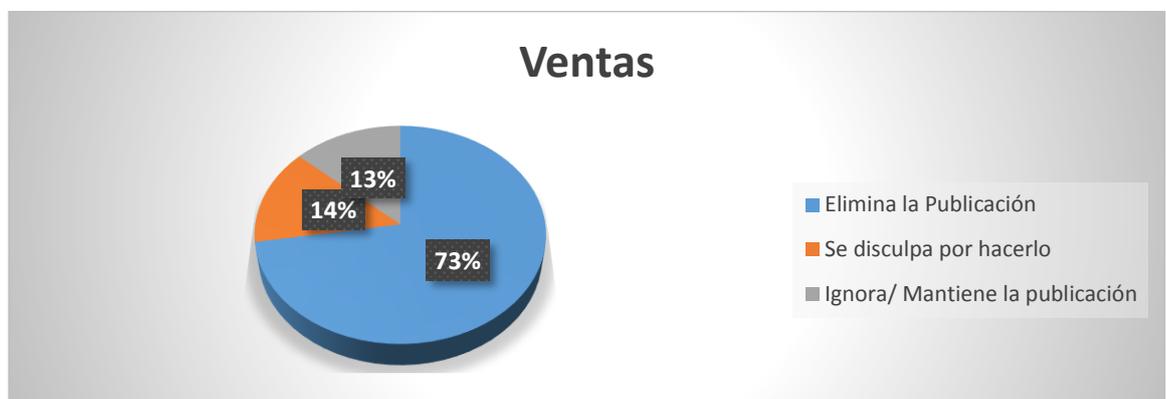
La mayoría de los estudiantes (62%) solo observan la información que se emite sin necesidad de generar respuestas o emitir críticas a lo observado siendo así solo lectores de información pero sin generar un feedback a lo emitido, mientras que un 38% de estudiantes si desarrolla interrogantes a la información e interactúa con las plataformas para asegurarse de la veracidad de la información emitida. Cuando una información no es contrastada con la verdad se convierte en una información no creíble.

TABLA 11

¿Cómo reacciona usted, cuando una información que compartió, interactuó o comentó, resultó ser falsa?

QUÉ HACE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Elimina la Publicación	234	73%
Se disculpa por hacerlo	46	14%
Ignora/ Mantiene la Publicación	43	13%

FIGURA #11 ¿Cómo reacciona usted, cuando una información que compartió, interactuó o comentó, resultó ser falsa?



ANÁLISIS

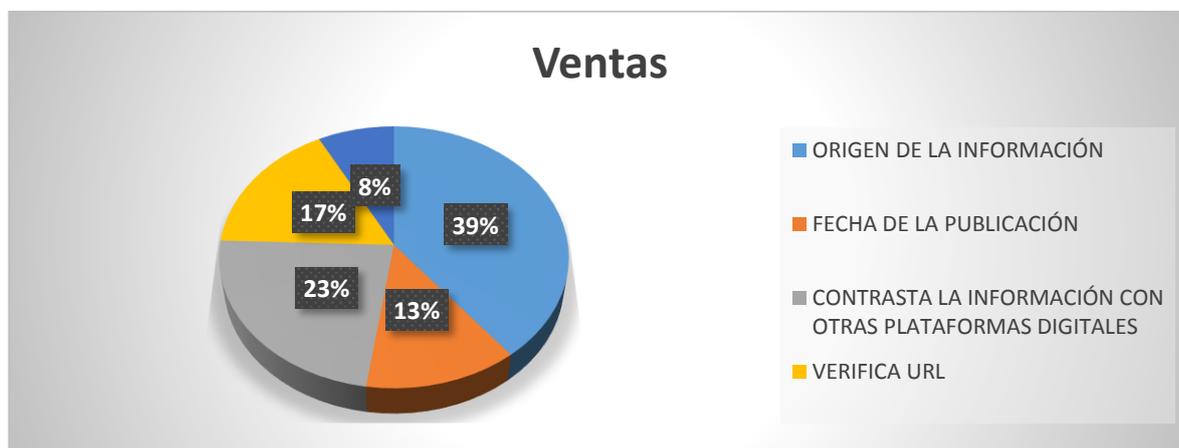
Cuando la información compartida por los estudiantes no es real la mayoría de estudiantes proceden a eliminar la información para no seguir propagando una información que se comprobó que era falsa es por esto que el 73% elimina esta información para no seguir generando una información sin fundamentos, el otro 14% por ciento de los estudiantes se disculpa públicamente por emitir esta información y aclara que no es real, pero el 13% de los estudiantes continúa manteniendo esta información en sus cuentas e ignora si la información es veraz o no.

TABLA 12

¿Cómo considera usted que se debería identificar que una información es verdadera o falsa?

IDENTIFICAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ORÍGEN DE LA INFORMACIÓN	127	39%
FECHA DE LA PUBLICACIÓN	42	13%
CONTRASTA LA INFORMACIÓN CON OTRAS PLATAFORMAS DIGITALES	75	23%
VERIFICA URL	54	17%
NINGUNA DE LAS ANTERIORES	25	8%

FIGURA # 12 ¿cómo considera usted que se debería identificar que una información es verdadera o falsa?



ANÁLISIS:

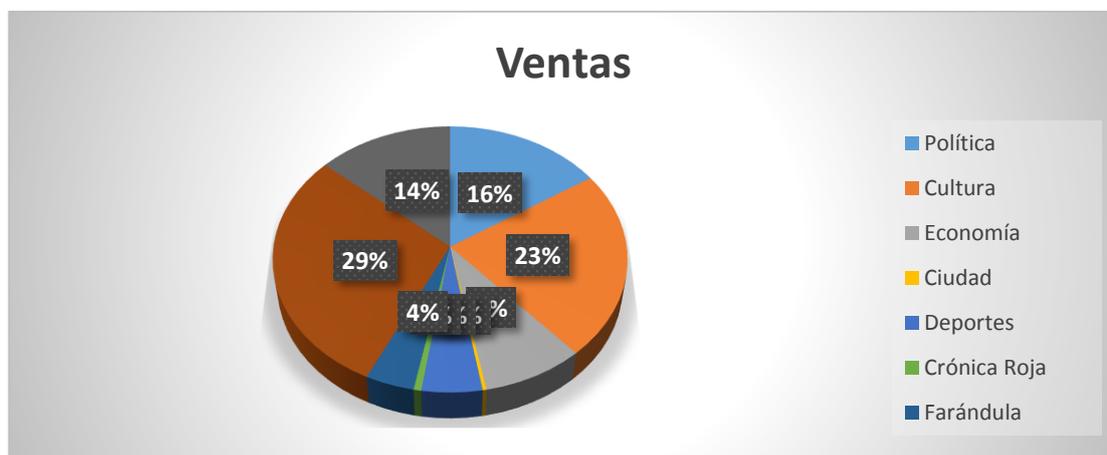
No toda la información que internet brinda es fiable por eso hay que asegurarse que cuando compartimos una información sea verdadera. El 39% de los estudiantes encuestados considera que la información que se emite debe ser verificada de acuerdo al origen de la misma para así aclarar su procedencia. Es importante saber verificar si una información es verdadera. Todos los estudiantes encuestados llegan a la misma conclusión, que toda información debe ser verificada y contrastada.

TABLA 13

¿Qué tipo de información genera en usted, mayor interés en plataformas digitales?

TIPO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Política	50	16%
Cultura	72	23%
Ciudad	1	1%
Deportes	16	4%
Crónica roja	2	2%
Farándula	13	4%
Entretenimiento	93	29%
Otras	43	14%
Economía	27	8%

FIGURA#13 ¿Qué tipo de información genera en usted, mayor interés en plataformas digitales?



ANÁLISIS:

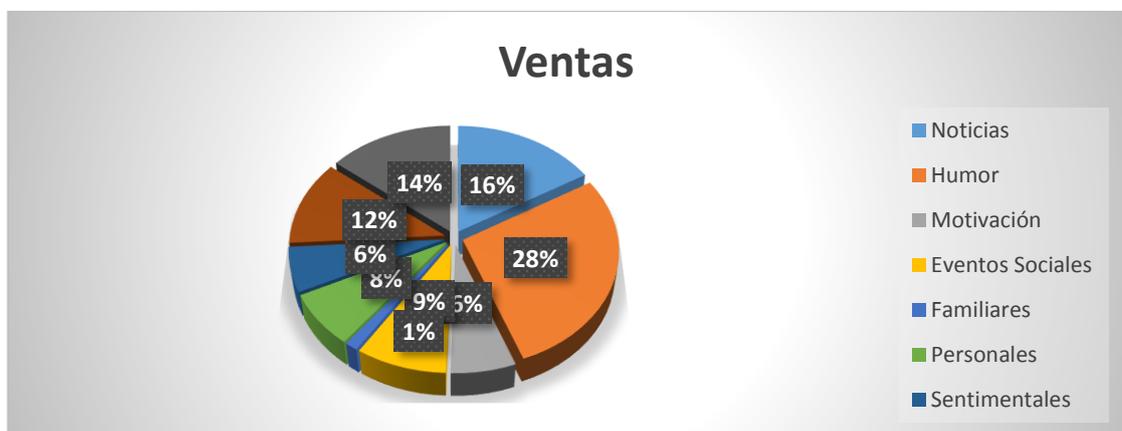
Este análisis se puede relacionar directamente con el rango de edad de las personas encuestadas en donde la mayoría corresponden a adolescentes que tienen mayor interés por mantenerse entretenidos cuando navegan en las plataformas digitales, ya que en la actualidad los jóvenes dan más importancia a actividades de ocio y no dan el tiempo necesario para actividades que les ayuden.

TABLA 14

¿Qué tipo de contenido comparte con mayor frecuencia en sus redes sociales?

TIPO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Noticias	53	16%
Humor	90	28%
Motivación	20	6%
Eventos sociales	28	9%
Familiares	4	1%
Personales	24	8%
Sentimentales	20	6%
Académicos	38	12%
Otras	46	14%

FIGURA #14 ¿Qué tipo de contenido comparte con mayor frecuencia en sus redes sociales?



ANÁLISIS:

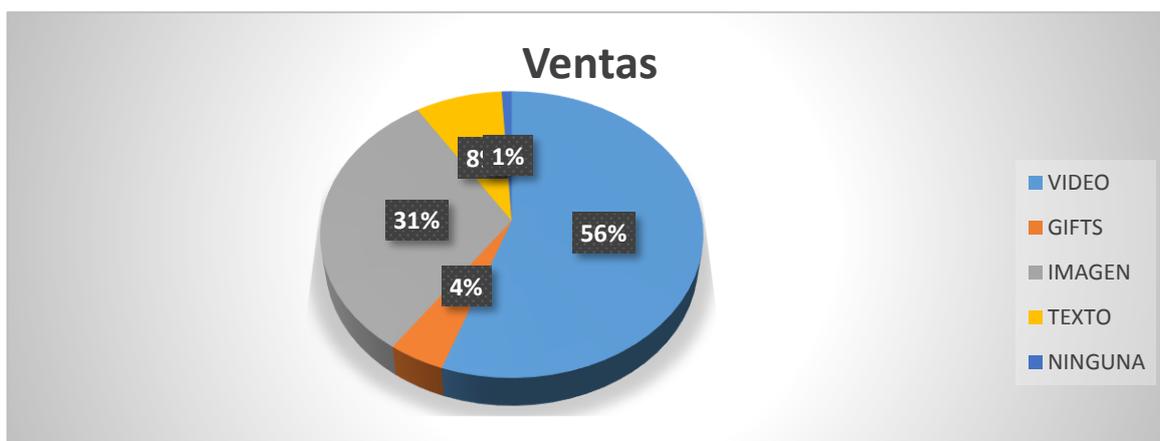
Al igual que la pregunta anterior y para asegurar se comprueba que los temas de humor son los que más acogida tienen en los estudiantes con un 28% son los estudiantes que más comparten contenidos de humor diariamente en las plataformas digitales, los jóvenes pasan varias horas navegando en el Internet, pero sin dar importancia a las actividades que les ayudarán a sus actividades académicas. Seguido de esto con un 16% está el acceso a noticias son las dos actividades que encabezan la lista, algo alarmante en esto es que al ser estudiantes solo el 12% de los mismos accede a información de temas académicos en las plataformas digitales.

TABLA 15

¿En qué presentación le genera mayor interés el contenido de eventos y noticias

Presentación	Frecuencia	Porcentaje
Video	179	56%
Gifts	14	4%
Imagen	101	31%
Texto	26	8%
Ninguna	3	1%

TABLA #15 ¿En qué presentación le genera mayor interés el contenido de eventos y noticias



ANALISIS:

El 56% de personas encuestadas prefiere la información emitida por videos esto genera mayor interés. La explicación a esto está dada por la interacción audiovisual que ésta genera con los videos, es más llamativa por que no se necesita de tanto esfuerzo para entender lo que se desea emitir, seguido de esto está la información por imágenes con 31% que genera difusión de la información más llamativa para los estudiantes

3.2. Entrevista.

Fue realizada a Msc. Claudia Ruiz Coordinadora del departamento de Relaciones Públicas de la Universidad Técnica del Norte.

- **¿Cuáles son las plataformas digitales para socializar a los estudiantes los eventos y noticias, explique?**

La Universidad Técnica del Norte cuenta con una población estimada a 8 mil personas, entre estudiantes, docentes, personal administrativo. Las edades de los estudiantes comprenden entre los 18 y 25 años. La Universidad cuenta sitios oficiales en Facebook, Twitter, Páginas Web. Facebook es la página más utilizada por los jóvenes universitarios. Adicional cuenta con la única red académica exclusiva de la institución que es la plataforma YAMMER con fines académicos y científicos.

- **¿Existe un plan y una estrategia comunicacional para socializar los eventos y noticias en la universidad?**

La universidad si cuenta con un plan de comunicación interna y externa para difundir sus eventos. Los estudiantes se consideran públicos internos donde se utiliza estrategias de comunicación para difundir sus actividades.

Que acogida considera usted, que tiene la información de eventos y noticias que se socializan a través de las plataformas digitales?

El sitio con más acogida y actividad es Facebook, con un total de 20.000 seguidores con una respuesta inmediata a publicaciones compartidas ya sea de eventos o noticias. La actividad de cada publicación depende mucho de que evento o noticia sea, no toda actividad será atractiva para algunos estudiantes.

- **¿Cómo cree usted que se puede mejorar la calidad de los contenidos de eventos y noticias que se socializa a través de las diferentes plataformas?**

En punto más importante es la planificación, con esto aseguramos la comprensión y acogida de la información compartida. Se publica con anticipación los eventos, para asegurar la participación de los estudiantes, detallada información como la agenda y horarios. Hay momentos que algún evento se suspende y ya se realizó la difusión, se crea mal entendidos entre el público objetivo.

3.3.Observación.



CAPITULO IV.

Guía de buen uso de medios digitales, en el acceso de información para estudiantes universitarios.

4.1. Título de la propuesta.

Guía de buen uso de medios digitales en el acceso a la información de eventos y noticias para estudiantes de la FECYT.

4.2. Objetivos de la Guía

4.2.1. Objetivo General.

Impulsar al buen uso de los medios digitales en los estudiantes, inculcando una cultura de enseñanza y aprendizaje al momento de buscar información y noticias de interés actual asegurando una información de calidad.

4.2.2 Objetivos Específicos.

- Diseñar una guía de buen uso de medios digitales, facilitando la búsqueda y compartición de información, generando contenidos más llamativos.
- Crear una cultura en los estudiantes del buen uso de las plataformas digitales al momento de acceder a información de eventos y noticias.
- Diseñar un plan de comunicación para facilitar la difusión y la comprensión del manual.

4.3.Introducción.

Se ve la necesidad de diseñar una guía de buen uso de medios digitales la misma que tendrá como beneficiarios a los estudiantes de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología, y con el uso correcto de los medios digitales asegura la participación activa de estudiantes y docentes a la hora de compartir y recibir información trascendental de eventos y noticias, que tendrá un nivel alto de credibilidad. Tomando la investigación realizada a los estudiantes, arroja distintos resultados como faceboock, Whatsapp, Instagram y Twitter son las plataformas más utilizadas por los jóvenes en el momento de acceder a información de eventos y noticias. Estudiantes de entre los 18 a 23 años usan diariamente las redes sociales y el dispositivo que utilizan con mayor frecuencia es el celular.

4.3.1. Identidad Digital.



La llegada del Internet en forma masiva, a la vida de las personas, sobre todo a la facilidad de interactuar y dejar huella en ella, hace que la gestión de la identidad se complemente con la realidad digital. Toda actividad de las personas en la Red es susceptible de ir configurando la identidad digital, dejando un rastro fuerte y claro en ella de manera consiente e inconsciente.

4.4. Facebook.



Fuente sacada de Internet

Es una red social, su principal objetivo es mantener en contacto a las personas de todo el mundo con la facilidad de compartir documentos multimedia. Facebook es una plataforma digital más utilizada por los estudiantes de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología ya que es gratuita y fácil de usar. Del total de estudiantes el 55% hace uso de la plataforma compartiendo y descargando información de entretenimiento. Las empresas pueden crear páginas oficiales que les permiten crear su espacio, para poder comunicarse con sus seguidores.

4.4.1. Perfiles.

Todos los usuarios de Facebook se crean perfiles, como título individual y propio. La persona que crea el perfil es la que tiene derecho a administrar esa página.

4.4.2. Páginas.

Las páginas están pensadas para instituciones, empresas o negocios, celebridades, permiten gestionar uno o varios perfiles.

4.4.3. Grupos.

Lo crea un usuario (creador) y las personas que se añaden pueden tener roles diferentes: administrador, vocal y miembro. Los grupos pueden ser públicos, privados o secretos, y sirven para formar una red en torno a un tema o un interés específico.

4.4.4. Errores de uso.

- **Mal uso del facebook de la Facultad.**

Los estudiantes no comparten información de carácter académico o que beneficie al estudiante, dan uso para ofertar productos como una página de publicidad.



Fuente sacada del Facebook de la Facultad.

- **No respetar las reglas de ortografía.**

Cuando escribimos con faltas de ortografía dice mucho sobre nosotros, tratemos de escribir correctamente todas las palabras utilizando correctores ortográficos.



- **Excesivas publicaciones.**

Compartir excesivas publicaciones no importantes, los estudiantes comparten demasiada información.

- **Interactúan más con temas de entretenimiento.**

Los estudiantes interactúan más comentando y compartiendo temas de entretenimiento y de diversión, y no en temas que en verdad dan beneficios académico.



Fuente sacada del Facebook de la Facultad.

4.4.5. Ventajas de formar parte del Facebook de la facultad

4.4.5.1. Que es un grupo en Facebook.

Es un sitio en Facebook donde un número de personas forman parte de estas comunidad para compartir videos, fotos, documentos o temas de actualidad, estos grupos pueden ser públicos donde cualquier persona puede ser parte o pueden ser privados, donde debes solicitar unirte al grupo.

4.4.5.2. Ventajas:

- Compartir información de temas académicos.
- Estar en contacto con todos los estudiantes de la Facultad.
- Generar contenidos de entretenimiento.
- Informar sobre eventos y noticias de la Facultad.
- Unir a los todos los estudiantes para relacionarse y ayudar a los demás con sus dudas.



4.4.6. ¿Cómo los estudiantes verifican si lo que comparten es verdadero?

No todo lo que compartes o comparten tus seguidores llega a ser verdadero. Del total de estudiantes el 38% no verifica si la noticia que comparte es verdadera.

- Verificar el origen de la información.
- Explorar la fecha de publicación.
- Contrasta la información con otras plataformas digitales.
- Verifique URL

4.4.7. ¿Qué hacer cuando lo que compartes es falso?

Cuando una información es comprobada que es mentira los estudiantes de la Facultad.

- El 73% de estudiantes borra la publicación.
- El 14% se disculpa por hacerlo.
- El 13% mantiene la publicación he ignora los comentarios.



4.5. Whatsapp



Fuente sacada del Internet,

Es una aplicación para celular de mensajería instantánea que se utiliza únicamente con Internet, complementando con servicios de correo electrónico, mensajería instantánea, servicio de mensajes cortos o sistema de mensajería multimedia.

4.5.1. Errores habituales de los estudiantes en Whatsapp.

- **Adicción.**

La adicción es una de los temas que más preocupa en la actualidad, del total de estudiantes el 53% accede y utiliza todos los días más de una hora diaria.

- **Usar abreviaturas.**

Los estudiantes pierden la importancia de escribir correctamente las palabras por escribir un mensaje en menor tiempo.

- **Sexting.**

Los estudiantes hacen mal uso de esta aplicación para compartir fotos íntimas que comprometan la integridad de las personas.

- **Compartir información falsa.**

Tener mucho cuidado con compartir información, links, videos o cadenas sin antes verificar si es verdadera. Del total de estudiantes el 50% por ciento sabe cómo verificar si una noticia es verdadera o falsa.

- **Exceso de cadenas.**

Compartir excesivas publicaciones links, fotos (memes), pueden llegar a fastidiar a tus seguidores de tanta información no importante, y convertirnos en personas no gratas para seguir.

4.5.2. Recomendación para un buen uso de WHATSAPP

- No dar tu número de celular a desconocidos.
- Bloquea a personas no gratas.
- Elimina continuamente tu historia de Whatsapp.
- Deja un momento el celular y comparte más tiempo con las personas.
- Configura la privacidad de Whatsapp.

4.5.3. Recomendación para un buen uso de los grupos en WHATSAPP.

- No escribir a grupos hasta altas horas de la noche.
- Si te sientes incomodo un en grupo tienes la obligación de abandonarlo.
- No hablar mal de nadie.
- No compartir pornografía.
- Si no tienes nada importante que compartir no lo hagas.

4.5.4. Ajustes generales.

En esta pestaña podemos realizar ajustes generales de la aplicación como son:

- **Perfil:**

Aquí podremos hacer ajustes en la foto de perfil de la aplicación para que nuestros contactos lo puedan ver, y poner un nombre que deseemos que nos puedan ver nuestros contactos.

- **Ajustes de Chat.**

Aquí tenemos algunos aspectos de configuración como es el tamaño de letra, cambiar el fondo del chat, bloquear contactos no deseados, hora de ultima vez de conexión.

- **Notificaciones:**

Mediante esta opción puedes cambiar el sonido de mensajes y llamadas como también la luz de aviso de mensajes nuevos.

- **Almacenamiento:**

En esta opción de ajuste podemos observar la cantidad de mensajes enviados y recibidos como el uso de megas que realizamos al recibir y compartir archivos.

4.6. Twitter.



Fuente sacada del Internet.

Es una plataforma digital considerado una red social por varias personas, donde las personas pueden compartir información de noticias y eventos, algunas empresas las utilizan para posicionar su marca en el mercado. Los usuarios pueden compartir pensamiento con un mínimo de 140 caracteres.

*Actual mente la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología no cuenta con una cuenta oficial en twitter.

4.6.1. Errores comunes de los adolescentes.

- **No completan su perfil:**

Es lo más común de los jóvenes, no dan la importancia que merece el tener un perfil detallado, en algún momento puedes dejar de ser interesante para seguir. La biografía también es muy importante, es la forma como la gente se hace una idea de ti.

Consejo:

Completar todas las políticas de uso que solicita Twitter, para usar la aplicación.

- **Comparten muchos tweets personales.**

Existen muchos jóvenes que hacen uso de Twitter para darse a conocer con las demás usuarios dando un uso más como red social, o comparten información personal que no es muy importante para otros usuarios.

Consejo:

Escribir Tweets que tengan un valor agregado que se conviertan en algo interesante para mis seguidores, se convierte interesante compartir temas de actualidad.

- **Siguen por seguir a usuarios.**

Los estudiantes por tener un gran número de personas seguidas, empiezan a enviar solicitudes de amistad desesperadamente a cualquier usuario sin verificar la biografía.

Consejo: Al momento de seguir a una persona debemos informarnos de todos sus datos de que temas hace sus tweets, es importante leer su biografía.

4.6.2. Lo que no sabías (UTN Ibarra – Ecuador)

- Seguidores 3.263
- Siguiendo 1.087
- Tweets compartidos 2.151



Fuente sacado del twitter del a Universidad.

4.6.3. ¿Cómo escribir un twitter?

- **Redacción.**

La redacción es muy importante en un Twitter, debes ser lo más claro posible y utilizar las palabras correctas para que las demás personas pueden comprender lo que compartes, sin olvidar que tienes solo 140 caracteres para redactar el Twitter.

- **Ortografía.**

Se debe utilizar todas las reglas de ortografía, ya que todo redactas y compartes van a estar a la vista de muchas personas, y molesto ver palabras mal escritas.

- **Verificar datos de Tweet.**

Cuando en un Tweet se utilice fechas, nombres, años, debes verificar que lo que vas a compartir sea correcto, no podemos compartí información que no sea actual o verificada por otras fuentes o páginas.

- **Incluir Fuente.**

Es muy importante agregar una fuente o referencia, para que lo que compartes tenga un valor de confianza y que sea información valiosa y de utilidad para otras personas.

4.6.4. Términos utilizados en TWITTER.

- **Timeline.**

Está representada cronológicamente por horas y fechas las publicaciones que hacen tus seguidores.

- **Followings.**

Son los usuarios o empresas o artículos que decido seguir.

- **Followers.**

Son los usuarios que deciden seguirme en Twitter.

- **Tweet.**

Son todos los mensajes enviados por mis seguidos o seguidores, que deben utilizar 140 caracteres por mensaje compartido. Los mensajes que se comparten pueden ver todo el público.

- **Hashtag.**

Un HASHTAG se le representa con el símbolo "#", el objetivo es agrupar y clasificar tweets, que hablen de un mismo tema. Cuando abres un HASHTAG se despliega automáticamente todos los tweets que se centran en el mismo tema.

- **Etiquetar.**

Es la forma de buscar y etiquetar a un usuario, en un twitter, con ello el usuario podrá participar de los comentarios realizados en el tweet.

- **Retweets.**

Se le representa con las siglas RT. Se refiere a que puedes compartir el tweet de otro usuario para que tus seguidores puedan ver en tu timeline.

4.7.Instagram.



Es una red social muy llamativa para los jóvenes, porque pueden compartir fotos y videos utilizando diferente animación en cada foto. Los estudiantes de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología le generan mayor interés en la presentación de imágenes y videos, los temas de humor son los que más acogida tienen en los estudiantes.

4.7.1. Consecuencias en los jóvenes

Baja Autoestima: al estar en contacto con las fotos de famosos, ellos tienden a querer ser como las personas seguidas.

Adicción: Quieren compartir fotos a cada minuto de todas sus actividades que realizan.

Anorexia: Al estar en contacto con fotos de modelos tienden a tener esta adicción. Al querer ser como ellos.

Bulimia. Se crean problemas sociales **como es** la bulimia, estos problemas se tienden más en los jóvenes.

4.7.2. Riesgos de usar Instagram

- **Geoposicionamiento:**

Cuando compartes una foto y video, Instagram de la facilidad de que otras personas pueden buscarte a través de un mapa de ubicación y sepan en pocos momentos la ubicación exacta de donde te encuentras.

- **Sexting:**

Ya que es una aplicación básicamente de compartir imágenes y videos los estudiantes hacen mal uso de esta aplicación para compartir fotos íntimas que comprometan la integridad de ellas.

- **Ciberacoso.**

Como es una aplicación gratuita no sabemos quién puede ver nuestras fotos y hacer mal uso de ella, o compartir imágenes ofensivas para otras personas.

4.7.3. Recomendaciones para un buen uso de INSTAGRAM

- **Configurar una cuenta privada.**

Con esto las personas que deseen ser tus amigos deberán enviarte una solicitud previa. De esta manera solo te seguirá quién tú permitas que te siga.

- **No aceptar a extraños.**

Tener mucho cuidado no sabemos si son perfiles verdaderos o creados con otro fin.

- **Bloquear a personas no deseadas.**

Tienes el derecho de bloquear a perfiles que no son gratos para ti.

- **Inhabilita la ubicación**

Así cuando compartas una imagen no compartas tu ubicación.

CAPÍTULO V

5. Plan de Comunicación.

Objetivo: Socializar la guía de buen uso de plataformas digitales a estudiantes y docentes y establecer canales de comunicación participativos para facilitar la difusión y comprensión del manual creando una cultura en los estudiantes del buen uso de las plataformas digitales.

Público	Estrategia	Táctica	Actividad	Evaluación
Interno (Docentes Autoridades.)	Socializar el manual de buen uso de plataformas digitales.	Reuniones Informativas	<p>*Desarrollo de invitaciones.</p> <p>* Convocar a docentes y autoridades que estarán presentes en la socialización del manual.</p> <p>*Entregar un ejemplar del manual a cada docente y autoridades.</p> <p>Enviar a los correos institucionales.</p>	<p>* Hoja de registro de asistentes.</p> <p>* Confirmación la presencia de los representantes previo a la socialización.</p>
Interno (Estudiantes)	Socializar el manual con los presidentes de cada carrera de la		<p>*Desarrollo de solicitud de espacios para la socialización del manual.</p> <p>*Otorgar un ejemplar del manual a cada presidente de carrera.</p>	<p>*Ver el número de publicaciones compartidas.</p> <p>* Hoja de asistencia a la socialización.</p>

	Facultad de Educación Ciencia y Tecnología.	Reuniones de Trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> *Entregar el manual en digital para que cada presidente de curso comparta con sus compañeros. * Socializar los resultados de la investigación realizada. *Desarrollar un contenido interactivo en diapositivas. 	
Interno	Generar espacios de interacción con estudiantes.	Casa Abierta	<ul style="list-style-type: none"> *Organización de stands informativos con estudiantes de la carrera de Relaciones Públicas en los temas de Sexting y Cyberbullying. *Designación de actividades a los estudiantes del 7mo semestre de la carrera de Relaciones Públicas 	<ul style="list-style-type: none"> *Checklist de actividades de los estudiantes de la carrera de Relaciones Públicas. *Retroalimentación con los estudiantes de la carrera de Relaciones Públicas para medir avances de los temas. *Hoja de asistentes a la casa abierta. * Registro de evidencia.

			<ul style="list-style-type: none"> * Desarrollo de solicitud para los permisos pertinentes para el desarrollo de la casa abierta. * Segmentación de temas para cada stand informativo en la casa abierta. * Preparación del espacio para la casa abierta, adecuación de cada stand. * Transmisión en vivo y publicaciones digitales de la Feria * Se invitara a los medios Universitarios. 	
			Juegos recreativos con estudiantes y docentes.	* Registro de asistentes.

Interno	Alianza estratégica con la carrera de Psicología General para tratar el tema del sexting y Cyberbullying	Capacitaciones y juegos recreativos acerca de los perjuicios que genera el sexting y Cyberbullying	<p>* Realizará concurso con el tema, Sexting, los estudiantes deberán realizar un dibujo que representa la temática. El dibujo que quede como ganador se le entregara un premio (carrea de artes plásticas).</p> <p>* Desarrollo de material para las capacitaciones referentes al tema.</p> <p>*Se entregará la guía a todos los participantes.</p>	* Anexos de las capacitaciones (Multimedia)
			*Entrevista y socialización de resultados del manual de buen uso en los medios de comunicación de la Universidad.	

<p>Externo Ciudadanía</p>	<p>Difusión mediante los medios de comunicación</p>	<p>Gira de medios</p>	<p>* Solicitudes de espacios para las entrevistas en programas de los medios de comunicación de la Universidad.</p> <p>* Desarrollo de un loop de imágenes referentes al tema para la transmisión durante las entrevistas.</p>	<p>*Número de entrevistas realizadas.</p> <p>* Revisión de los contenidos y su impacto en redes sociales.</p> <p>*Observar el impacto en los medios.</p>
-------------------------------	--	------------------------------	--	--

PLAN TÁCTICO

Táctica	Actividad	Valor
Reuniones informativas	*DISEÑO DE MANUAL	20.00
	Diseño de Invitaciones.	15.00
	*Impresión de invitación.	30.00
	*Hoja de registro de asistentes.	0.00
	*Impresión del manual (75 ejemplares).	500.00
	*Lugar para la reunión de trabajo.	0.00
	* Manual en digital para que cada presidente de curso comparta con sus compañeros.	0.00
*Contenido interactivo en diapositivas.	10.00	
Casa Abierta	*Stands informativos con estudiantes de la carrera de Relaciones Públicas en los temas de Sexting y Cyberbullying.	0.00
	* Designación de actividades a los estudiantes del 7mo semestre.	0.00
	*Desarrollo de permisos para la casa abierta.	2.00
	*Preparación del espacio para la casa abierta, adecuación de cada stand.	0.00
	*Transmisión en vivo y publicaciones digitales de la Feria. (PLAN DE DATOS)	15.00
	*Diseño e impresión de afiches de feria. (20 afiches)	

	*Diseño de invitaciones virtuales.	30.00
	*Diseño y envío de boletín de prensa.	10.00
	COFFEE BREAK	20.00
	EXPOSITPRES	
Alianza estratégica con la carrera de Psicología General	*Juegos recreativos con estudiantes y docentes.	0.00
	* Realizar concurso con el tema, Sexting.	0.00
	* Desarrollo de material para las capacitaciones referentes al tema.	80.00
	*Elegir lugar y fecha.	0.00
	*Diseño de invitación e impresión.	55.00
	*Registro de asistentes.	
	*Logística	0.00
	EXPOSITORES	0.00

Gira de medios	* Entrevista y socialización de resultados.	0.00
	* Solicitudes de espacios para las entrevistas	0.00
	*Elegir medios de comunicación	0.00
	*Preparar material interactivo.	50.00
	*Monitoreo de medios	0.00
	* Desarrollo de un loop de imágenes	20.00

TOTAL PLÁN TÁCTICO

PRESUPUESTO GENERAL	
GASTOS DE INVESTIGACIÓN	
Impresión encuesta	20.00\$
Internet	15.00\$
Transporte	10.00\$
Alimentación	20.00\$
Fotografías	10.00\$
Anillados e impresión	35.00\$
GASTOS RECURSOS HUMANOS	
Diseñador	200.00\$
PLAN TÁCTICO	
EJECUCION DE TACTICA	1017.00\$
SUBTOTAL	1327.00\$
12% IVA	195.24\$
TOTAL:	1522.24\$

CAPITULO VI

6.1.CONCLUSIONES

- El marco teórico fue fundamental para aclarar las dudas en aspectos sobre Comunicación Organizacional, Relaciones Públicas, Comunicación Digital y Las Tics en la educación. Estos temas están relacionados con el uso de plataformas digitales en jóvenes Universitarios. La presente investigación se la realizó a estudiantes de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte. Los resultados que arrojó la investigación fue que el 53% de estudiantes encuestados hacen uso del celular para acceder con mayor frecuencia a Facebook donde a ellos les generan mayor interés publicaciones de entretenimiento y cultura.
- Con la utilización de la guía de buen uso de medios digitales será un apoyo para impulsar el buen uso de estas herramientas de comunicación en los estudiantes, inculcando una cultura de enseñanza y aprendizaje al momento de buscar información y noticias de interés actual, asegurando una información de calidad.
- En la actualidad los medios digitales son una herramienta muy indispensable para todos los jóvenes estudiantes de forma positiva y negativa, lo que conlleva a un correcto uso de estos medios, es muy importante que los estudiantes antes de publicar y compartir una información verifiquen si es verdadera o falsa contrastando con otras fuentes.
- El plan de comunicación ayudará a la socialización de la guía de buen uso de plataformas digitales a estudiantes y docentes, y creara canales de comunicación participativos mejorando y promoviendo la motivación e integración entre ellos.

6.2.RECOMENDACIONES

- Se recomienda al departamento de Relaciones Públicas socializar la guía de buen uso de medios digitales a la comunidad universitaria para que puedan interactuar y se transforme en herramienta útil para los estudiantes.
- Según los resultados obtenidos con la investigación los estudiantes ponen mayor interés a publicaciones de entretenimiento y cultura, se recomienda utilizar formatos más llamativos y atractivos para el público objetivo.
- El 56% de personas encuestadas prefieren la información emitida por videos, esto genera mayor interés la explicación está dada por la interacción audiovisual que esta genera con los videos es más llamativo por que no se necesita de tanto esfuerzo para entender lo que se desea emitir.
- Es importante que el Ministerio de Educación realice diferentes charlas en Universidades, sobre el uso adecuado de las plataformas digitales ya que vivimos en un entorno globalizado y los estudiantes usan constantemente la tecnología
- Es importante que los docentes estén en constante evolución y capacitación de estas herramientas y seguir páginas juveniles para estar en contacto de los jóvenes, observando sus necesidades y debilidades para tratar de solucionar estos problemas.

Bibliografía

- : Lorenzo Sánchez Pardo, Guillermo Crespo Herrador, Remedios Aguilar Moya, Francisco-Jesús Bueno Cañigral, Rafael Aleixandre Benavent, & Juan Carlos Valderrama Zurián. (s.f.). *LOS ADOLESCENTES Y LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACION Y LA COMUNICACION* . VALENCIA : Unitat de Prevenció Comunitaria de Conductes Adictives (UPCCA-Valencia).
- Alberto, G. A. (2015). *Comunicar en la Sociedad Teorias, Modelos, Practicas* . UOC.
- Antonio, C. E. (2009). *Relaciones Publicas Teoria e historia* . UOC.
- BRONSTRUP SILVESTRIN, C. G. (2009). *COMUNICACION, LENGUAJE Y COMUNICACION ORGANIZACIONAL*. RED SIGNO Y PENSAMIENTO.
- Choliz, M. (2012). *ADICION AL INTERNET Y REDES SOCIALES*. ALIANZA EDITORIAL.
- Daiana, J. N. (2009). *los medios de comunicacion frente a la revolucion de la informacion* . El Cid Editor apuntes .
- DENNIS WILCOX, G. C. (2008). *RELACIONES PUBLICAS ESTRATEGIAS Y TACTICAS* . ALBERTO CAÑISAL.
- Fernandes Garcia, G. R. (2001). *Medios de Comunicacion Sociedad y Educacion* . Edicion de la Universidad de Castilla la Mancha.
- Fernández, J. E. (2009). *La comunicación corporativa*. El Cid Editor.
- Gissela, E. (2017). *Evolucion de los medios de comunicacion* . ProQuest ebrary.
- Gutierrez Alfonso, P. A. (s.f.). Tribus Digitales en las Aulas Universitarias . *COMUNICAR* , 176.
- Heredia, V. (2016). 56 de cada 100 personas. Quito, QUITO.
- Hernandez, P. (9 de Octubre de 2013). *Mal Uso de los Medios tecnologicos y de Comunicacion*. Obtenido de Mal Uso de los Medios tecnologicos y de Comunicacion: <https://prezi.com/ljcdwigu-ve1/mal-uso-de-los-medios-tecnologicos-y-de-comunicacion/>
- Ibañez, J. S. (2008). *Innovacion Educativa y Uso de las TICs*. UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA.
- Ibañez, S. (2003). Acceso a la información y aprendizaje. *Revista Científica de Comunicación y Educación*;, 32-32.
- Mar de Fontcuberta. (2011). *La Noticia*. España: Espasa Libros.
- Molina, M. N. (ABRIL de 2005). *Evaluación de la calidad y veracidad de la información en la Red*. Obtenido de Evaluación de la calidad y veracidad de la información en la Red: <http://www.vidadigital.net/blog/2005/04/07/evaluacion-de-la-calidad-y-veracidad-de-la-informacion-en-la-red/>

- Muchnik, E. S. (2009). *Aislamiento y soledad*. Eudeba.
- Oberst, X. S.-C. (febrero de 2008). *La adicción a Internet y al móvil: ¿moda o trastorno?*
Obtenido de La adicción a Internet y al móvil: ¿moda o trastorno?:
<http://www.redalyc.org/pdf/2891/289122057007.pdf>
- Patrick, R. (s.f.). *Contruccion de modelos para Analisis de Decicion*. Mexico: Limusa.
- Pedranti, G. (2009). *Introduccion a la Comunicación* . Maipue.
- Rodriguez, R. (2011). *La manipulación informativa y la desinformación: La anomia de los receptores y el fomento de víctimas propiciatorias*. española.
- Sanchez, R. J. (2010). *Como organizar un evento exitoso*. Buenos Aires: ProQues ebrary.
- Sergio, M. P. (2011). *Introduccion a la comunicacion* . Aula Taller .
- SHERBROOKE, P. (2006). *EDUACION EN MEDIOS DE COMUNICACION Y LAS NUEVAS TECNOLOGIAS* . RED COMUNICAR .
- Suplemento, R. O. (MAYO de 2004). *LEY ORGANICA DE TRANSPARENCIA Y ACCESO*.
Obtenido de LEY ORGANICA DE TRANSPARENCIA Y ACCESO:
http://www.seguridad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/ley_organica_de_transparencia_y_acceso_a_la_informacion_publica.pdf
- Valencia, G. A. (2011). Importancia del Derecho de Acceso a la Información. *Latin America Journals Online*.
- Victor, A. (2010). *La Educacion en Medios Digitales de Comunicacion* . Revista de Medios de Educacion .
- Zambrano, J. (jueves de 4 de 2013). *Comunicacion Digital* . Obtenido de Comunicacion Digital : <http://comunicacion-digital-jose.blogspot.com/2013/04/definicion-comunicacion-digital.html>
- Zanoni, L. (2008). *Imperio Digital* . Buenos Aires: Carolina Di Bella.

Anexos:



EN LA RED

CASA ABIERTA DE REDES SOCIALES



TE INVITA LA CARRERA DE LIC. EN RELACIONAS PÚBLICAS

PLANTA BAJA DE LA FECYT

05 Julio 2018 Hora 10:00-13:00

