

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**"ANÁLISIS DE LA RED SOCIAL TWITTER COMO HERRAMIENTA DE INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN EN LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS GUATEMALTECOS."**

TESIS DE GRADO

SUSAN MELISSA MORALES CASTILLO

CARNET 10096-08

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, OCTUBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**"ANÁLISIS DE LA RED SOCIAL TWITTER COMO HERRAMIENTA DE INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN EN LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS GUATEMALTECOS."**

TESIS DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR

SUSAN MELISSA MORALES CASTILLO

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, OCTUBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANO: MGTR. HÉCTOR ANTONIO ESTRELLA LÓPEZ, S. J.
VICEDECANO: DR. JUAN PABLO ESCOBAR GALO
SECRETARIA: MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY
DIRECTORA DE CARRERA: LIC. MIRIAM AMARILIS MADRID ESTRADA DE VALDEZ

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

MGTR. MICHAEL ERIC FINKEL STERN

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

LIC. RAMIRO MAC DONALD LOPEZ

Guatemala, 21 de agosto de 2017

Señores

Miembros del Consejo

Facultad de Humanidades

Universidad Rafael Landívar

Presente

Estimados Señores del Consejo

Atentamente me dirijo a ustedes, para someter a su consideración el trabajo de tesis de la estudiante SUSAN MELISSA MORALES CASTILLO, Carné No. 10096-08 de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, cuyo título es: **“Análisis de la red social Twitter como herramienta de información y comunicación en los jóvenes universitarios guatemaltecos”**. He revisado el trabajo de investigación y considero que llena satisfactoriamente los requisitos necesarios de una investigación, por lo que solicito le nombren revisor final de tesis.

En espera de una resolución favorable, me es grato suscribirme con muestras de consideración y respeto.



Mgtr. Michael Eric Finkel Stern

Asesor



Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado de la estudiante SUSAN MELISSA MORALES CASTILLO, Carnet 10096-08 en la carrera LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, del Campus Central, que consta en el Acta No. 051378-2017 de fecha 8 de noviembre de 2017, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"ANÁLISIS DE LA RED SOCIAL TWITTER COMO HERRAMIENTA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS GUATEMALTECOS."

Previo a conferírsele el título y grado académico de LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 13 días del mes de octubre del año 2017.



Irene Ruiz Godoy

**MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar**

Índice

I. Introducción	1
1.1. Antecedentes	2
1.2. Marco Teórico	18
1.2.1 ¿Qué son las Redes Sociales?	18
1.2.2. Origen de las Redes Sociales	21
1.2.3. Ventajas y desventajas de las Redes Twitter	25
1.2.4. Tipos de Redes Sociales más utilizadas en Guatemala	29
1.2.4.1. Twitter	29
1.2.4.1.1. Historia de Twitter	36
1.2.4.2. Facebook	37
1.2.4.3. Instagram	39
1.2.5. Herramientas de Información y Comunicación	41
1.2.5.1. Modelos de comunicación	42
1.2.6 Relación de Redes Sociales y Comunicación	43
1.2.7. Factores de Riesgo	45
1.2.8. Usos de los jóvenes universitarios	46
1.2.9. Características de los jóvenes universitarios de Guatemala	50
II. Planteamiento del Problema	53
2.1.1. Objetivo General	55
2.1.2. Objetivos Específicos	55
2.2 Elementos de estudio	55
2.3 Definición conceptual de elementos de estudio	55
2.3.1 Red social Twitter	55
2.3.2 Herramientas de información y comunicación	56
2.4 Definición Operacional de elementos de estudio	57
2.4.1. Red social Twitter	57
2.4.2. Herramientas de Información y Comunicación	57
2.5 Alcances y límites	57
2.6 Aporte	58

III. Método	59
3.1 Sujetos	59
3.2 Instrumentos	61
3.3 Procedimiento	62
3.4 Tipo de investigación y metodología estadística	63
IV. Presentación de resultados	65
V. Discusión de resultados	79
VI Conclusiones	83
VI Recomendaciones	85
IV. Referencias Bibliográficas	86
Anexos	90

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo era el análisis de la red social Twitter como herramienta de información y comunicación ya que en la actualidad el medio digital se ha vuelto una tendencia muy importante para los jóvenes guatemaltecos. Para lograr este objetivo fue esencial conocer los medios tradicionales en los cuales los jóvenes solían comunicarse e informarse sobre los acontecimientos ocurridos. De igual forma fue necesario identificar los patrones de interacción de los jóvenes en las redes sociales.

Para la realización de esta investigación se llevaron a cabo encuestas en el establecimiento de la Universidad Rafael Landívar a estudiantes de la carrera de ciencias de la comunicación que correspondían en las edades que se solicitó en el trabajo. De igual forma se realizaron entrevistas a varios expertos en el tema para poder enriquecer el trabajo con su punto de vista sobre el tema tanto en comunicación como en el área digital.

Los jóvenes tienen muy claro y colocan a la red social Twitter como una de las más importantes para mantenerse informados, ya que la información que publican en esta plataforma es de carácter inmediato y se publican acontecimientos que están sucediendo en el momento.

I. Introducción

Desde la invención de Internet muchas cosas han cambiado, las personas viven con más intensidad y rapidez su día a día, todo es urgente, cada vez se esperan mejores cosas y buscan estar informados a la brevedad posible, buscan datos puntuales y que la información sea verdadera y con fuentes comprobables. Las redes sociales han revolucionado el mundo, han creado hábitos de consumo, nuevos estilos de vida, nuevos grupos sociales, entre otros y en todo esto ha tomado participación las redes sociales.

Las redes sociales han ido evolucionando de una manera trascendental, ya que en un inicio se creía que iban a ser utilizadas por adolescentes o que eran una forma de perder el tiempo. Ahora, podemos ver como sean han unido personas de todo tipo de edades y buscan una red social que se adecue a sus necesidades. Y esta revolución ha crecido en todo el mundo y con el paso del tiempo ha aumentado también en Guatemala. Gracias a las redes sociales se puede estar informado en tiempo real de acontecimientos que están sucediendo alrededor del mundo y viceversa.

Los medios de comunicación masivos también se han visto afectados a esta evolución digital y han tenido que unirse al mundo tecnológico. Medios televisivos, radiales y escritos han tenido que abrir cuentas en estas plataformas para poder estar actualizados y poder brindar la información con la rapidez que los usuarios exigen en estos tiempos. La interacción con el público también ha crecido con esta tendencia, ya que los usuarios se sienten más cerca de la información y sienten que pueden ser parte de la misma.

Una de las redes sociales informativas más importantes es Twitter. Esta red social se ha mantenido activa desde hace varios años y aunque ha disminuido la cantidad de usuarios, sigue siendo relevante en el ámbito informativo, ya que muchas personas ingresan a esta plataforma para conocer a tiempo real lo que sucede en temas de noticias, tráfico, deporte, entre tantos más. El impacto y el alcance que tiene Twitter en los usuarios principalmente en los jóvenes es una de las razones principales de esta investigación.

Por lo que el objetivo del presente estudio es analizar la red social Twitter como un medio informativo y de comunicación de los jóvenes universitarios de 18 a 25 años de la ciudad de Guatemala.

1.1. Antecedentes

En todas partes del mundo, las redes sociales crecen sin límite alguno y Guatemala no es la excepción. Con los días las redes sociales van creciendo y van formando parte de la vida cotidiana de cada una de las personas que tienen cuentas de las mismas, ya que desean enterarse de hechos políticos, sociales, familiares, deportivos y de entretenimiento, por lo que ingresan con frecuencia a estas para saber quién está conectado, que de nuevo hay en la vida de los demás, entre otras cosas más que se pueden encontrar en las redes sociales. Pero para muchos se ha vuelto parte de su rutina diaria, tanto que puede llegar a afectar a su vida laboral o social ya que pueden llegar a perder la relación que tienen frente a ellos para crear relaciones virtuales o simplemente desconectarse de la vida real.

Es de suma importancia saber qué es lo que sucede alrededor con la evolución de la tecnología como tal, para que en todos los ámbitos, tanto personales como laborales se esté actualizado.

En relación a este tema se han encontrado diversas investigaciones nacionales e internacionales que ayudan a ampliar el conocimiento sobre las redes sociales y los medios informativos y de comunicación.

Pérez (2009) realizó una investigación sobre el fortalecimiento de las redes sociales en los municipios más necesitados, el autor no se refiere directamente a las redes sociales en la web, su investigación surge ante la incógnita acerca de los Objetivos del Milenio, y si el hambre será erradicada con el paso de los años. Buscando la mejora de los rincones más necesitados del planeta surgen nuevos productos de comunicación, los cuales unifican patrones de intercambio alrededor del mundo. El manejo internacional y de ayuda hacia las comunidades necesitadas alrededor del planeta forma las redes sociales, y al igual que Internet, las redes sociales crean vínculos sociales alrededor del mundo, con base en distintos intereses. Factores políticos, económicos y culturales juegan papeles determinantes en el fortalecimiento de las redes sociales, ya que sin estos los objetivos trazados se verían lejos de alcanzar. El término redes sociales se ha acuñado directamente a los encuentros virtuales que se dan entre personas, empresas, instituciones, comunidades, etc.

Se concluye que las redes sociales y todo el mundo virtual son una herramienta que si se sabe utilizar de la manera adecuada, pueden ayudar a encontrar datos para uso social.

Un estudio realizado por Ilifebelt (2016) que lleva por nombre Estudio de Redes Sociales en Centroamérica y El Caribe 2016, asegura que la comunicación digital ha aumentado su presencia en los dispositivos de los jóvenes, haciendo énfasis como en la época de los noventas iniciaron las primeras conexiones a la red en la región y como en aquellos

tiempos el internet era considerado un medio de baja penetración y utilizado solo para términos laborales o académicos superiores. Y con el surgimiento de la web 2.0 en el año 2001 empezó a hacerse popular en el medio, luego entre los años 2009 y 2011 con la entrada masiva de los celulares inteligentes a los mercados, el acceso a Internet ha llegado a convertirse en parte de la vida cotidiana para gran parte de las personas de las áreas metropolitanas. El Internet, en la actualidad, se ha convertido en uno de los principales medios de información para los usuarios, ya que varios solo despiertan y lo primero que ven es su celular para revisar sus redes sociales y enterarse de lo relevante que ha sucedido mientras dormían.

Polo (2012) menciona en un reportaje que hay que tener en cuenta que las redes sociales existen desde hace años en la historia de la humanidad, ahora gracias al internet, a herramientas como Facebook y Twitter, las redes sociales se extienden y digitalizan, hace un par de décadas un individuo formaba parte de un círculo social por determinado tiempo y luego de esto por alguna razón dejaba de tener contacto con ese grupo, ahora con las redes sociales digitales esa conexión no se pierde.

Siempre han existido líderes y seguidores y por ende círculos, grupos o tribus como lo denominó Seth Godin (2008), estas tribus se crean de forma orgánica a partir de intereses particulares, tal cual sucedió con grupos twitteros como “Es de Chapines”, “Somos Chapines”, “Diario El Informal” entre muchos otros. Las personas siempre buscan grupos o en este caso movimientos para poder opinar sobre algún tema en especial o para ver que opinan los demás para poder generar o compartir su criterio.

Al momento de realizar una campaña o querer compartir un mensaje que llegue a más personas se busca llegar a los líderes de estas tribus para que compartan el mensaje, esta es una forma más eficiente de compartir un mensaje. Hacia las preguntas anteriores va enfocado el tema.

“Si algo me encanta de Twitter es que abre un mundo de posibilidades al ser una red social abierta, el poder compartir con el mundo tu opinión, el poder interactuar con todo tipo de personalidades, desde presidentes hasta presentadores de TV,” comenta Polo en su publicación. (Polo, 2012, pág. 48)

Twitter hizo más humanas a las celebridades y acercó a las estrellas a su audiencia, permite compartir con el mundo abiertamente y ahí es donde en 140 caracteres está su mayor aporte y éxito.

En conclusión, Twitter es una red que ha logrado crear grupos donde la gente se siente parte de algún movimiento aunque no se conozcan físicamente y donde cada individuo se siente con la libertad de elegir las cuentas que desea seguir en base a sus gustos.

El estudio de Ilifebelt (2016) publicó que los usuarios han crecido en los últimos años y las tendencias de las edades han variado, ya que indica que la mayoría de las personas que se encuentran conectadas son las que corresponden entre los 21 a 30 años con un porcentaje de 35.50, siguiéndole con un 27% los que cuentan entre el rango de edad de 12 a 20 años. Esto se ve reflejado con el aumento del consumo de los celulares, ya que

desde edades tempranas, estos cuentan con los dispositivos. Al contar con los aparatos, los usuarios ya son libres de descargar las aplicaciones a las que tengas acceso económicamente y a las que se encuentren de su agrado.

El consultor de redes sociales, Sakis González, refiere que el gran impacto de Facebook se debe al efecto visual ya que las otras redes sociales se enfocan en textos solamente. Dentro del artículo menciona “no cuesta aprender a socializar en esta red social, puesto que es muy intuitiva, tanto al hacerlo en una computadora como en un dispositivo móvil”, afirma el experto. Por otro lado también hace referencia a las constantes mejoras de la red con el fin que los usuarios pasen más tiempo conectados utilizando las nuevas aplicaciones.

Se puede observar que las redes sociales pueden provocar fuertes impactos en los jóvenes y adultos si no conocen a fondo como utilizar estas, pueden provocar diferentes acciones positivas o negativas en la población.

El Periódico (2012) también hizo referencia a la noticia que llevaba por título “Facebook alcanza los mil millones de usuarios activos” el día 05 de octubre de 2012 mediante el cual muestra un comunicado por parte de Mark Zuckerberg. “Gracias por otorgarnos a mí y a mi pequeño equipo el placer de servirles. Ayudar a conectarse a mil millones de personas es increíble, una lección de humildad y hasta ahora la cosa de la cual me siento más orgulloso en la vida” (El Periódico, Pág. 41), Indicó el directivo de la empresa.

Dentro del mismo artículo menciona el dato que a finales de julio de 2012, Facebook tenía 995 millones de usuarios activos al mes. El día 15 de octubre de 2012 en el área de inversión de “El Periódico” fue publicado el artículo que lleva por nombre “Facebook apunta a minoristas”, en el cual se menciona que la red social incursionará en el negocio de comercio electrónico, con una función para destacar productos de las firmas asociadas. Según el estudio Ilifebelt (2016) Guatemala es el país con mayor porcentaje de usuarios en la región, llegando a la cantidad de 5.3 millones de personas con cuentas. Esto quiere decir que el crecimiento en Guatemala ha crecido considerablemente, viendo que se está tratando una red social en específico.

Las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, entre otras van creciendo día con día y se van posicionando como herramientas importantes en la vida cotidiana de los usuarios, tanto en el ámbito personal como laboral.

Savedra (2010) presentó un estudio de Redes Sociales Guatemala, llevado a cabo con sujetos guatemaltecos hombres y mujeres comprendidas en las edades de 18 a 64 años de edad, residentes de la ciudad capital. Este tuvo como fin conocer ¿Quiénes utilizan las redes sociales en el país? A raíz del estudio obtuvo el resultado que 1 de cada 2 guatemaltecos adultos ingresa a internet con frecuencia. En el género masculino la incidencia es mayor que en el género femenino. Al ingresar a internet lo hacen a través de café internet, desde la oficina y en ocasiones desde sus propias casas.

Carson (2016) da a conocer con un estudio realizado para Business Insider que los usuarios activos se conectan a internet mínimo tres veces al día de 25 a 30 minutos para

revisar sus redes, cuentas o aplicaciones. Lo que indica como tecnológica se ha vuelto indispensable en la actualidad y como con la evoluciones de la red, las personas ingresan a la misma para buscar herramientas que satisfagan sus necesidades, ya sea comunicarse con los demás, enterarse de las noticias más relevantes, entretenerse con todo tipo de información, revisar sus correos electrónicos, editar fotografías, entre tantas más.

Gálvez (2011) elaboró un reportaje que lleva por nombre “El Internet, un espacio dominado por los jóvenes”. Este contiene la opinión de sujetos que se relacionan de alguna forma con el tema. Se entrevistaron jóvenes, catedráticos, psicólogos y comunicadores aportaron conocimientos y experiencias con relación a este fenómeno de comunicación, que ha venido a revolucionar la forma en la que los individuos se desenvuelven en su cotidianidad. Así mismo, se recolectó información teórica de diversas fuentes, con el fin de reforzar los datos que se obtuvieron en el proceso de realización del reportaje. La elaboración de este material evidenció que Guatemala es un país en constante desarrollo tecnológico. En este estudio se planteó como objetivo general elaborar un reportaje escrito acerca del nuevo espacio público que se realiza a partir del uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación. La investigación está dirigida a jóvenes comprendidos entre las edades de 15 y 24 años, de nivel socioeconómico alto, medio y bajo, que hacen uso de las tecnologías, ya sea por su trabajo, estudio o simplemente por recreación.

La forma de desenvolverse de los jóvenes se ve facilitada por medio de las redes sociales ya que pueden disminuir el sentimiento del rechazo, escondidos detrás de una computadora.

En base al estudio se concluye que los jóvenes se abren más por medio de las redes sociales, ya que las relaciones que se crean son virtuales y pueden llegar a ser falsas y los jóvenes mismos pueden fingir ser personas que no son y de esta forma se sienten mucho más seguros.

Manpower Guatemala (2010), presentó un estudio llamado “El Impacto de las Redes Sociales de Internet en el Mundo del Trabajo”, conducido por el Sr. Eric Quesada, Director Regional de Manpower para Centroamérica y República Dominicana. A nivel global, se estima que alrededor de 64% de los usuarios de Internet podría ser parte de una en una red social de internet; y en países con altos niveles de movilidad de talento, como República Dominicana, El Salvador o México, este número puede llegar a 76% en un futuro. Estas redes han llegado a formar parte en el lugar de trabajo de las personas permitiéndoles estar en contacto, comunicarse y compartir información con más facilidad.

El uso de las redes sociales en la oficina tiene el potencial de transformar el mundo del trabajo. Muchas organizaciones muy conocidas están aprovechando el poder integrador de las redes sociales para incrementar su productividad, innovación, colaboración, reputación y el compromiso de sus empleados.

(Quesada, 2010, p. 05)

De igual forma, el estudio afirma que en la sociedad moderna, si cada persona u organización no se encarga de construir y mantener una identidad dentro de las redes sociales en internet, otros se encargarán de hacerlo. Por esto, resulta conveniente que cada uno construya el perfil que desea proyectar, en la o las redes que más convenga a los

intereses de cada persona u organización. Las redes sociales en internet no son sólo una moda, están cambiando la realidad social y laboral. Ya que una vez más se puede evidenciar como las personas e instituciones se unen a la comunidad virtual para poder formar parte de la evolución de la tecnología.

Manpower recomienda tanto a los individuos como a las organizaciones desarrollar las estrategias necesarias para que en conjunto se aproveche el poder de comunicación de las redes sociales, facilitando se aborden temas de productividad, colaboración, administración, innovación, compromiso, relaciones públicas y en ocasiones ayudar a la recuperación ante desastres.

Así mismo también se encontraron estudios sobre redes sociales que se realizaron a nivel internacional como se puede ver a continuación:

El estudio realizado por la Fundación Pfizer (2009) en España, tuvo como objetivo analizar los hábitos, usos y comportamientos de la juventud española en relación a las TIC (tecnologías de la información y la comunicación), especialmente en todo lo relacionado a las redes sociales por Internet, estudiar cómo viven, valoran y entienden esta nueva vía de comunicación digital. En este estudio se encuestó y entrevistó a una muestra representativa nacional de 1,000 jóvenes de 11 a 20 años de edad. A efectos de contraste, en la encuesta se entrevistaron también a los padres y madres de los encuestados. Por tanto, se obtuvo la importante ventaja metodológica de aportar la mejor visión comparativa frente al colectivo de jóvenes encuestados, ya que los progenitores han sido preguntados por esos mismos hábitos, comportamientos y vivencias, los suyos propios y los que conocen de sus hijos e hijas.

Dentro de los resultados se observó que en 9 de cada 10 jóvenes encuestados, el 92,6%, dicen haber participado, accedido o visitado alguna vez una de estas redes sociales online o por Internet. Como sucede con la utilización global de Internet, la proporción de usuarios de estas redes sociales es algo superior entre las mujeres que entre los hombres: 94.3% vs. 91.1%. Por edades, el grado de utilización correlaciona con la edad; a mayor edad, mayor nivel de participación en estas comunidades digitales”: desde un máximo del 98.1% entre los jóvenes de 17 a 20 años hasta un mínimo del 82.3% entre los que tienen entre 11 y 13 años.”

En general, los chicos parecen tener menos problemas que las chicas a la hora de proporcionar datos de contacto, más sensibles, como las direcciones de correo postal y electrónico, y el número de teléfono, mientras que las chicas ofrecen en mayor medida que los chicos, información sobre edad y gustos.

En cuanto a los aspectos negativos en este punto, se citan por este orden, que la familia quede en un segundo plano, pérdida de valor (34,8%), la adicción, el estar demasiado tiempo conectado (20,2%) y las discusiones y peleas por el uso de la computadora, por los horarios, etc. (18,8%), sin destacarse en estas menciones ninguna diferencia especialmente significativa por género o edad. En cuanto a la falta de comunicación dentro del hogar (15,7%), destaca el alto porcentaje de menciones entre las chicas de 14 a 16 años (26,2%).

La consecuencia negativa más citada tiene que ver con las posibles malas interpretaciones, malos entendidos, discusiones (45,9%) que pueden generarse en la red social, aspecto que preocupa especialmente más a las chicas de 14 a 16 años (62,1%). Los siguientes aspectos negativos más citados son: “subir fotos a la Red” (14,3%), dicho de esta manera, y la “pérdida del contacto personal” (11,7%).

Los jóvenes identifican de forma espontánea una amplia variedad de posibles riesgos o amenazas por la participación en las redes sociales online: sin embargo, un 11,5% afirma no conocer o no saber nada sobre esas posibles amenazas, destacando el grupo de los chicos de 17 a 20 años (17,8%); además, otro 8,3% dice, directamente, que no existe ningún peligro (en este caso, la respuesta es más numerosa también en el grupo de chicos, pero de 11 a 13 años, con un 16,4%).

En Guatemala, la mayoría de la población del área metropolitana tiene acceso fácil a internet puesto que se ha vuelto una herramienta necesaria tanto en los jóvenes para tareas del colegio como también para los adultos. Es una forma de facilitar el trabajo, en ocasiones es vital para llevar a cabo sus labores. Gracias a esta facilidad los jóvenes pasan gran tiempo del día usando el internet y muchas veces navegando en una red social.

Según Álvarez (2015) Guatemala es el país con mayor número de celulares que habitantes en todo Centroamérica, recalando que en este país se cuenta con bajas tarifas de telefonías, permitiendo que la mayoría de la población posea un aparato y puedan contar con acceso a internet y esto es lo que produce que Guatemala sea el país con más cantidad de usuarios en la región.

En conclusión, con el pasar de los años se ha podido observar una modificación en la interacción que los jóvenes utilizan para comunicarse, ya que su comunicación es por medio de una computadora o un celular, cada vez es menos la interacción física en la sociedad, logran interesarse por los medios digitales, ya que se ha vuelto mucho más accesible en todos los sentidos. Es información que tienen a la mano y sin tener que ver o escuchar lo que no les interesa, ellos mismos eligen que y que no leer.

Los jóvenes ya no demuestran sus sentimientos, expresiones y emociones espontáneamente, ellos prefieren hacerlo a través de un muro o un mensaje de texto.

En el 2005 Gil publicó un artículo llamado “The Effect of Technology, Networking and Interpersonal Communication Patterns” en el cual menciona que se ha abierto una brecha en las con las nuevas modalidades de comunicación digital en la red. Se trata de una brecha que tiene efectos positivos y también negativos en esas nuevas modalidades, que son las páginas web, los juegos en red, los foros de discusión y el correo electrónico entre otras.

De todas ellas, el correo fue el mayor foco de atención por dos razones. Una razón es la cantidad, porque el correo concentra el mayor volumen de interacciones en la red. La segunda es de calidad, pues aporta nuevas pautas expresivas, que valen para el correo y también para otras modalidades, como los foros de discusión y los canales de conversación. La brecha se abre con el uso del correo electrónico que afecta a la cantidad y calidad de la interacción. La cortesía y la buena manera en la comunicación reducen el ruido, previenen el conflicto y estimulan la comprensión dialógica de los corresponsales.

Martínez (2009) publicó un artículo que habla sobre los cambios en las redes sociales llamado “Social Networks: Beyond Privacy” en donde les da la oportunidad a otras personas comentar sobre el mismo. Menciona que a pesar de ser relativamente nuevas, las redes sociales han sido incorporadas a diferentes aspectos de la profesión, por lo que son objeto de análisis cursos y foros sobre su gestión y uso en bibliotecas.

El debate empezó con un mensaje de Álvarez (2009), de la Universidad de Alcalá de Henares, en el que advertía sobre la nueva licencia de uso de Twitter.

Al parecer, Twitter ha cambiado una de sus cláusulas de contratación o licencia de uso. Antes, si un usuario se borraba de Twitter, con él se borraban todos sus datos, imágenes, vídeos y demás, sin embargo, ahora se especifica que esa información será eternamente de Twitter.

(Álvarez, 2009)

Dada esta situación Daniel Martínez Ávila, de la Universidad Carlos III de Madrid, hizo mención en temas tales como, la ética y los aspectos legales, en el cual rectifican que Twitter nunca ha reclamado la propiedad del material que la gente suba y nunca compartirían información de un modo que no quisiera el usuario, según portavoces de Twitter. Al formar parte del mundo virtual, la información que se publica será parte del internet y no se podrá reclamar, ya que los términos que se aceptan al ingresar a las redes sociales. Y es lo que muchas personas no ven cuando crean una cuenta en las diferentes redes y después se sorprenden cuando mucha de su información aparece en la Web y no saben cómo apareció ahí.

Según Meunier (2013) Twitter es la red social informativa número uno, ya que los medios escritos, televisivos y radiales poseen una cuenta en esta aplicación y es utilizada para informar sobre noticias de política, deportes, entretenimiento, entre otros de lo que estos publican en sus medios masivos. En Guatemala medios más buscados como Prensa Libre, Soy 502, El Periódico y Emisoras Unidas son poseedores de una cuenta en Twitter ya que de esta manera publican en tiempo real de las noticias más relevantes que están sucediendo en el país.

Las redes sociales han ido creciendo con el paso del tiempo y seguirán evolucionando día con día. Pero lo que han venido a revolucionar de forma notoria es la poca interacción física y personal que existe entre los individuos. Ya que muchos en vez de reunirse para abordar un tema en específico, deciden hacerlo vía virtual y con esto se va perdiendo ese contacto físico.

Wang, Kraut, Butler, Burke, y Joyce (2008) realizaron un estudio en Estados Unidos. El objetivo eran las relaciones que se establecen entre el individuo y las Comunidades en línea. Estos eran grandes grupos de individuos con intereses comunes, cuyo método primario de comunicación es el Internet. Estas comunidades en línea proporcionan los mensajes de información útil, fuentes de apoyo emocional a aquellos con enfermedades, sitios para la discusión de publicaciones políticas y sociales, redes sociales que permiten encontrar y contactar a otras personas para establecer comunicación, entre otros. Estos sistemas sociales cuya existencia depende de las relaciones entre individuos y la Comunidad en Línea, es mantenida por las interacciones sociales.

En este estudio se utilizó una comunidad ya establecida y a sujetos que ingresaban a esta comunidad por primera vez. Los nuevos integrantes mantuvieron contacto con la comunidad establecida por medio de las comunidades en línea. Como resultado se observó que, los recién llegados, se sentían en confianza para relacionarse con los miembros de la comunidad, mientras que la comunidad presentó más disposición a interactuar con el nuevo miembro. También se encontró que la naturaleza de las interacciones sociales, incluida la situación social, el uso de la acogida y el idioma, facilitó el desarrollo de la relación entre el recién llegado y la comunidad. Del mismo modo, la auto-presentación del recién llegado previamente en los mensajes iniciales, facilitó la conexión con el grupo y la voluntad de mantener una relación con ellos.

El modelo propuesto destaca elementos que han llamado la atención. Como primer punto se menciona que es un reconocimiento explícito que la relación entre el individuo y el grupo es intrínsecamente social y que factores sociales influyen en su desarrollo, además de ventajas informativas que la gente recibe al participar en la comunidad. Segundo, la relación entre un grupo y un individuo es bidireccional.

Es decir, para un individuo que recién acaba de ingresar a una Comunidad en Línea, es necesario que se desarrolle una relación. El recién llegado debe acercarse al grupo y participar, y al mismo tiempo otros miembros de la comunidad deben aceptar al recién llegado. Se encontró también que las comunidades en línea son cada vez más importantes tanto para las empresas y como para el público en general que las utiliza.

Se puede concluir una vez más que para la humanidad la comunicación en línea ya es una herramienta de suma importancia, viendo que las relaciones son más sencillas de crear por medio de una vía virtual, donde una persona recién llegada es la encargada de construir la comunicación con los demás y donde en la comunidad en línea se realiza de una forma más rápida que en la vida real.

Kraut, Scherlis, Patterson, Kiesler, y Mukhopadhyay (1998) realizaron una investigación con el objetivo de examinar el impacto social y psicológico del internet sobre 169 personas residentes de los Estados Unidos, en 73 hogares durante el primer y segundo año de utilización de Internet y los servicios en línea. Se utilizaron datos longitudinales para examinar los efectos del Internet sobre la participación social y el bienestar psicológico. En esta muestra, el Internet fue usado ampliamente para la comunicación. Sin embargo, el incremento en la utilización fue asociado con la disminución que presentan los participantes en sus relaciones con los miembros de familia en la casa, disminuye también el tamaño de su círculo social, y aumenta en su depresión y soledad.

En este tipo de estudios se puede ver cómo las redes sociales si crean un vínculo entre las personas y la comunidad virtual dejando por un lado el mundo real y las relaciones con familiares o amigos cerca de ellos.

Se puede concluir que el tipo de comunicación ha variado drásticamente ya que se ha incrementado el tipo de comunicación masiva la cual se da principalmente en los medios de difusión de información como por ejemplo la radio, televisión, periódicos,

revistas, internet, entre otros. El mensaje es enviado por un emisor y no hay respuesta inmediata, hay miles de receptores: viendo, oyendo o leyendo los mensajes.

Es de gran importancia para un comunicador llegar a conocer a fondo cómo ha evolucionado el mundo virtual, ya que con el paso de los años este será uno de los medios informativos más importantes del mundo, y así, saber cómo manejar la información que se publica en las diferentes redes sociales porque puede llegar a ser un mensaje que los jóvenes no sepan cómo manejar.

1.2 Marco Teórico

1.2.1. ¿Qué son las Redes Sociales?

Gonzales, Merino y Cano (2009), indican que las redes sociales son un fenómeno de expansión que las personas hoy en día utilizan con más frecuencia. Asimismo es una comunidad virtual en la cual un conjunto de individuos se implican por un interés en común mediante herramientas virtuales, en este caso es el internet el cual les abre acceso a estos sitios. El fin es interactuar de forma continua, al seguir reglas y normas preestablecidas de antemano. Las personas se sienten a gusto y parte de un grupo social, ya que comparten intereses, gustos, ideales y afinidad.

Las redes sociales han dado un nuevo enfoque al internet y la manera que los internautas lo utilizan, la web ya no solo es usada para buscar información, mandar emails y mensajes, sino que ahora la persona beneficiaria de la red participa tanto en el proceso de comunicación como facilitar información, al mismo tiempo se pueden compartir fotos,

videos, música y gustos. Es una manera de expresar pensamientos, emociones, contenidos y hasta discrepancias.

Estos sitios son muy populares hoy en día en el mundo entero, con más frecuencia entre las edades de 14-25 años. Estos sitios cuentan con una afinidad de recursos provechosos y divertidos de compartir. A través de ellas se puede jugar con y contra los amigos, compartir fotos y videos, hacer regalos electrónicos, formar parte de grupos de gente que están interesados por algo e interactuar con personas que hace mucho tiempo no se ve. El objetivo es crear relación entre los individuos cercanos y lejanos. (Gonzales, Merino y Cano 2009).

Facebook, Twitter e Instagram son diferentes tipos de redes sociales, en Guatemala estas son las más utilizadas por los jóvenes, ya que de modo activo revisan las cuentas, mensajes y noticias, esto ha provocado un gran interés por psicólogos, sociólogos y padres de familia, porque a pesar de las ventajas que proporcionan estos lugares, a la vez existen riesgos que hay que tomar en cuenta. (Echeborua, E. 2008)

En estas redes es muy común la búsqueda de conocidos, ya sea los que están alrededor (colegio, universidad, trabajo amistades y más) o alguna persona de la cual no se tiene noticias desde hace mucho tiempo. El sistema también permite invitar a algún amigo a que se una a la red social de la que se forma parte y así se amplía el círculo de contactos. Los amigos que se tienen, traen a otros contactos, a los cuales también se tiene la oportunidad de conocer, es decir amigos de amigos de cualquier internauta forman parte del círculo y se conocen entre sí. Por otro lado la red proporciona formas de conexión y

permite entablar nuevas relaciones mediante grupos de temas o perfiles de personas destacados.

Las redes son funcionales también para relaciones laborales, empresariales, publicidad, afectivas entre otras. Iifebelt (2016) afirma que el 35.5 % de las personas conectadas cuentan entre las edades de 21 a 30 años, siendo este el porcentaje más alto. Siguiéndole en segundo lugar los jóvenes que comprenden entre los 12 a 20 años con un porcentaje de 27.50, aunque hoy en día cada vez más adultos son partícipes de estas páginas.

Según Bartolomé (2008), las redes sociales reflejan lo que en tiempos se mostraba mediante sociogramas: una serie de puntos representando individuos, notablemente personas, unidos mediante líneas que representan relaciones. El carácter de una red social puede ser muy variado así como el motivo aglutinador desde sexo, afición por los viajes; las redes sociales mueven el mundo, aunque evidentemente, algunas los mueven más que otras.

Deitel y Deitel (2008), indican que las relaciones que se crean en las redes sociales pueden ser de distinto tipo, como intercambios financieros, amistad, relaciones, o rutas aéreas. También es el medio de interacción de distintas personas como por ejemplo juegos en línea, chats, foros, entre otros.

Bao, Flores y Gonzales (2009), indican que la visión de las redes sociales es el de integrar al mayor número de miembros posibles, esto gracias al ofrecimiento de diversas herramientas que garantizan la constancia de los usuarios. Entre estas herramientas se

puede mencionar: búsqueda de contactos, mensajería instantánea, correo electrónico, diseminación de información personal, compartir fotos, videos y mensajería instantánea en mensajes de texto, cabe mencionar que estas herramientas están en constante mejora, ya que solamente de esta manera van a poder satisfacer el cambio de las necesidades de los usuarios.

Las redes sociales se han vuelto una herramienta importante para la sociedad. En la mayoría de ámbitos las redes sociales están presentes, pero para saber cómo funcionan y para utilizarlas como herramientas a favor, se debe conocer el origen de las mismas, por eso es que a continuación se da conocer la historia de las redes sociales.

1.2.2. Origen de las Redes Sociales

Redondo (2010), refiere que para muchos usuarios la conciencia de la existencia de redes sociales es muy reciente. Sin embargo, la primera red social en Internet se lanzó en 1997; SixDegrees la cual permitía crear perfiles y establecer una lista de amigos.

Estas listas se hicieron visibles para los demás en 1998 y se podía navegar por los distintos perfiles de la red. SixDegrees tuvo un importante éxito, y atrajo a millones de usuarios; era, sin embargo, un proyecto con escaso financiamiento y con muy pocos ingresos para sostenerse. En el año 2000 cerró el servicio, como sucedió con muchas otras webs en lo que se conoce como crisis del puntocom.

Prato (2010), indica que la historia de las redes sociales tiene comienzo en el año 2001, en ese momento se ponen en marcha las páginas Tribe.net, LinkedIn y Friendster, las tres primeras redes sociales de Internet. El objetivo era trasladar a la red una teoría

sociológica conocida como los seis grados de separación, en virtud de la cual es posible llegar a contactar con cualquier persona del mundo como máximo a través de otras cinco personas. Rápidamente estas tres redes sociales comienzan a incrementar notablemente los números de usuarios, de tal forma que los servidores no aguantaron y caían continuamente.

A medida que estas redes se conocen mundialmente, se van creando otras como eConozco en diciembre de 2003, orientada al uso profesional; y Orkut a principios de 2004, orientada fundamentalmente a los contactos de tipo personal que solo admitía a aquellos internautas que habían recibido una invitación de otros.

Al mismo tiempo, en EEUU se fueron creando otras redes sociales que se propagaron rápidamente con una aportación muy vinculada a Google, los “*tags*” o las etiquetas, que no son otra cosa que palabras asociadas a una página web, foto o vídeo y que permiten acortar la búsqueda.

A través de los “*tags*” es posible también establecer relaciones entre las personas que emplean las mismas, lo que ha permitido que surja toda una nueva serie de servicios sociales. Destacados en este punto serían deLicio.us (enlaces a páginas web), Flickr (fotos) y YouTube (vídeos). Y todos ellos son al mismo tiempo una enorme red social en la que se establecen vínculos personales basados en que se hayan empleado etiquetas similares. De esta forma se genera lo que algunos llaman inteligencia colectiva, que es la generación de bases de datos que de contenidos a partir de lo que múltiples usuarios han depositado a lo largo del tiempo. (Plato, 2010)

El año 2003 supondría el alumbramiento de varias redes sociales, todas ellas bastante exitosas: Myspace, Last.fm, Orkut y Hi5. Entre ese año y principios de 2007 se produjo una incorporación inusitada de propuestas de redes sociales. En 2006 entraba en escena los grandes de la mensajería instantánea, que añadían características de red social a los perfiles. Este cambio es significativo: hasta ese año el email y la mensajería instantánea eran los servicios que dominaban las relaciones sociales en Internet, pero en esa época Myspace ya constituía un fenómeno imparable y cualquier servicio que tuviera cuentas de usuario se vio obligado a crear perfiles y funcionalidades para conectarlos.

Facebook nacía en 2004 y en los primeros años fue dando pasos discretos que le permitieron establecer la base para el posterior y espectacular crecimiento. A finales de 2006 esta red se abría a todo tipo de público. Casi en paralelo, se creaba Twitter en un tiempo récord.

Twitter inició siendo utilizada por los usuarios que querían enterarse sobre las noticias más relevantes de la actualidad en todo el mundo, ya que empresas de medios tradicionales fueron las que le dieron un gran empuje a esta red, ya que eran ellos los que publicaban a una velocidad casi inmediata de los acontecimientos que estaban sucediendo.

Es por eso que Twitter creció de una manera veloz porque todos querían mantenerse al día de lo que estaba ocurriendo a nivel mundial. La idea de Twitter nació en 1992, la cual fue inspirada en un software donde se rastreaba a los taxistas. Uno de los primeros fundadores, Jack Dorsey, pensaba que así como los profesionales se beneficiaban con esta aplicación, lo podían hacer de igual el resto de las personas. En el 2006, Dorsey convence

al creador de “Blogger”, Evam Williams, a invertir en el desarrollo de lo que él estaba llevando a cabo en ideas. Llegaron a la conclusión que las personas se expresan mejor cuando utilizan pocas palabras, es por eso que el fin de Twitter es brindar un mensaje en 140 caracteres ya sea compartiendo ubicación, opiniones, pensamiento o un simple comentario, entre tantas ideas más. La idea de esta Red Social llevo 15 años en llevarse a cabo, ya que se planeaba solo utilizar en móviles y fue hasta el 2006 que la tecnología ya estaba mucho más avanzada como para que las personas le pudieran dar el uso con el que fue creado según Dorsey y Williams.

A mediados de 2006, Myspace era la primera red en superar los 100 millones de usuarios, añadía usuarios a un ritmo de 500,000 a la semana. Dos años después Facebook, que se abrió al público tras la confirmación del boom de Myspace, sobrepasaba también esa cifra. A principios de 2010 Facebook confirmaba ya la supremacía con 400 millones de cuentas; de ellas, 100 millones usaban conexiones en dispositivos móviles. Otras redes de menor alcance superaron en el 2009 barreras más modestas. De todas ellas, YouTube, Flickr y Twitter destacan por la cantidad de contenidos que generan cada día y Facebook sobresale por la cantidad de tiempo y la frecuencia con la que los usuarios se conectan a la página. (Redondo, 2010)

A finales del 2010 nace de una idea de dos compañeros Kevin System y Mike Krieger, la red social Instagram. Ambos eran fanáticos de la fotografía y fue entonces cuando decidieron crear una aplicación donde las personas pudieran publicar fotografías o vídeos cortos, agregarles ciertos filtros y que sus amigos pudieran contemplarlas. En la

actualidad Instagram ha sido muy aceptada por los “*millennials*” ya que su forma de expresar su estado es a través de una imagen. (García, 2014)

En la actualidad, las redes sociales como Twitter, Facebook, Flickr, YouTube, Instagram, Snapchat ocupan posiciones privilegiadas entre el gusto del público, y son de las páginas más visitadas de toda la web. Las redes sociales pueden aportar muchas ventajas en el individuo, empresa o institución si se conoce sus funciones y ventajas.

1.2.3. Ventajas y desventajas de Twitter

González, Merino y Cano (2009), comentan que es importante destacar los aspectos positivos que las redes sociales proporcionan a la población, entre ellos están:

- El sentimiento de seguridad, que se encuentra al pertenecer a un grupo determinado, en donde las personas encuentran amistades afines e individuos que comparten intereses en común.
- En los foros y grupos se puede hacer saber a los demás emociones, pensamientos, creencias, y conocer las opiniones de los demás.
- A las personas introvertidas, que experimentan timidez, las redes sociales, resultan ser de gran beneficio, ya que es una fuente de interacción en donde pueden crear vínculos, y hacer amistades, sin ponerse rojos (eritrofobia), o experimentar sudoración, nerviosismo y ansiedad.
- Los padres, pueden hacer uso de las herramientas de las redes sociales, como los foros y conocer cómo los hijos se están percibiendo a sí mismos, y ayudarles especialmente en la etapa de transición tan difícil como lo es la adolescencia.

Echeborua (2009), explica qué los nuevos sitios sociales y la nueva tecnología han provocado un cambio muy marcado e importante en la vida de muchas personas y la sociedad en sí.

Entre las ventajas y el protagonismo que las redes sociales se puede mencionar las siguientes:

- Facilitan la comunicación con personas que se encuentran cerca o lejos.
- Exigen atención y dedicación casi en exclusiva.
- Exigen largos períodos de tiempo de dedicación.

Se han introducido en casi todos los hogares, todas las personas tienen acceso a estas páginas

- Algunas acompañan todo el día a la persona, en cualquier momento se tiene acceso a ciertas aplicaciones
- Facilitan el acceso a la información, se conoce no solo lo que sucede con las personas que están alrededor sino también del mundo artístico, empresarial, político, noticias.
- Facilitan el trabajo y publicidad.
- Facilitan la libertad de expresión, se puede decir lo que se piensa.
- Facilitan conocer mucho mejor el entorno próximo. Se conoce lo que las personas piensan, cómo actúan, lo que sucede en el medio.
- Facilitan conocer entornos alejados y remotos, inaccesibles para la mayoría. Conocer otros puntos de vista de personas de otras nacionalidades y creencias.
- Facilitan el entretenimiento y disfrute del ocio, por medio de juegos, chistes, canciones y links interesantes, el usuario puede pasar un buen momento.

- Son gratuitas e inmediatas, solo basta un click.

Debido a las características mencionadas anteriormente, se puede observar cómo toda innovación tecnológica, puede traer consigo beneficios, hacer la vida más sencilla, tener acceso a información, personas lejanas, inmediatez entre otras. Cualquier cambio en la historia de la sociedad se marca y trasciende, por ejemplo en años anteriores las personas no tenían acceso a la información de manera inmediata como lo es actualmente.

Pero no todo es positivo en las redes sociales y para poder prevenir las malas formas de uso, se debe conocer todo a lo que redes sociales respecta.

Echeborua (2009), indica que las redes sociales resultan ser muy ventajosas para las personas que le dan un uso adecuado, aunque también se debe conocer los aspectos negativos o desventajas que muchos psicólogos, padres y maestros mencionan haber experimentado con adolescentes, que en lugar de aprovechar adecuadamente las redes no lo hacen y terminan envueltos en problemas, entre las desventajas se pueden mencionar:

- Que la comunicación ya no es física, los jóvenes realizan todo por medio de un ordenador, chats, publicaciones entre otros.
- Las actividades recreativas, deporte o reuniones sociales se han quedado atrás, porque muchos prefieren navegar a realizar cualquier otra actividad.
- Los peligros como secuestros y problemas que han tenido muchos jóvenes a causa de la información que publican en sus cuentas
- El mal uso de las redes sociales, es decir, darle prioridad a estar en línea o conectado y dejar a un lado las responsabilidades reales

- Alteración del sueño por estar conectado a internet
- Asilamiento en relaciones familiares, de amistad entre otras.
- Ansiedad por conectarse todo el día
- El abuso y adicción por las redes sociales

Estas consecuencias han provocado una importante alarma entre padres y cuidadores. La primera alarma proviene del tiempo dedicado a ellas. Padres tradicionales se preocupan al darse cuenta que el tiempo y atención de los hijos se ve absorbido por esta situación. El problema no se manifiesta cuando se hace partícipe de una red social, o hacer uso de los sitios web en sí, pero cuando los jóvenes canalizan las energías solamente a esta actividad y descuidan las responsabilidades escolares, profesionales y familiares ahí se inicia una situación de alerta.

González, Merino, y Cano (2009), indican que entre las desventajas se encuentran que muchos adolescentes les cuesta establecer límites y aceptan invitaciones de personas aunque no las conozcan. Es tan grande el deseo de pertenecer a las redes sociales que muchos mienten en la fecha de nacimiento, para poder ingresar. Debido al anonimato, los usuarios, pueden llegar a crear una falsa identidad, con el objetivo de gustar a los demás, publicar un perfil con fotos de otra persona o algún artista. El acoso o “*cyberbullying*” está muy mencionado hoy en día que es donde los jóvenes sufren de acoso por medio de la red, llegando incluso a presentarse robo de identidad.

Es importante conocer las ventajas y desventajas de las redes sociales para utilizarlas de la forma adecuada y para conocer qué es lo que están utilizando los niños, jóvenes y adultos actualmente. Hay diferentes tipos de redes sociales para cada grupo específico y por eso se dará a conocer las más conocidas en Guatemala.

1.2.4. Tipos de Redes Sociales más utilizadas en Guatemala

1.2.4.1. Twitter

Polo (2009) indica que Twitter es una red social de la web que permite a los usuarios escribir pequeños textos (de hasta 140 caracteres) que pueden ser leídos por cualquiera que tenga acceso a la página.

Cada usuario puede decidir leer en la página principal los textos de otra persona o grupo de personas y tener siempre disponible lo que otros han escrito recientemente.

De esta forma un usuario X puede decidir seguir a los usuarios B, C y D, al recibir los textos que escriben sin tener que acceder a la página de cada uno de ellos.

Cada usuario puede tener una lista de personas a las que sigue y seguidores que están pendientes de los 140 caracteres publicados.

Con frecuencia se encontrará personas que publican textos inmediatos, empresas informando de nuevas promociones, cambios, artistas divulgando presentaciones, comentarios, conciertos.

Twitter ofrece una innovadora manera de estar al tanto no solo con amigos y familiares sino con el mundo. Es muy común encontrar una persona con mil seguidores, ya que la expansión de contactos va en aumento. Una cuenta en Twitter puede ser pública o

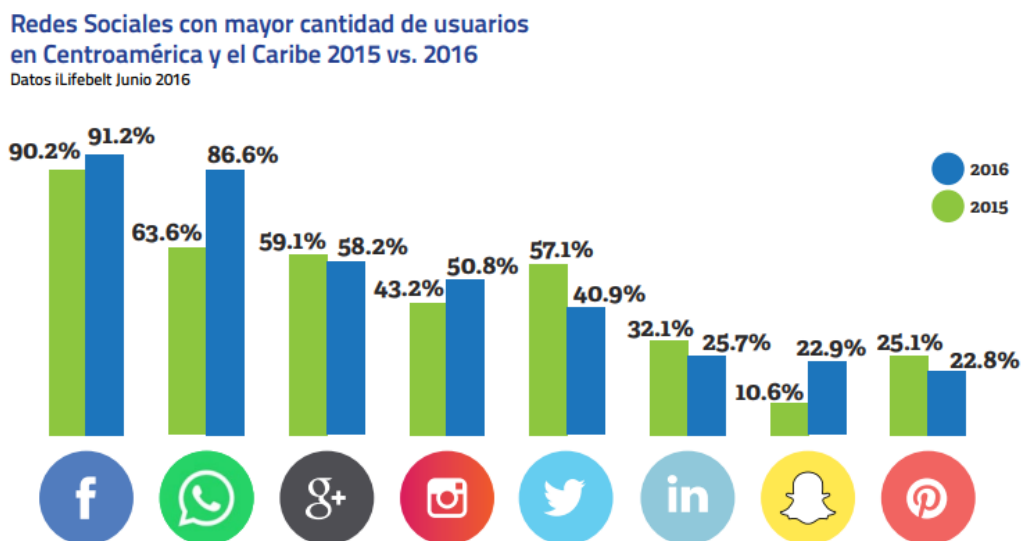
privada, es esta última la opción más inteligente para quien necesita usar el sistema para comunicarse entre un grupo privado de personas, sin tener interés en recibir lectores desconocidos.

Las cuentas privadas son las más utilizadas en grupos de comunicación interna en empresas o familias que quieran compartir textos, fotos y vídeos que no sean de interés público. Cualquier persona que abra una cuenta privada en Twitter tendrá que aceptar personalmente las solicitudes individuales de quienes quieren formar parte de la comunidad de lectores.

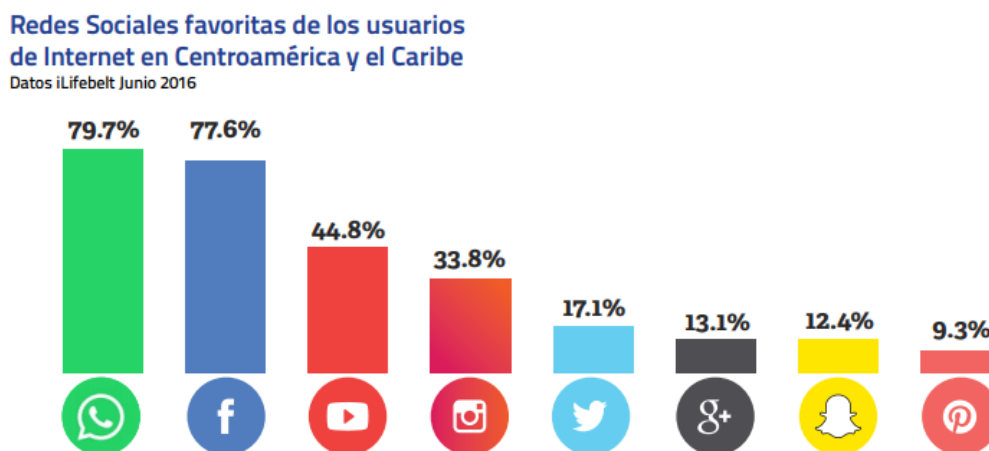
En esta red es común encontrar una gran cantidad de personas, es muy sencillo suscribirse y empezar a escribir textos, aunque conocer el uso a profundidad toma un poco más de tiempo.

Cualquier persona sin importar sexo, condición social o profesión puede formar parte de ella, aunque según un estudio realizado por José Contreras, el cual lleva por nombre “Estudio de Redes Sociales en Centroamérica y el Caribe Ilifebelt 2016” han demostrado que los adolescentes conforman la población más fuerte suscrita a este sitio, entre las edades de 20 a 28 años y que Guatemala, el 92% de usuarios prefieren utilizar su móvil para conectarse a redes sociales antes que estar activos en su PC. En este mismo estudio se menciona que Twitter ha bajado un poco de participación en los últimos años con la llegada y el crecimiento de otras aplicaciones o redes sociales como Facebook, Instagram, Whatsapp, sin embargo aún se mantiene muy activo en el mundo digital, ya que no ha salido al mercado ninguna red social que se le parezca o que pueda sustituirlo.

En la gráfica presentada a continuación, se puede observar que Twitter se ubica en el quinto lugar de las cinco redes más importantes de Centro América. Y cómo ha bajado la cantidad de usuarios comparándose el año 2015 con 2016.



De igual forma en la siguiente gráfica se puede apreciar el porcentaje de las redes sociales que los usuarios prefieren. Y en la cual han estado más activos en los últimos años.



Cueto, Moran y Rodríguez (2009), indican que una de las facilidades de la red, es poder compartir enlaces, sin necesidad de enviarlas a cada contacto vía e-mail, compartir comentarios, pensamientos, ideologías entre otros, otra de las características que llaman mucho la atención del público es que no solo se puede mandar mensajes a personas conocidas o amigos, sino que también a figuras públicas, como el presidente de la república o algún cantante famoso. Todos los mensajes públicos enviados a un usuario determinado aparecerán en la página del mismo, junto a otros mensajes que diferentes personas hayan enviado.

Twitter ofrece una alta gama de servicios, que muchos profesionales necesitan, entre ellos están:

- Promociones: por ejemplo un hotel o un restaurante quiere informar que hay descuentos en dicho lugar, lo twittea es decir lo escribe y los seguidores obtendrán la información.
- Si se desea obtener respuestas de inquietudes por ejemplo: “se necesita ayuda para el programa de uso de Excel”, o “¿Alguien sabe de alguna persona interesada en trabajar en ornamentación?”
- Para jugar, la red, ofrece cierta gama de juegos, desde complejos, hasta pruebas muy sencillas, para que las personas puedan entretenerse.
- Para invitaciones, a personas, que están lejos, y muchas veces no se puede contactar fácilmente Twitter ofrece la opción de hacer llegarles la información.

- Para buscar empleo, ahora hay empresas que publican ofertas, de trabajo miles de interesados la reciben automáticamente en Twitter, permitiéndoles responder con el currículum en caso de existir interés. (Polo 2009)

Merodio (2010), explica que: el funcionamiento de Twitter es el espacio virtual donde la persona dice lo que hace, piensa y oferta. Es una manera muy acertada para mantener la comunicación y transmitir novedades, expectativas, gustos, iniciativas, pensamientos entre otras.

Twitter ha servido como plataforma para las personas puedan conectarse virtualmente con los demás. En Guatemala, se han creado grupos como “Martes Twittero”, donde las personas que pertenecían a esta red social, se juntaban en algún restaurante de la ciudad, se colocaban en una etiqueta con el nombre de su usuario y si a alguien le llamaba la atención el nombre o la persona se acercaban a platicar sobre cierto tema y si le había causado algún impacto la empezaba a seguir en Twitter. Y esa fue una de las formas donde varios usuarios se volvieron conocidos por los demás. Esto se realizó por varios meses y después lo dejaron de hacer, pero se quedaron con la inquietud y nacieron otros grupos como “Mujeres Twitteras”, “Twitteros chapines”, entre otros, y hacían exactamente lo mismo para poder interactuar con los usuarios.

A lo que Merodio (2010), hace énfasis, es a las tendencias que Twitter promueve son de suma relevancia, ya que se puede volver viral. Y así fue como iniciaron los “Hashtags” que son frases o palabras iniciadas con un signo de numeral y han servido para encontrar algún tema en específico de una forma mucho más rápido. Y si alguien quiere comentar sobre ese

tema, puede utilizar el mismo “hashtag” y cuando algún otro usuario quiera informarse de todo lo relacionado sobre este acontecimiento, le aparecerá lo que las personas han escrito o publicado sobre el mismo. Y fue Twitter quien inició con esta metodología para poder facilitarles la búsqueda a los usuarios. Los Hashtags iniciaron en esta plataforma, pero en la actualidad también se utilizan en otras redes sociales como: Instagram, Google Plus, Facebook, entre otras. Esta idea de organizar la información por temas donde se compartían y se utilizaban para que algún tema se volviera “Trending Topic” se le ocurrió al desarrollador web estadounidense, Chris Messina, quién en el 2007 escribió un tweet en el que propuso utilizar el símbolo de numeral seguido por una frase, para agrupar contenido en la red social. Messina buscaba una mejor experiencia de espionaje en Twitter y a partir de ese tweet, los usuarios comenzaron a adoptar de una forma orgánica el uso de esta tendencia y hasta el día de hoy son parte importante de las redes sociales y cada vez su uso en mucho más común incluso en comunicación que no utiliza computadoras. Se ha vuelto algo que las personas utilizan para dar a entender cierto tipo de cosas del mundo real, según comenta Olivas (2015).

Jaraba (2015) menciona que para poder utilizar una plataforma como Twitter, primero es necesario conocer cada una de sus funciones y los usos que pueden dársele. Un uso periodístico avanzado es especificar las tareas que tiene esta red social y de qué forma se puede utilizar como medio de expresión. Twitter cuenta con 140 caracteres, eso quiere decir que es la cantidad de letras y espacios que se puede redactar por Twitt. Por eso se vuelve un medio minimalista, donde los usuarios tienen que darse a entender esa cantidad de palabras y eso es lo que vuelve a Twitter algo tan práctico y agradable a leer. Porque en un texto corto se tiene que expresar al máximo la idea necesaria.

Jaraba (2015) resalta varias funciones que Twitter posee, las cuales son de las más relevantes de esta red social:

- Distribución de contenidos, de creación propia o compartidos por otro usuario al que le resulta relevantes periódicamente.
- Alerta temprana de noticias. Detección de acontecimientos de última hora e información sobre estos. Contactar con testigos, obtener fotografías, fuentes, etc.
- Seguimiento de las noticias de última hora de la actualidad.
- Investigación de temas y obtención de ideas para escribir.
- Solicitar opinión sobre un tema, para crear un tipo de encuesta.
- Pedir consejo sobre cuestiones técnicas o especializadas de algún tema en específico.
- Construir y reforzar la red de contactos profesionales.
- Solicitar empleo o referencias sobre alguna marca o empresa.
- Crear una marca personal y darle un enfoque propio
- Monitorización de tendencias y de noticias en desarrollo. Twitter puede ser una gran herramienta para mejorar la calidad de los desarrollos informativos.
- Seguimiento de personas, marcas o entidades.
- Es por eso que Twitter en el mundo, pero precisamente en Guatemala, se ha vuelto muy importante, ya que si el usuario conoce las mecánicas a utilizar se puede informar, opinar, discutir o compartir sobre el tema que sea de su interés.

Kont (2011), en el estudio llamado “Estadísticas de Twitter en Guatemala, Centroamérica y Latinoamérica, menciona que el horario donde los usuarios guatemaltecos

invierten más tiempo en esta red social es en la noche con un 48% de participación, seguido por un 40% de participación en la mañana y muy atrás un 12% al medio día. Dándole una relevancia importante al horario nocturno, ya que esa es la hora donde los usuarios ya dejaron de hacer sus tareas diarias. De igual forma destaca varios temas que se volvieron tendencia en los últimos años como: El tráfico del país, casos de deporte nacional, política y elecciones, eventos de artistas chapines, entre otros. Guatemala como el resto del mundo ha evolucionado en el mundo virtual y Twitter fue una de las redes sociales más importantes ya que su evolución como medio de comunicación para los usuarios causó un gran impacto y haciéndose viral con el “Follow Friday” donde los Twitteros deseaban ser mencionados indicando el por qué debían de seguir a cierto usuario y esto creó un crecimiento en el universo de Twitter Guatemala.

1.2.4.1.1 Historia de Twitter

Según Carlson (2011) Twitter nació en el año 2006 gracias a un grupo de jóvenes originarios de San Francisco, Estados Unidos. Entre todos estaban buscando una plataforma que pudiera revolucionar el mundo. Aunque el concepto fue producto de varios, se le atribuye a Jack Dorsey como el impulsor de la idea, en la que se podrían usar SMS para decirle a un grupo de personas qué se estaba haciendo.

Una vez iniciado el proyecto probaron varios nombres. El nombre original durante un tiempo fue “Status” (Stat.us), pasando por twitch (tic) a causa del tipo de vibraciones de los teléfonos, pero se quedaron con Twitter. Que en palabras de Dorsey era perfecta, y la definición era “una corta ráfaga de información intrascendente”, el “pio de un pájaro”, que en inglés es twitt. (Carlson, 2011)

Castrejón (2012), hace referencia que el primer mensaje enviado por Twitter fue de Jack Dorsey el 21 de marzo de 2006 el cual decía: “Just setting up my twttr” (sólo ajustando mi twttr) ya que querían ver el funcionamiento de la plataforma.

Twitter se hizo público en 2007, y pasó de 20,000 tweets al día a 60,000. La red social rápidamente comenzó a ganar seguidores y en marzo de 2007 ganó el premio South by Southwest Award en la categoría de blog. Con el paso de los años Twitter se ha convertido en una muy buena idea de negocio, que muchas empresas han sabido aprovechar, pues es un excelente medio de promoción y difusión, según comenta Carlson (2011).

1.2.4.2. Facebook

Merodio (2010), indica que Facebook es la red más utilizada, las personas pueden compartir todo tipo de fotos, videos, imágenes, crear un perfil atractivo para conseguir más contactos, asimismo para las empresas es fundamental en ámbitos de publicidad, ya que este sitio permite lanzar ofertas, promociones, anuncios. También existe un espacio para obtener mensajes privados que solo el dueño de la cuenta podrá leer y de este modo mantener contacto con muchas personas conocidas y no conocidas.

Cueto, Moran y Rodríguez (2009), explican que Facebook en la actualidad es el portal más representativo y usado a nivel mundial donde se pueden tejer redes sociales.

Dentro de Facebook se puede subir imágenes, videos, crear grupos, saber cuándo es la fecha de cumpleaños de los amigos que pertenecen a la red, utilizar las diversas aplicaciones, entre otros aspectos más que hacen de esta plataforma, la más exitosa.

En el 2006, amplió las fronteras al permitir que cualquier persona que tenga un correo pueda acceder a dicho portal.

González, Merino y Cano (2009), definen que este sitio fue creado por Marck Zuckerberg con la idea que fuera un tipo de red para la población universitaria de Harvard, aunque hoy todos acceden a ella y cada día se populariza en todo tipo de personas, especialmente en jóvenes. La persona elabora un espacio personal decidiendo a quien le permite o no acceso para poder ver fotos, ver información, contenidos y noticias, los usuarios pueden suscribirse a partir de los 13 años.

Esta red, ha sido punto de reencuentro de muchos usuarios, que por medio de solo escribir, el nombre y apellido de la persona a la que se desea encontrar, y cuenta con una suscripción a Facebook, fácilmente se ubicará, y por medio de una solicitud a la cuenta, se contacta a miles de individuos cerca y lejos. Los miembros de la red, pueden compartir fotos, links, videos y mucho más. Entre las utilidades y maneras de poder estar en Facebook se pueden mencionar las siguientes:

- El perfil personal: Todo usuario de la red cuenta con un muro que lo identifica, como partícipe de la comunidad, dentro de esta estará establecido cierta información como sexo, gustos, fecha de nacimiento, ocupación y lugar de origen, asimismo a través de ella, podrá navegar por las páginas de otros amigos, buscar contactos,

publicar fotos, videos, opiniones y hacer uso de las opciones de la página, juegos, como la galleta de la suerte, la granja, y qué cantante sería en los años 80.

- Las páginas o “*fan pages*”: Este tipo de opción es para promocionar productos, hacer publicidad, resultan ser ideales para empresas, organizaciones y negocios, la página no enviará solicitud de amistad, si no que solicitará “*likes*”, admiradores y personas que deseen saber lo que está ocurriendo con promociones, ofertas, lugares novedosos, entre otros. Las páginas son públicas, es decir no se debe estar suscrito a Facebook, para tener acceso a ellas, es decir, solo con escribir la dirección en la web, se podrá visitar el sitio deseado. Cualquier empresa podrá crear una página, es muy sencillo acceder solo con dar un click y se desplegarán las opciones para realizar dicho procedimiento.
- Los grupos: Son creados por usuarios con el fin de reunir a varias personas dentro de la red que tengan una afición en común, pueden ser de deportes, compañeros de trabajo o estudio, de simpatizantes a una campaña política, artista o religión, de este modo solo los integrantes del grupo discuten formas de pensar, intereses, ideologías y mucho más. Un grupo es un punto de encuentro para que la gente se conozca y establezca nuevas relaciones sabiendo de antemano que poseen pensamientos y gustos acordes.

1.2.4.3. Instagram

Rubira (2013) indica que es una aplicación gratuita para todo tipo de sistema operativo que permite tomar o publicar fotografías y modificarlas al gusto de cada usuario. Se ha vuelto muy popular entre los jóvenes, ya que muchos adultos aún no le han encontrado el sentido a esta aplicación, entonces los jóvenes no se sienten controlados o

espiados como en otras redes sociales. De igual forma los artistas famosos también son parte de esta red y muchos de ellos cuentan con una gran cantidad de seguidores y los usuarios se sienten parte de la vida de sus artistas favoritos, ya que estos, como todos los que poseen esta aplicación, publican vídeos cortos o fotografías de lo que acontece en su día a día. El perfil de los usuarios puede ser público o privado, es el dueño de la cuenta el que decide y otorga el acceso a otros contactos.

García (2014) menciona que el nombre de esta red social surge cuando los fundadores, Kevin Systrom y Mike Krieger, eran pequeños, porque solían jugar con cámaras y siempre les gustó todo lo relacionado con la fotografía y en aquel entonces a las cámaras se les conocía como “instantáneas. Y ellos comentan que crearon la aplicación para solucionar 3 problemas:

- Las fotografías en los celulares solían tener una baja calidad y con los filtros se podían moldear a una forma más profesional.
- Compartir en múltiples plataformas a la vez. Ya que al mismo tiempo que se publica en Instagram se puede realizar en otras redes siempre y cuando estén abiertos a acceder a las demás cuentas.
- La mayoría de los momentos importantes se quieren compartir en el momento real y los fundadores crearon una forma para que esta plataforma sea mucho más rápida y eficiente a la hora de publicar el contenido.

En cada una de las redes sociales, las funciones y gustos son muy diferentes por lo que es importante conocer cada una de ella o por lo menos las más utilizadas en Guatemala y se

pueda hacer un criterio propio sobre ellas para ver qué es lo bueno y lo malo de cada una de las redes.

Existen varios riesgos y más a las personas que son un poco débiles en cuestión de criterio y se dejan llevar por lo que todo el mundo hace.

1.2.5. Herramientas de información y comunicación

Según Ruiz (2012) la comunicación es un fenómeno indispensable en las relaciones que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. La palabra comunicación se deriva del latín *communicare*, que tiene por significado “Compartir algo, poner en común.” Por lo que a través de la comunicación, las personas o animales pueden obtener información con respecto al entorno en el que se encuentran. De igual forma para poder comunicarse se debe de contar con un código, lenguaje o algún símbolo para que las dos partes, tanto el emisor como el receptor, puedan entender el mensaje que se desea expresar. Aguado (2004) Indica que la comunicación es definida por Shannon y Weaver como un proceso fluido de la interacción constante entre dos o más individuos por medio de un canal en un contexto que afecta a la transmisión en el cual existen varios modelos comunicativos, pero siempre manteniendo la base de la comunicación donde existe un emisor, quién es el que emite el mensaje; el receptor, quien recibe la información y código para que dichos involucrados puedan codificar el mensaje.

El código juega un papel importante, según Tello (2011), ya que para poder comunicarse se necesita tener este elemento para poder entenderse. Este se refiere al código

como un conjunto de símbolos y signos los cuales deben ser compartidos por los protagonistas del proceso. Muchas veces el emisor desea transmitir un mensaje por distintos canales, pero si no se cuenta con el entendimiento del receptor, ya sea idioma, forma de comunicarlo o nitidez del mismo es muy difícil que el receptor vaya a poder captar lo que se desea decir.

1.2.5.1. Modelos de comunicación

Ackerman, Com, y Morel (2011) explican que un “modelo” es un intento de explicación general, siempre impreciso o incompleto de la realidad de un mapa conceptual brindando ejemplos de lo que podría llegar a ser un tema como tal. Y para explicar la ciencia: Comunicación, existen varios modelos, los cuales explican de diferentes formas cuáles son sus funciones.

-Conductista: Este modelo proviene del campo de la psicología y se basa en observar cuidadosamente el comportamiento del ser que estudia, donde el receptor reacciona con un estímulo sobre el tipo de mensaje que le proporcionaron.

-Funcionalista: En el enfoque funcionalista, la comunicación es definida como un acto verbal, consiente y voluntario. De donde surgen las preguntas: ¿Quién dice qué?, ¿Por qué canal?, ¿A quién? y ¿Con qué efecto?

Tello (2011), respalda la teoría Funcionalista de la comunicación busca la función que cumplen los medios masivos. Estudia la manera en que el público utiliza los medios de comunicación y los beneficios que recibe al consumir los mensajes que ellos presentan. La teoría Funcionalista se encarga de tener una perspectiva para analizar la comunicación

masiva, de igual manera vela por generar ideas para entender la conducta de los medios. Al momento que las redes sociales han revolucionado de una forma notoria al mundo y a los medios, estas se vuelven medios masivos y por eso se debe analizar sus funciones dentro de esta misma categoría.

Existen varias teorías y formas de definir la comunicación y se puede comprender en distintas preguntas y funciones, donde pueden servir para informar, comunicar, entretener o simplemente para servir de voz para los que no saben cómo. La teoría funcionalista es la que más se asemeja a la realidad de este proyecto y de cómo está enfocado con relación a las redes sociales ya que realiza las preguntas que un usuario de Twitter puede llegar a contestar al momento de brindar información de algún tipo, ya que en esta red expresan ubicaciones, acontecimientos, accidentes, desastres naturales o simplemente algún comentario sobre política, entretenimiento, deportes, entre otros temas. La Teoría funcionalista hace énfasis que su fin es comunicar de una forma donde la información se vuelve relevante cuando se responden a las preguntas antes mencionadas para que el receptor pueda obtener información que pueda utilizar para compartir en este caso, en sus redes.

1.2.6. Relación de Redes Sociales y Comunicación

Fresno (2014), indica que en la actualidad se vive sujeto a una gran cantidad de interacciones que conectan personas, eventos y lugares, facilitando o restringiendo los flujos de información, ideas en un instantáneo y masivo sistema de comunicación en red. Lo que ha creado que la red virtual se ha convertido en elemento de suma importancia para la comunicación actual. Ya que existen muchas redes que se dirigen a distintos grupos, ya

sea que se dividen por intereses, edades, religión, música, política, entre tantas distinciones. Pero así como medios de comunicación tradicionales como: Prensa, televisión o radio han decidido expandir su alcance y la gran mayoría posee cuentan en las distintas redes que posee el mundo virtual.

Las redes sociales son ahora un medio para poder informarse y comunicarse con los demás. Es un medio donde el usuario tiene el poder de elegir qué es lo que quiere ver, enterarse y comentar sobre el tema. Antes se contaba los medios tradicionales donde el receptor no podía hacer más que recibir el mensaje y quedarse con él y compartirlo con su alrededor, ahora las cosas han cambiado y el receptor puede difundir el mensaje a una escala mucho más grande y se puede volver protagonista al brindar el mensaje. Las redes virtuales permiten que el receptor ya no se queda pasivo, si no que se convierte en una persona que de igual forma comunica y comenta sobre lo que él decide enterarse. Es por eso que la comunicación ha tomado otro giro y los medios virtuales también quieren pertenecer a este mundo para seguir manteniendo esa interacción con su usuario.

Pedranti (2011) hace referencia que desde la llegada de la Web 2.0 da la posibilidad que cualquiera que tenga acceso a esta red puede armar un blog, un espacio personal en las redes, subir y compartir opiniones entre tantas cosas más, parece que se cumpliera la profecía de Marshall Mc Luhan, un teórico sobre la comunicación que afirmaba que el medio es el mensaje para referirse al efecto que los medios de comunicación tienen sobre los receptores. Es por eso que Twitter se convirtió en una de las redes sociales más importantes, ya que es un medio de comunicación accesible para todos los que estén conectados en la Web. Varios medios de comunicación masivos utilizan Twitter para poder comunicarse e interactuar con sus usuarios, brindándoles un espacio donde ellos pueden ser

parte del medio brindado la información del momento o simplemente enterándose de los puntos relevantes de la actualidad.

1.2.7. Factores de Riesgo

González, Merino, Cano (2009), comentan que los riesgos que se corren en cuanto al uso de las redes sociales, es que muchos de los individuos con personalidad introvertida, que han sido víctimas de “*bullying*”, acoso o burlas por parte de compañeros, familiares y personas cercanas,, tratan de resolver los déficits a través de tener acceso a estas redes, pero finalmente la conducta manifestada, genera nuevos problemas como el abandono de estudios, responsabilidades, reducción del rendimiento laboral y problemas familiares.

Este tipo de sitios, ayudan a la población a acercarse, a comunicarse, ahora la pregunta es ¿Cómo puede ser que un avance para algunos se convierta en un problema para otros? En la respuesta influyen la interacción de varios factores relacionados con tres ámbitos: personal, ambiental y social.

Polo (2010), comenta que es muy importante la supervisión de un adulto cuando menores utilizan alguna redes social, ya que existen varios tipos de extorciones, secuestros cibernéticos y una gran variedad de usuarios con malas intenciones y muchas veces los padres de familia no tienen conciencia de ello y dejan que sus hijos navegan sin ningún límite o cuidado. En estos tiempos, es de suma importancia que los padres de familia tengan control sobre lo que sus hijos adolescentes investigan o buscan en internet, ya que el acceso a cualquier tipo de información está muy a la mano del que ingresa a la Web.

Los riesgos que existen el mundo virtual no se pueden pasar por alto, han existido casos de niñas secuestradas por medio de encuentros virtuales y los padres ni en cuenta de lo que sucedió o no saben cómo sus hijos llegaron a ese punto.

Por eso también es de suma importancia conocer las características de las personas que utilizan redes sociales o que están obsesionadas con el mundo de la tecnología.

1.2.8. Usos de los jóvenes universitarios

Fumero, Sáez, Vacas (2007) explican que entre los aspectos característicos de los internautas se encuentran las siguientes: voluntad y deseo de compartir pensamientos y experiencias. Es decir, los usuarios, necesitan sacar a flote lo que sienten, liberarse y compartir lo que están pensando o sintiendo; es muy común que adolescentes y jóvenes, publiquen lo que les gusta, opiniones y desacuerdos, por varias razones, entre ellas la necesidad de pertenencia a un grupo, la impulsividad y la aceptación de los que le rodean.

La creciente importancia de saber lo que otros piensan. Muchas veces no se sabe exactamente lo que los demás creen de uno mismo, y subiendo una foto, en donde los contactos pueden comentar qué les parece, si les gusta, si no. O bien comentarios y publicaciones que opina el mundo respecto a lo que se dice, se siente y se cree. Los blogueros se ayudan mucho unos a otros. Las personas pertenecientes a una comunidad o red social, pueden ayudarse entre sí, si alguien tiene una duda respecto a un tema o tarea, por medio de estos sitios puede darlo a conocer y los contactos podrán comentar y colaborar a resolver las dudas necesarias. Según Fumero, Sáez, Vacas (2007) estas son las características de los usuarios pertenecientes a una red:

- Necesidad de información diaria de un gran número de fuentes. La necesidad de saber qué está pasando alrededor del mundo, en las noticias, en los deportes, en el

medio artístico, y cualquier ámbito, saber de ofertas, promociones y mucho más. La publicidad se vale hoy por hoy de las redes sociales, cualquier empresa hace uso de estos medios para llevar la información a todas las personas a nivel mundial.

- Deseo de controlar la forma en que leen las noticias. El usuario tiene el acceso a poder escoger en qué momento desea informarse, no hay un horario establecido, ni un momento en especial. Esto convierte la información en un medio más accesible.
- Los blogueros y twitteros tienden a ser ciudadanos del mundo. Las personas pueden conectarse y contactarse con cualquier individuo alrededor del mundo, no hay barreras de distancia, ya que la tecnología acorta fronteras, que permiten la comunicación internacional, una vez se tenga acceso a la web.
- Los blogueros y twitteros se relacionan en la vida real. La interacción, que se da mediante una red social, un foro, o un chat, es realmente cierta, la persona puede expresarse, tener una relación de afinidad y conexión. Hoy en día las cámaras web, permiten que el usuario pueda verse, y sentirse más cerca de la otra a pesar de la distancia. Los lazos de amistad y afectividad que se forjan pueden llegar a ser muy estrechos.
- Existencia de un código compartido. Es decir, las personas pueden llegar a formar grupos con personas, con los mismos, intereses, inquietudes, y encontrar lugares en la red, donde se sienten identificados y cómodos. Quizás solo por este medio encuentran personas afines y este es uno de los motivos por los que navegan por largo tiempo.
- Están habituados a proporcionar y recibir realimentación. Los usuarios, por diferencia, hábito o regla, responden comentarios, preguntas, felicitan en ocasiones

especiales entre otros. Es decir se corresponde en muchos momentos a los usuarios, pertenecientes a la red.

- Una irresistible voluntad de compartir con los demás. La necesidad de conocer otras personas, encontrar e interactuar con amigos que tengan cosas en común, saber que el círculo social, se puede ampliar, no solo con amigos del colegio, trabajo, o familiares sino por medio de un ordenador se pueden encontrar miles de individuos afines con el deseo de compartir y experimentar nuevas relaciones.

La cultura de la velocidad. Los internautas se acostumbran a recibir una respuesta, en condición de información más rápidamente que en tiempos anteriores, un mail, un mensaje privado, información cultural, noticias, y más. Todo es cuestión de un click para obtener una respuesta.

- La necesidad del reconocimiento. Contar con la aprobación de los demás, que se cuenta con personas interesadas en formar parte de un círculo social, de una red o comunidad, donde la persona se desenvuelve e interactúa. Sentirse aceptado por otros usuarios o contactos que participan en la red. Este es un punto importante en los usuarios que pertenecen a una red, ya que al estar en ella, tienen una gama de contactos, con los que se sienten identificados, y con los que sienten apoyados al momento de comentar que se sienten mal por alguna circunstancia adversa o por el contrario comentar una buena noticia, como que aprobaron un curso en clase o recibir una felicitación el día del cumpleaños.
- Todas estas características en común, llevan al individuo a querer pertenecer a un grupo de red social, ya que por medio de ellas se sienten identificados, apoyados,

actualizados y miembros de actividades que hoy en día, al menos el 80% de los jóvenes deciden realizar.

Es importante dar a conocer estas características para que se pueda estar informado de la nueva era en la que se está viviendo. No se puede ignorar lo que sucede alrededor y esta gran evolución que han tenido las redes sociales a nivel mundial y las herramientas de información y comunicación se han visto modificadas tanto que se pueden llegar a interponer el mundo virtual en el mundo actual.

Soria (2004) considera que desde el punto de vista social el marco básico de las relaciones humanas está constituido por la equidad y la justicia entre los hombres. Las diferencias individuales inciden principalmente en el trato interpersonal y en los grupos pequeños. Para que las relaciones interpersonales prosperen es necesario que existan reglas justas, ya que si estas bases no existen en la sociedad y en la empresa, las relaciones humanas se convierten en una forma de manipulación y desigualdad social. El desarrollo de la personalidad está ligado tanto a las características heredadas como a las modificaciones posteriores del medio ambiente físico y social.

Este mismo autor considera que cuando un miembro de un grupo se comporta de una manera que es incongruente con las expectativas de los otros, estos interpretan o explican su proceder como debido a circunstancias especiales.

Cuando una persona no cumple con los estereotipos, se le desprende del grupo y se le añade a un nuevo subgrupo de estereotipo. A esta acción se le llama subtipificación; así mismo lo define como el acomodar individuos que se desvían del estereotipo de uno, con la

idea de que son una categoría especial de gente con propiedades distintas. Según el autor, se pueden generar estereotipos negativos, los cuales son una amenaza para el individuo y pueden producir fallas de rendimiento y desidentificación.

El poder comunicarse es parte de cada ámbito de la vida cotidiana de las personas y son las que crean vínculos unos de los otros por intereses comunes, por eso la evolución de la tecnología y las redes sociales son un gran elemento para la actualidad si se utiliza de la forma adecuada.

1.2.9. Características de los jóvenes universitarios en Guatemala

Los jóvenes que actualmente se encuentran estudiando en la universidad están aproximadamente entre el rango de edades de 18 a 25 años, a quienes se les conoce como “Millennials”. Gutierrez-Rubí (2016) indica que la generación Millennial son los que se hicieron adultos con el cambio del milenio y es ahí donde se define el nombre. Según el reporte de Tendencias Digitales Conecta tu marca con los millennials, actualmente en Latinoamérica un 30 % de la población es Millennial. Y según una proyección de la consultora Deloitte, en 2025, representarán el 75 % de la fuerza laboral del mundo.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas en Guatemala, la cantidad de jóvenes entre 15 a 25 años es de 3, 329,802, quienes representan el 21% de la población que reside en el país.

Las características de los jóvenes universitarios de Guatemala son descritos por Gutierrez-Rubi (2016) de la siguiente manera:

- Son digitales. Esto quiere decir que se caracterizan por manejar la tecnología de una manera habitual. La mayoría de sus relaciones básicas cotidianas se ven intermediadas por una pantalla. Para los millennials el mundo virtual y el real son

dos caras de la misma moneda. Es evidente que los medios tradicionales no son buenas estrategias para llegar de fondo a este grupo.

- Son extremadamente sociales. Tienen una facilidad para comunicarse con las personas que los rodean y no todo tiene que ser vía física sino que también en la virtualidad. Un comentario, compartir o darle “me gusta” a una publicación se han convertido en formas básicas de expresarse y sentir que interactúan con sus amigos o familiares. De igual forma prefieren las redes sociales para interactuar con las empresas que son de su interés.
- Son mucho más críticos, exigentes y volátiles. Ya que todo lo tienen al alcance un click, pueden averiguar cuando alguien o una marca estar siendo honesto o les está ofreciendo algo que no es real. De igual forma son sumamente cuidadosos con los comentarios negativos o positivos sobre ciertos temas, ya que pueden llegar a influir en el momento de tomar una decisión sobre cierto tema.
- Son autosuficientes y autónomos, y quieren sentirse protagonistas. Quieren hacer todo por su propia cuenta, no hay cosa que no puedan realizar, si necesitan indicaciones sobre algún tema en específico, estos pueden buscar en el navegador y llevarlo a cabo.

Los universitarios guatemaltecos son los futuros profesionales que estarán sacando al país adelante y es importante que utilicen todas las herramientas que la modernidad les está ofreciendo para poder ejercer de una manera positiva.

II. Planteamiento del Problema

Desde la invención de Internet muchas cosas han cambiado, las personas viven con más intensidad y rapidez sus días, todo es urgente, cada vez se esperan mejores cosas y buscan estar informados a la brevedad posible y buscan datos puntuales. Las redes sociales han revolucionado el mundo, han creado hábitos de consumo, estilos de vida, nuevos grupos sociales, entre otros y en todo esto ha tomado participación las redes sociales.

La mayoría de las redes sociales fueron desarrolladas en Estados Unidos y van creciendo rápidamente a nivel mundial, y Guatemala no se queda atrás. Un gran porcentaje de la población guatemalteca cuenta con servicio de internet en su casa o tiene el acceso a un café internet cercano. También muchos cuentan con teléfono móvil los cuales tienen el servicio de internet y el acceso directo a las redes sociales. Cada año se crean nuevas redes sociales con diferentes aplicaciones adecuadas para cada grupo y cada día son más los usuarios virtuales.

En el 2010, la empresa CASABAL llevó a cabo un estudio con el objetivo de observar el crecimiento de las redes sociales en Guatemala. Este dio a conocer que en dos años (2008-2010) las redes sociales crecieron de forma evidente, aumentando del 45% al 85%. Los guatemaltecos han adoptado el hábito de ingresar a las redes sociales a diario, ingresando un promedio de 4 a 5 veces por día.

En la actualidad, las redes sociales se han convertido en una necesidad primordial para los jóvenes. Estas se sitúan primordialmente en el tercer escalón en la pirámide de las necesidades de Pertenencia según Maslow (1943). Este escalón abarca todas las

necesidades psicológicas de los seres humanos, las necesidades de amor, afecto y las de pertenencia.

Según Muñoz (2011) los jóvenes son parte esencial de la sociedad, ya que son los encargados de aportar en la construcción de las sociedades equitativas, resolver los problemas que se han ido acumulando en las generaciones pasadas y velar por los cambios positivos que se tenga a través de los años. Los jóvenes cuentan con una gran responsabilidad y muchos no se dan cuenta de la relevancia que poseen en cada uno de los ámbitos que ejecutan. Es por eso que saber comunicar lo que desean hacer o expresar por los canales correctos se ha vuelto algo de suma importancia para esta generación y tener a su accesibilidad el mundo virtual lo ha hecho más fácil.

Twitter brinda a todos sus usuarios el poder de seleccionar a qué grupos desean pertenecer con qué temas se quieren identificar, a qué personas desean seguir. El impacto y el alcance que tiene Twitter como un medio informativo en los usuarios, principalmente en los jóvenes, es una de las razones principales de esta investigación, en la cual se busca medir el nivel de influencia que posee Twitter como medio informativo en la comunicación de los seres humanos, específicamente en los jóvenes universitarios.

La tendencia de redes sociales seguirá creciendo y su influencia como medio informativo seguirá escalando, es por eso que se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Es Twitter una red social utilizada como herramienta de información y comunicación en los jóvenes universitarios de 18 a 25 años de la Ciudad de Guatemala?

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo General

Analizar la red social Twitter como herramienta de información y comunicación en los jóvenes universitarios de 18 a 25 años de la Ciudad de Guatemala.

2.1.2 Objetivos Específicos

- Determinar los elementos de la comunicación en Twitter y su función en un espacio masivo.
- Indagar cuáles son los usos que los jóvenes dan a la red social Twitter y cómo establecen los patrones de interacción a través de la misma.
- Identificar elementos y contenidos de información y comunicación en el uso de la red social Twitter.

2.2. Elementos de estudio:

- Red social Twitter
- Herramientas de Información y Comunicación

2.3. Definición conceptual de los elementos de estudio

2.3.1. Red social Twitter

“Una red social es un conjunto organizado de personas formado por dos tipos de elementos: seres humanos y conexiones entre ellos”. (Christakis y Fowler, 2010, p. 26)

Se especifica que la principal función de las redes sociales es crear conexiones, ya que permite dar a conocer quién está afín con quien. Así mismo, las redes sociales determinan lo que fluye a través de los vínculos. (Christakis y Fowler, 2010).

“Twitter es una red de información en tiempo real que conecta a los usuarios con las últimas historias, ideas, opiniones y noticias sobre lo que resulta interesante”, así está descrito en su página oficial. La red social Twitter fue lanzada en el año 2006 y comenzó a generar ingresos significativos en el 2010 según publicó El Periódico (2013).

2.3.2. Herramientas de información y comunicación

Ackerman y Morel (2011), comentan que la comunicación proviene del verbo comunicar, el cual permite intercambios significativos entre los individuos y esta da sentido a su relación con el mundo. Es esencial que cada individuo desarrolle a lo largo de su vida la forma en la que se va comunicando con los que lo rodean para así poder desenvolverse en el mundo y lograr una conexión a través de su vida.

Las herramientas de información y comunicación han evolucionado a través de los años, estos han logrado grandes cambios en la sociedad y la tecnología causó un gran impacto en el mundo, posicionándose como uno de los medios más buscados para informarse de los distintos temas de relevancia al usuario.

Según Jimenez (2009), el hombre siempre ha tenido la necesidad de comunicarse con los demás, de expresar pensamientos, ideas, emociones; de dejar huella a sí mismo. De igual manera reconoce la necesidad en la humanidad de buscar, saber, obtener información creada por los demás. Es por eso que en la actualidad, tener una plataforma tan accesible como las redes sociales se han vuelto un medio para poder informarse de forma mucho más rápida.

2.4. Definición Operacional de elementos de estudio

2.4.1. Red social Twitter

Para fines de esta investigación se considera la Red Social Twitter como medio que utilizan los jóvenes universitarios de 18 a 25 años para comunicarse y mantenerse informados. Para determinar eso es necesario comprender la pro actividad en torno a la comunicación, lo que incluye el punto de interacciones, los dispositivos en los cuales inician sesión y la frecuencia con la que participan en la red social.

2.4.2. Herramientas de información y comunicación

Para fines de este estudio las herramientas de información y de comunicación serán todos los medios en cuales que los jóvenes universitarios buscan poder ser partícipes de los mensajes difundidos, donde ellos puedan generar opinión y dar a conocer su criterio y forma de pensar sobre ciertos temas.

2.5. Alcances y límites

El alcance del presente estudio será establecer la influencia que tiene la red social Twitter, como herramienta de información y de comunicación en los jóvenes universitarios de la ciudad de Guatemala.

Identificando las causas que dieron origen a que las redes sociales se convirtieran en un medio de comunicación masivo. Ya que en la actualidad, las redes sociales se manejan como un medio informante ante la sociedad. Y así poder evidenciar cómo influye la red social Twitter, como una herramienta de información y de comunicación en los jóvenes

universitarios, demostrando cuáles son los usos que los jóvenes les dan a la red social Twitter y cómo se expresan por medio de la misma.

Se trabajará únicamente con jóvenes universitarios de 18 a 25 años que estudian en la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar.

2.6. Aporte

El presente estudio tendrá como fin concientizar a los jóvenes guatemaltecos de 18 a 25 años, que estudian nivel universitario, y que forman parte las redes sociales, darles a conocer la importancia que puede tener sus comentarios y opiniones en las Redes Sociales, como ellos se han vuelto parte esencial de la evolución del mundo virtual y brindar las herramientas para utilizar Twitter como una plataforma informativa donde pueden dar a conocer sus opiniones y su criterio, ya que en la actualidad se vive en una era donde la tecnología ha empezado a dominar muchos aspectos de la vida cotidiana, y al conocer más de las plataformas, se le puede dar un mejor uso.

Para los medios de comunicación servirá para ver como los jóvenes le dan gran importancia a las redes sociales y cómo estas se han convertido en un medio de comunicación masivo, el cual deben aprender a utilizar de forma ordenada, ya que han tenido que cambiar su estructura para poder tener un mayor alcance con su público y poder seguir en la jugada de ser medios efectivos e informantes inmediatos.

III. Método

3.1 Sujetos

La siguiente investigación abarcará a los jóvenes guatemaltecos de la universidad Rafael Landívar entre las edades de 18 a 25 años de edad con un NSE (Nivel Socioeconómico) medio y medio alto que posean una cuenta activa en la red social Twitter.

Se eligió la Facultad de Humanidades dentro de la universidad Rafael Landívar que estén inscritos en la carrera de Ciencias de la Comunicación. Se seleccionó el departamento de esta facultad para poder abarcar los diferentes criterios que se requieren para este estudio. En el segundo ciclo del 2016, la carrera de Ciencias de la Comunicación contaba con 581 estudiantes, esto abarcaba jornada matutina y vespertina, plan diario y fin de semana.

Características de los Sujetos (Jóvenes)	
Edad	18 a 25 años de edad.
Género	Masculino y femenino
Universidad	Universidad Rafael Landívar y estar inscrito en la facultad de Humanidades y en la carrera de Ciencias de la Comunicación, campus central.
Nacionalidad	Guatemalteco/a / Residente
Escolaridad	Universitario/a.
Nivel socioeconómico	Medio y medio alto
Con cuentas en redes sociales	Poseer una cuenta en Twitter.

Para brindarle mayor solidez al estudio, se entrevistará a profesionales del área tecnológica y de comunicación.

En primer lugar, José Contreras, es Ingeniero Industrial graduado de Universidad San Carlos de Guatemala, reconocido por varios medios nacionales e internacionales como un emprendedor exitoso en el campo de mercadeo. Es promotor de innovación e investigación digital en Centroamérica y el Caribe a través de la empresa iLifebelt de la cual ha realizado conferencias y talleres sobre estos temas en México, gran parte de Centro América, Colombia y Perú.

Como segundo punto a Marvin del Cid es licenciado en Ciencias de la Comunicación graduado de la Universidad San Carlos de Guatemala con estudios de Maestría en Estudios Sociales y Políticos Latinoamericanos de Universidad Alberto Hurtado en Chile. Ha laborado como periodista en varios medios nacionales reconocidos; entre ellos: Prensa Libre, Emisoras Unidas, el Periódico y revista Contra Poder. Actualmente es integrante del consejo editorial de Sala de Redacción.

De igual forma se entrevistará a Pedro Muñoz Moscoso, licenciado en Ciencias de la comunicación, graduado de la Universidad Rafael Landívar. Tiene una gran experiencia en tendencias digitales, ya que actualmente labora en una agencia de publicidad y está a cargo de la comunicación virtual para empresas de renombre como cervecerías, bancos, entre otras cadenas de peso en el país.

María Fernanda Prado también será parte de este proyecto. Ella es licenciada en Ciencias de la comunicación con estudios de Maestría en Comunicación y Relaciones Públicas en Macromedia University en Alemania. Actualmente es parte de la empresa Ada Health como Social Media Manager.

Como último punto se entrevistará a Andrea Aragón, es licenciada en ciencias de la comunicación desde 1992, quién ha podido ser testigo de la evolución del desarrollo de la comunicación digital. Actualmente es propietaria de una agencia de publicidad llamada: La Otra Mitad, donde ha ejercido un papel importante en la comunicación de muchas marcas.

3.2 Instrumentos

Esta investigación utilizará los métodos de encuestas y entrevistas personales para determinar el objeto de estudio.

Las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a prioridades las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo.

Trespalacios, Vázquez y Bellos (2005),

Las encuestas son un elemento esencial en este estudio ya que en base a las entrevistas se obtendrá la información más valiosa del contenido, ya que los jóvenes podrán expresar sus opiniones acerca del tema. (Trespalacios, Vázquez y Bellos Pág. 111)

Se realizarán las encuestas a los jóvenes universitarios. La cual tiene como objetivo conocer qué tanto saben los mismos sobre las redes sociales y cómo las utilizan. La encuesta para los jóvenes cuenta con 10 preguntas con respuestas de opción múltiple, donde el tema principal son las redes sociales como medio informativo y de comunicación.

El otro instrumento a realizarse será la entrevista. Según Ilueca (1967) la entrevista es un proceso de comunicación que por lo regular se realiza entre dos personas; el

entrevistador realiza preguntas o tiene preparado ciertos temas a tratar y obtiene información del entrevistado de forma directa. En este proyecto se entrevistarán a expertos sobre redes sociales y comunicación digital para poder abordar de una forma profesional este tema.

La validación de los instrumentos se realizó con una profesional en el ámbito de la investigación. La Licenciada Patricia Melgar de López, M.A. (Docente de cursos de investigación en La Universidad Rafael Landívar), aportó sus conocimientos sobre este campo y apoyó para brindarle el enfoque informativo a los instrumentos.

3.3 Procedimiento

El procedimiento implementado para la realización de esta investigación se compone de la siguiente manera:

- Se realizó la selección de tema, objetivos del estudio, planteamiento del problema, metodología del trabajo que comprende, sujetos e instrumentos de la investigación.
- Se presentará el trabajo al Depto. de Ciencias de la Comunicación para la aprobación del anteproyecto de tesis.
- Se solicitará autorización a los catedráticos para redacción de encuestas.
- Se aplicarán las encuestas a cada uno de los estudiantes.
- Se realizará el contacto con los expertos mencionados sobre las redes sociales y comunicación digital.
- Se realizará la entrevista en la fecha acordada.
- Se tabularán las respuestas de las encuestas y las entrevistas.

- Se elaborará el análisis e interpretación de los resultados.
- Se desarrollará la discusión de resultados.
- Se elaborarán las conclusiones y recomendaciones del trabajo.
- Se presentará el trabajo final de investigación.

3.4 Tipo de investigación y metodología estadística

Esta investigación es de carácter descriptivo. Van Dalen y Meyer (2000) afirman:

Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. (p.67)

La investigación descriptiva, como su nombre lo dice, describe tendencias de un grupo o población; ésta tendrá un enfoque mixto (cualitativo-cuantitativo), ya que con base en las encuestas se obtendrá resultados medibles y entre más detalles se comparta sobre la investigación más riqueza se le da al contenido de la misma. Los resultados se trabajarán en porcentajes y se presentarán por medio de gráficas que reflejarán las respuestas dadas por los jóvenes.

Para obtener la muestra representativa de los estudiantes de la carrera de Ciencias de Comunicación objeto de este estudio, se utilizó la fórmula presentada por Black (2009).

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

En donde,
 n = muestra
 N = universo
 e = margen de error

De acuerdo a este autor, la recomendación en la aplicación de cuestionarios no debe poseer un porcentaje mayor al 5% de margen de error, considerado la medida estándar para esta clase de procedimientos.

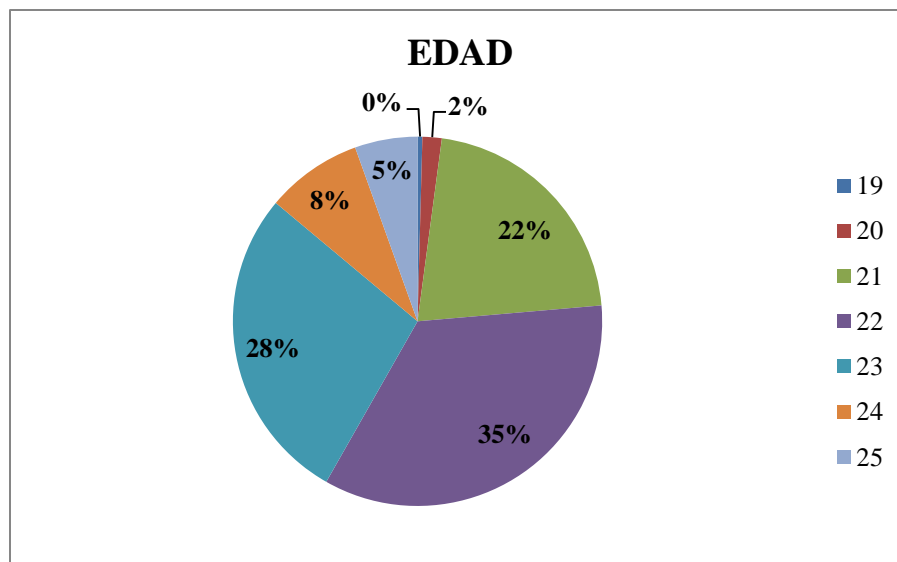
Según la formula se realizará la encuesta a 237 estudiantes para tener un criterio mucho más completo sobre este tema.

Por ello, a través de esta investigación se estudiará y analizará cómo los jóvenes se han visto influenciados ante la red social Twitter enfocándolo como un medio informativo y de comunicación.

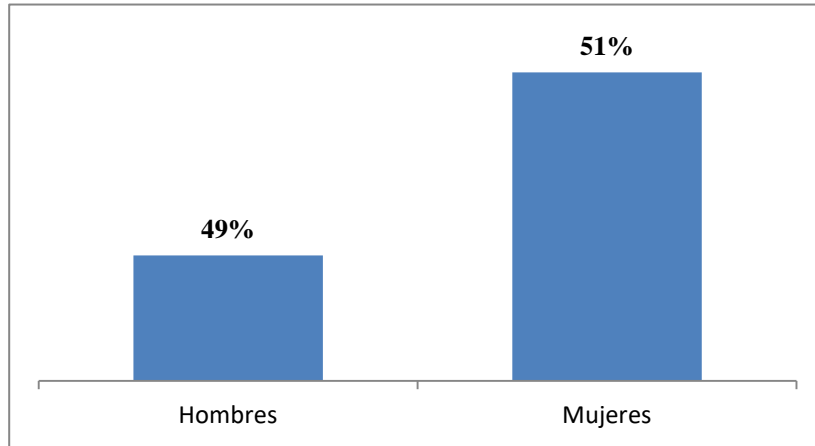
IV. Presentación de resultados

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos a través de los distintos instrumentos realizados en el trabajo de investigación. Y de esta forma se da a conocer de manera gráfica las respuestas que se consiguieron en las encuestas que se entregaron a 237 estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar.

El objetivo de la encuesta fue evidenciar el conocimiento de los jóvenes universitarios entre los 18 a 25 años, con respecto a las Redes Sociales y los usos en esta plataforma.

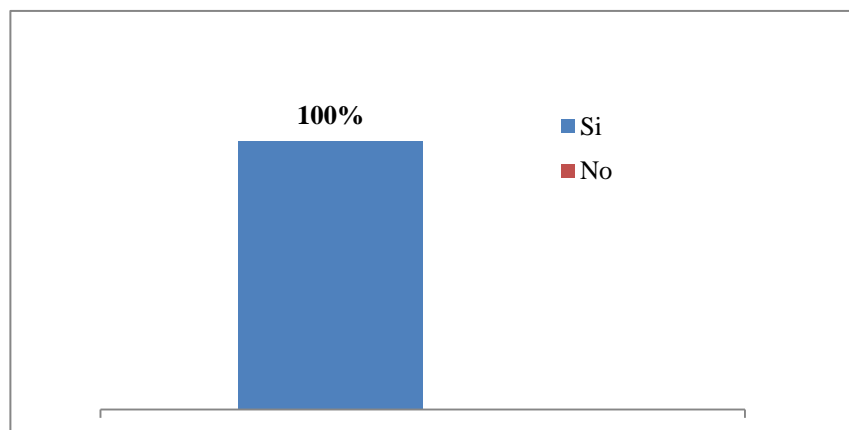


Del total de encuestados, la mayoría se encuentran con 22 años de edad, siguiéndole 23 y 21 años cumplidos y el resto suman un porcentaje de 15%. Y en el sentido de género se encuentra muy pareja la distribución.



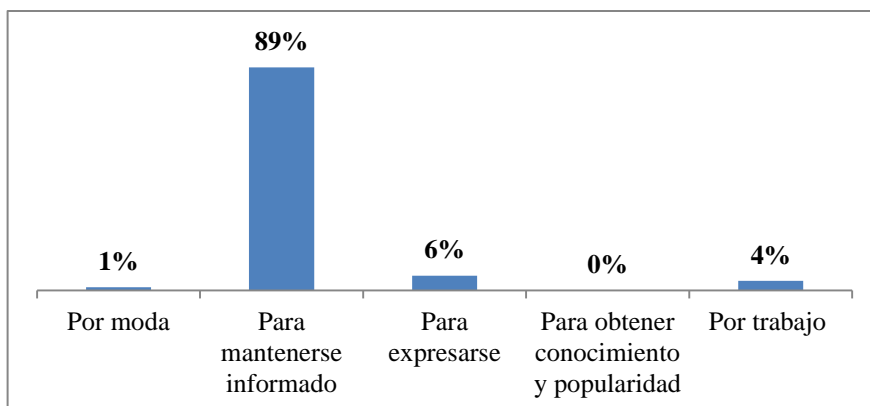
La encuesta realizada en las instalaciones de la universidad Rafael Landívar, está conformada por 10 preguntas de opción múltiple relacionada con los medios de comunicación y los medios digitales como herramienta de comunicación. A continuación se presentan las gráficas con los resultados obtenidos:

Pregunta 1: ¿Posee cuenta en Twitter?



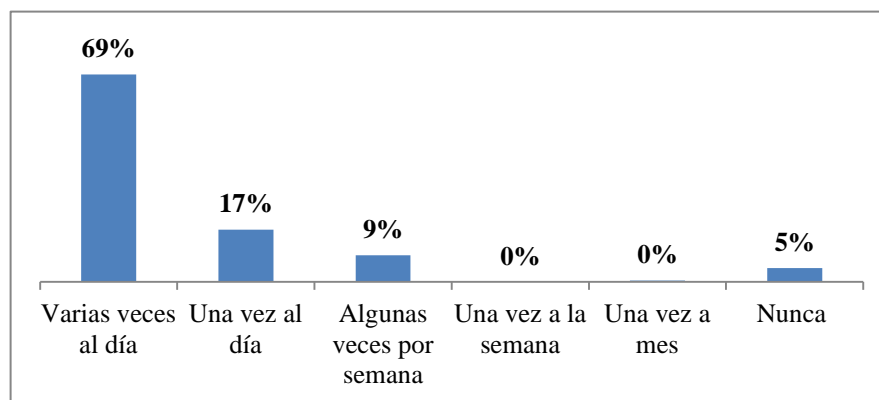
El 100% de los encuestados poseen cuenta de Twitter, ya que uno de los requisitos para poder iniciar la encuesta era que sí conocieran esta red social.

Pregunta 2: ¿Por qué posee cuenta en esta red social?



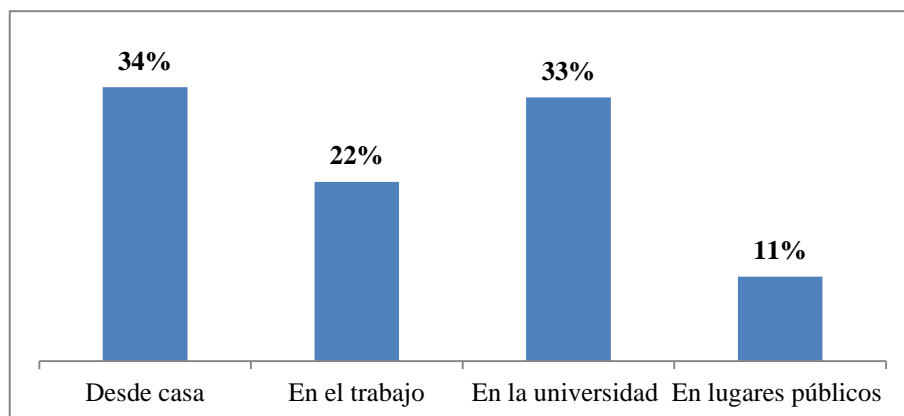
Del total de los estudiantes encuestados, el 89% hicieron ver que poseen una cuenta en esta red social para poder mantenerse informados sobre los acontecimientos ocurridos y el 11% por moda, para poder expresarse y por trabajo.

Pregunta 3: ¿Cada cuánto ingresa a su cuenta de Twitter?



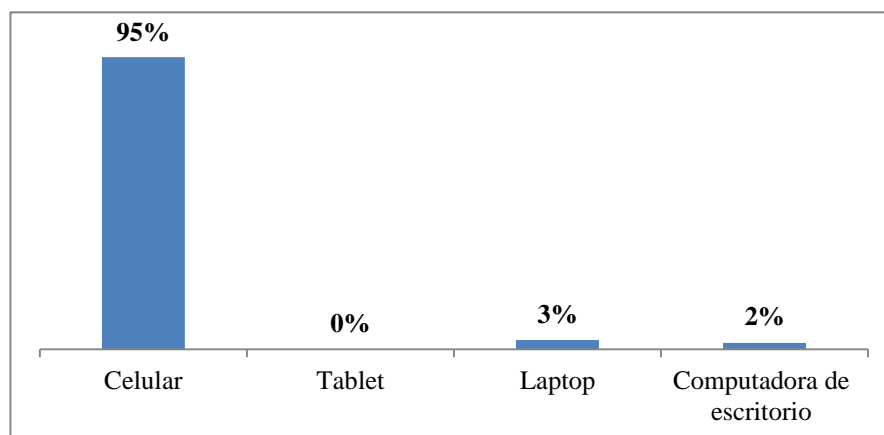
En esta pregunta los encuestados hacen referencia sobre la frecuencia con la que visitan esta red social, indicando que el 69% de la muestra revisan su perfil varias veces al día, siguiéndole un 17% que solo lo revisan una vez al día, 9% comenta que solo algunas veces a la semana y el 5% que nunca ingresa a la red social.

Pregunta 4: ¿Dónde suele ingresar a su cuenta de Twitter?



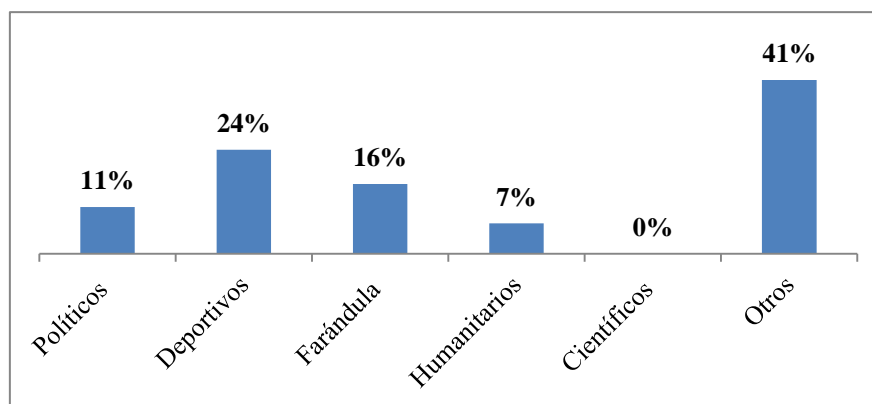
Se puede notar que el 34% de los estudiantes ingresan a su cuenta de Twitter estando en su casa, le sigue con un 33% en la universidad, un 22% prefieren ingresar cuando están en su trabajo y el 11% restante lo hace en lugares públicos.

Pregunta 5: ¿Desde qué dispositivo suele iniciar sesión?



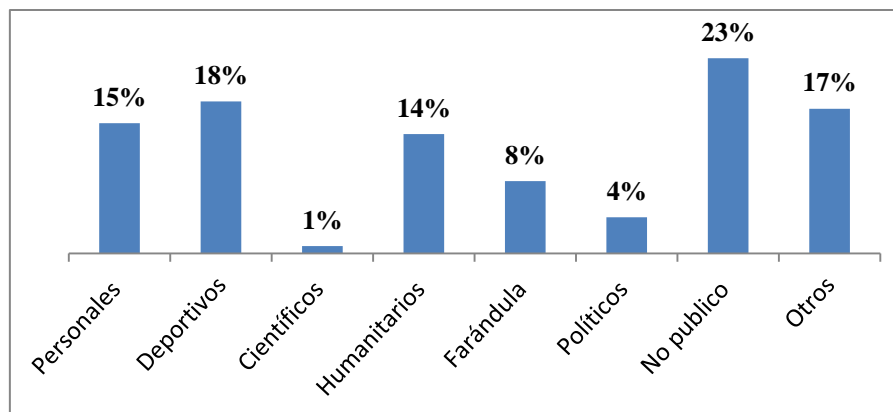
Al preguntarle a los jóvenes sobre qué dispositivo utilizan para ingresar a su cuenta en Twitter, los resultado sobre esta pregunta fue que el 95% utiliza su celular para ingresar, dejando el 3% en laptop y el 2% en su computadora de escritorio.

Pregunta 6: ¿Qué temas, en esta red social, son de su interés?



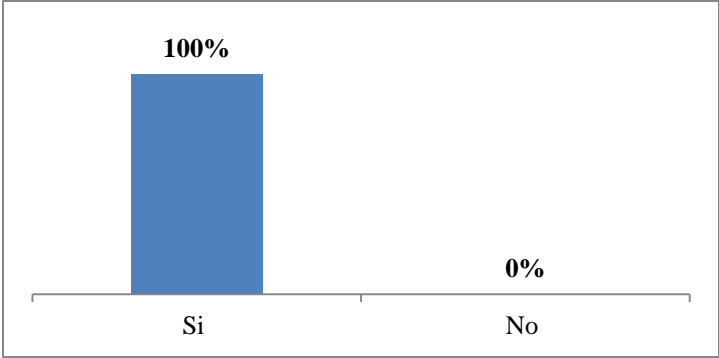
En cuanto a los temas que son de su interés, el 41% indicó que están pendientes de las noticias nacionales, ya sean del tráfico, accidentes, etc. El 24% prefiere los temas deportivos, el 16% de farándula, el 11% son más anuentes a los temas políticos y el 7% prefieren los temas humanitarios.

Pregunta 7: ¿Qué tipo de mensajes son los que suele publicar?



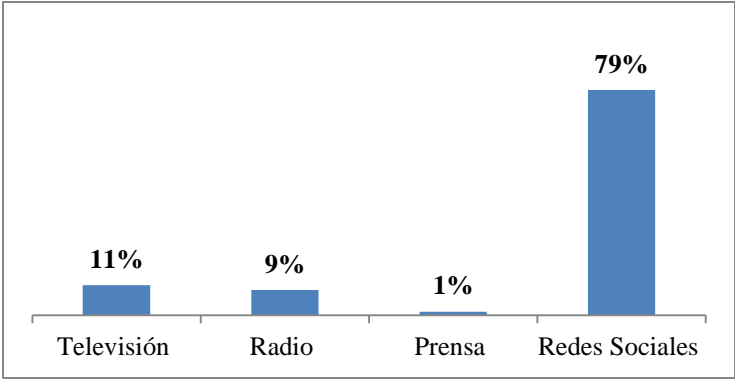
Al preguntarles a los estudiantes qué tipo de mensajes publicaban el 23% indicó que prefieren no publicar y solo ser usuarios que reciben las noticias de los demás medios o personas, el 18% publica sobre temas deportivos, el 17% publica sobre noticias nacionales, el 15% comenta sobre temas personales, el 14% sobre temas humanitarios, le sigue con un 8% los temas de farándula, 4% temas políticos y el 1% sobre temas científicos.

Pregunta 8: ¿Cree usted que las redes sociales se han convertido en un medio de comunicación masiva?



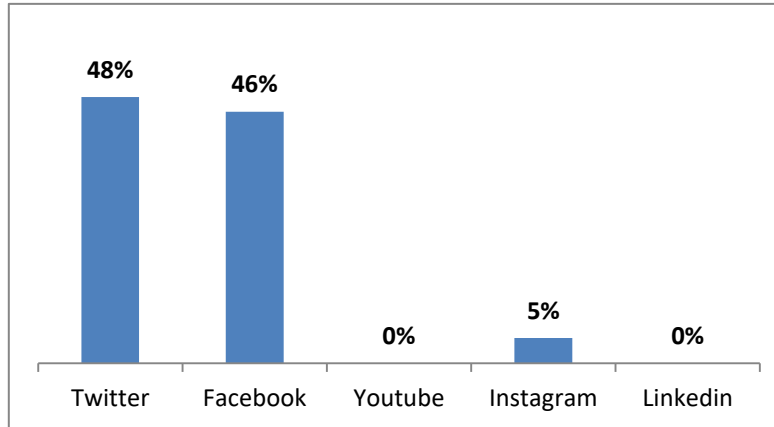
El 100% de los estudiantes indican que las redes sociales se han vuelto un medio de comunicación masiva ya que se ha vuelto una herramienta muy accesible para la mayoría de los usuarios.

Pregunta 9: ¿Cuál es el principal medio de comunicación que utiliza para mantenerse informado?



Más de la mitad de los entrevistados indicaron con un 79% que el medio que más utilizan son las redes sociales, seguido por el 11% con televisión, el 9% indica que radio es el medio que más escuchan y finalmente prensa con 1%.

Pregunta 10: Si contestó “Redes Sociales” en la pregunta anterior, ¿Qué red social es la que más utiliza para mantenerse informado?



En esta pregunta solo contestaron los 188 estudiantes que indicaron que el medio principal que utilizan para informarse son las redes sociales y el 59% de los mismos indicaron que Facebook es la red social que utilizan para este tema, el 30% indicó que utilizan Twitter, seguido por el 9% que utiliza Instagram.

Como parte del trabajo de investigación, también se realizaron entrevistas a expertos en el medio digital y de comunicación. Se tomó en cuenta la opinión del Ingeniero Industrial José Contreras, como la opinión de los Licenciados en Ciencias de la Comunicación: Marvin del Cid, Pedro Muñoz Moscoso, María Fernanda Prado y Andrea Aragón. Según Keats (2009) una entrevista es una situación controlada ya que el entrevistador realiza una serie de preguntas a otra persona y este tiene el control de guiar la entrevista por el camino que está buscando.

A continuación se presenta la información obtenida en las entrevistas realizadas para sustentar el trabajo de investigación.

El ingeniero José Contreras, quien es director de estrategia digital y parte del equipo fundador de iLifebelt, una de las organizaciones que promueven la comunicación digital desde una perspectiva más estratégica a través del análisis del comportamiento del usuario digital, menciona que ha observado cambios desde que él ha estado involucrado en el medio tecnológico. Comenta que se venía de una época donde reinaban espacios como los foros para luego evolucionar a plataformas sociales como Hi5, que luego los llevaron a redes como Facebook, la cual está generando espacios que consideran como “Social Apps” como Instagram, Snapchat, WhatsApp y Waze y todas estas plataformas han sido diseñadas para los dispositivos móviles.

Hace mención que los medios masivos tradicionales se han visto afectados dado que en la actualidad las personas buscan información y entretenimiento a través de las plataformas digitales. Esto ha llevado a una fragmentación de las fuentes de información y a mayores esfuerzos de las marcas por acercarse a los consumidores de una forma más precisa. Comenta que en general los medios digitales siguen siendo medios de “nicho” dado que en la región se cuenta con una gran barrera tecnológica, sin embargo poco a poco esta se reduce y se espera que en los próximos años finalmente lo digital se vuelva un estándar para los posesos de comunicación.

El ingeniero opina que sin duda alguna, Twitter más allá de ser una red social que se ha convertido en un espacio de transmisión de información en tiempo real, influye en la forma que los jóvenes y las nuevas generaciones se enteran de lo que está ocurriendo en el mundo, sobre todo en ciudades como Guatemala que actualmente cuenta con un alto nivel de digitalización (en comparación del resto de departamentos), este medio se ha

consolidado siendo un equivalente de “noticias en tiempo real incluso para temas tan cotidianos como el tráfico a través del hashtag “TráficoGT””.

Deja ver que dado a que Twitter ha tenido problemas en la comercialización de sus productos y servicios, hay rumores que la plataforma podría llegar a desaparecer. Pero es importante comprender que al ser un canal digital ya consolidado como “El sistema nervioso de la web”, definitivamente afectaría el ecosistema digital, ya que no existe un claro equivalente de esta red social.

Concluye que la comunicación se ha convertido en algo que va más allá de los procesos bilaterales donde los jóvenes se sienten interconectados con otras personas, marcas y plataformas para tener una visión rápida de lo que ocurre en el mundo. Que de igual forma existen diferencia y cambios en los jóvenes por la influencia que tienen todas las redes sociales. Hace ver que las redes sociales como herramientas, pueden ayudar a construir o destruir una marca, persona o idea y en ese sentido, los comunicadores tenemos una gran responsabilidad para darle un uso productivo.

El licenciado en Ciencias de la Comunicación, Marvin Del Cid, menciona que ha laborado en medios en toda su carrera profesional y relata cómo la evolución de los medios digitales han tenido un gran crecimiento en los últimos años, volviéndose de suma importancia para las empresas de comunicación, pero en especial para los jóvenes. Marvin inició su carrera en uno de los medios masivos del país y notaba la importancia que este medio ha tenido, pero con la llegada de la tecnología este también tuvo que evolucionar y buscar un espacio en esta plataforma para poder estar a la mano de sus usuarios. Por lo que indica que en efecto los medios masivos se han visto afectados con la presencia de la era

digital. Todas las empresas, medios de comunicación o personas individuales buscan estar en redes sociales para poder ser vistos, escuchados y poder generar interacción con las personas interesadas en el contenido que publican. Indica que la red social Twitter se ha utilizado como una herramienta de comunicación, ya que todo lo que publica es en cuestión instantánea, es decir a tiempo real. Que con el uso de hashtags que se vuelven tendencia los “twitteros” pueden brindar información y recibir contenido sobre algún tema específico y que uno selecciona lo que puede y quiere leer y si en algún momento algo no les parece de su agrado, lo dejan de seguir. Es por eso que en este tipo de plataformas se debe cuidar lo que se publica porque puede llegar a perder seguidores y cuando dejan de seguir a una cuenta es muy difícil poder recuperarlos.

Sobre la influencia que Twitter podría tener en los jóvenes universitarios indica que es más el uso que los mismos le puedan dar a esta red social y ellos volverse en influenciadores para los seguidores. Así que todos los que publican en esta plataforma se vuelven en responsables de sus propias opiniones, comentarios e ideas y pueden llegar a brindarle un giro positivo o negativo, haciendo de esto un buen uso o no del medio.

“En la actualidad, existe gran diferencia en la forma en que los jóvenes se comunican” indica Del Cid. Cuando antes tenían formas muy escasas de comunicarse, ahora aparece el mundo virtual donde son ellos los protagonistas y pueden opinar sobre todo lo que deseen. Es importante que los jóvenes universitarios y sobre todo los que estudian la carrera de comunicación conozcan bien la responsabilidad que poseen al dar a conocer sus opiniones por medio de las redes sociales.

El licenciado Pedro Muñoz, indica que con su experiencia en agencias digitales ha observado cómo años atrás las empresas buscaban invertir su presupuesto para publicidad en medios tradicionales como televisión, prensa y radio. Pero en la actualidad eso ha cambiado, las empresas buscan realizar una estrategia para invertir una gran parte del presupuesto en la plataforma digital, ya que estas han visualizado que en este medio pueden obtener un reporte mucho más tangible de lo que están invirtiendo y desde luego segmentar el público que desean para cada una de las marcas que poseen.

Por lo que hace ver que los medios de comunicación masivos sí se han visto afectados con la llegada de la tecnología, aunque cabe mencionar que estos medios aún cuentan con relevancia en el mercadeo y las empresas aún no han querido soltar del todo estos medios ya que por la cantidad de años que tienen han aprendido a adaptarse a los cambios que se han ido dando a lo largo de los años. Ya que los mismos medios de comunicación han abierto cuentas en estas plataformas para también tener un mejor alcance.

Indica que no hay duda que existe la influencia de la red social Twitter como medio informativo y comunicación en los jóvenes universitarios de la ciudad de Guatemala y es también lo que las empresas han notado, por eso es que ahora son ellas las que buscan tener mejor relación con sus clientes y están abiertas para cuando los clientes sean los que los buscan poder tener una forma accesible de comunicar lo que ellos necesitan. La tecnología seguirá evolucionando ya que va creciendo de una forma excesivamente rápida y donde las nuevas generaciones han ido comunicándose con los otros de una manera que ya es tan básica como caminar.

Concluye que es importante como medio saber que la plataforma digital es una herramienta donde el contenido publicado puede convertirse en una noticia viral y tener un alcance mundial, pero se debe contar con una estrategia detrás de cada publicación para poder captar la atención del público requerido.

María Fernanda Prado, licenciada en ciencias de la comunicación, que en la actualidad labora en una empresa de marketing digital en Alemania, explica su forma de ver las cosas con un enfoque europeo, ya que cuando en nuestro continente aún es muy importante los medios tradicionales, en el país que ella reside actualmente, no lo son. Tienen mucho más relevancia los medios digitales y es que las empresas ven que es estos seguirán evolucionando y que son el futuro del mundo. Por eso no invierten tanto de su tiempo, ni dinero en otros medios que nos sean digitales, ya que si uno no existe en esta plataforma, no existe en general. Ya que cuando alguien necesita información sobre cualquier cosa, desde qué restaurante visitar hasta una noticia relevante, revisan sus plataformas digitales, ya que están mucho más accesibles y brindan información mucho más concisa y fácil de entender para cualquiera que quiera investigarlo. Existen diferentes tipos de redes para que cada uno pueda hablar de la forma que desea y cada una tiene distintas funciones que se apegan a la personalidad de cada usuario que busque su propio interés.

En este caso los medios tradicionales sí se han visto afectados, ya que ellos han tenido que brindar de una forma mucho más adaptada a cada de uno de sus usuarios y por supuesto han tenido que crear cuentas en las plataformas digitales para seguir existiendo en las mentes de su público. Los jóvenes, sobre todo, son los que ya no perdonan cuando se trata de invertir su tiempo en leer noticias tan largas o ver documentales que le den mucha

vuelta a cierto tipo de temas. Si quieren saber algo, ellos lo van a buscar, van a elegir que es de su interés y el que le diga lo que quiere saber en menos tiempo.

Indica que Twitter ha influido mucho en los jóvenes y que ha sido gracias a Twitter que varios buscadores como “los Hashtags” o “Trending Topics” nacieron y se volvieron virales en todo el mundo, incluso hasta se utilizan en otras redes sociales que su principal función era otra que dar a conocer ciertos temas o noticias. Twitter ha funcionado como una herramienta para poder enterarse de los acontecimientos que suceden en tiempo real y es allí el éxito de su trascendencia y lo mucho que se ha mantenido en el mercado, ya que no existe otra plataforma que pueda brindar las funciones que tiene esta red social y a las personas les apasiona estar enterados de lo último que está pasando, para ser ellos los que se conviertan en fuente de información sobre el tema.

Concluye que los jóvenes cuentan con un gran peso sobre sus hombros ya que deben de seguir con la evolución de la tecnología y con el buen uso de las redes sociales para que se conviertan en el medio más importante e influyente del mundo.

La licenciada en ciencias de la comunicación, Andrea Aragón, quién es fundadora de una agencia digital, indica que le sorprende la rapidez con la que han crecido las redes sociales. Ya que antes todo era análogo, las fotografías, los artes, diseños, etc. para poder generar un buen contenido se tomaban horas para poder ejecutarlo y poder presentar un trabajo final. En la actualidad, los clientes de la agencia, todo lo quieren de una forma inmediata: la estrategia, contenido, campaña, hasta el resultado y el retorno de inversión, ya que con la llegada de la tecnología todo se ha vuelto un poco superficial y solo se busca la inmediatez de las cosas.

Por lo que indica que en efecto se han visto afectados los medios masivos, pero hay muchas personas que utilizan de forma equivocada los medios digitales. Ya que no existe responsabilidad de lo que se publica, todos se creen periodistas y todos creen que pueden publicar sin importar si se ofende o agrede a alguna persona. Y es donde los que publican tienen en sus manos el poder de convertirse en líder positivo o negativo, los cuales existen muchos que solo se dedican a criticar de forma perjudicial a una persona, marca, opinión, etc. Es importante que Twitter se utilice de una forma correcta para que pueda seguir existiendo dentro de las redes más importantes en el país.

Concluye que las redes sociales seguirán siendo de suma relevancia en la actualidad, pero de igual forma es importante estudiar sobre cada uno de los términos que nacen a diario, porque hoy en día varios se auto denominan expertos en el mundo digital solo porque conocen ciertas funciones y definiciones de las redes sociales. Y para poder ser un buen comunicador y experto digital se necesita entender de fondo, historia, el porqué de cada plataforma y cómo poder utilizarlo de forma correcta como una herramienta de comunicación que construye en la sociedad.

V. Discusión de resultados

Según las respuestas de la encuesta de este trabajo de investigación, los jóvenes universitarios consideran que Twitter es una herramienta de comunicación e información donde pueden dar a conocer sus opiniones e informarse sobre los temas que son de su interés, ya que si algo no les parece o no es de su agrado, no se toman la molestia en seguirlo o hablar sobre ellos. Por eso es que los jóvenes se han vuelto muy selectivos con la información que desean leer en sus cuentas personales, reforzando lo que menciona Polo (2012) donde indica que Twitter es una red social abierta, en la cual todo el que esté conectado, puede compartir con el mundo su opinión y de igual forma se puede interactuar con todo tipo de personalidades, desde presidentes hasta presentadores de televisión. Es por eso que los usuarios se vuelven hasta cierto punto una celebridad ante los ojos de sus propios fans en esta red social. Dado que el que publica sobre algún tema debe de tener mucho cuidado, ya que cuenta con una gran responsabilidad porque el universo del mundo digital sigue creciendo de una manera muy rápida y es accesible para todas las edades, ya que en la actualidad hasta menores de edad son poseyentes de un dispositivo en el cual pueden ingresar a internet y buscar información sobre cualquier tema.

Como se menciona en este estudio, es importante identificar a las personas que están haciendo una buena labor en esta red social para saber quiénes son a las que se pueden seguir de una forma positiva. Como lo indican González, Merino y Cano (2009), muchos usuarios buscan poder pertenecer a un grupo virtual, ya que en la vida real no son parte de un grupo determinado, pero en los medios digitales es donde las personas encuentran amistades afines e individuos que comparten intereses comunes. Es por esta razón que el éxito de las redes sociales ha sido tan impactante, porque las personas pueden

ser parte de un grupo sin tener que presentarse físicamente y hasta pueden fingir ser alguien más, así que no necesitan ser o tener algo en especial solo compartir los intereses para poder ser perteneciente.

Desde que la tecnología empezó a evolucionar, las personas se han interesado mucho más en el mundo virtual que en el mundo real y es ahí donde invierten gran cantidad de su tiempo, es por eso que las empresas y medios masivos intentan llamar la atención de los cibernautas, las empresas para que se vuelvan clientes y los medios para que tengan más alcance y puedan conseguir empresas que pauten en sus medios.

Las redes sociales se han convertido en una plataforma muy efectiva para la comunicación, según los entrevistados. Varios de ellos han sido testigos de la evolución de la era tecnológica y han vivido muy de cerca su crecimiento tanto como medio de comunicación, como de publicidad. Por la facilidad que tienen estas, ya que son muy accesibles y la mayoría de ellas cuentan con suscripción gratuita, es por eso que el universo de estas plataformas ha aumentado a pasos agigantados. Y es por esta razón que se puede mostrar que los medios tradicionales se han visto afectados con la llegada de la tecnología por lo que estos se han visto en una necesidad de evolucionar su forma de comunicar, ya que varios de los medios tradicionales de Guatemala ha abierto por lo menos una cuenta en alguna red social. Donde no solo comunican en el medio que transmiten, sino que también plasman su información, opinión o forma de entretener en las distintas plataformas existentes.

Este estudio muestra que para los universitarios guatemaltecos el mundo virtual se ha vuelto una parte esencial en sus vidas, ya que 69% de los entrevistados indicó que

ingresa a sus cuentas de redes sociales más de una vez al día, donde invierte gran cantidad de su tiempo diario. Así como lo menciona Carson (2016) que los usuarios activos se conectan a internet mínimo tres veces al día de 25 a 30 minutos para revisar lo que está sucediendo en el mundo digital. Lo que hace ver que la tecnología es indispensable para los que poseen una cuenta en las distintas redes sociales. Ya que con las distintas aplicaciones digitales que existen pueden realizar casi todas las actividades y la vida cotidiana demanda mucho tiempo y con este tipo de redes sociales, se le facilita al usuario todo lo que debía realizar, desde una conversación con una persona que la puede realizar en una llamada o chat, hasta las extensas colas en los bancos para algún tipo de trámite. Y según comenta Álvarez (2015) Guatemala es el país con mayor número de celulares que habitantes en todo Centroamérica y este dispositivo es el que más utilizan para conectarse a internet, esto produce que Guatemala sea el país con más cantidad de usuarios en la región.

La evolución de las plataformas digitales ha permitido que las personas lleguen a conocer mucho más sobre otros temas o noticias mundiales en el momento, es por eso que las personas ingresan a menudo a sus redes sociales porque quieren ser parte de los usuarios que dan a conocer acontecimientos o que simplemente comparten su opinión sobre algún tema en específico. Esto hace que redes sociales como Twitter sigan creciendo ya que la función principal de esta aplicación que según Polo (2009), es dar a conocer noticias relevantes en 140 caracteres, haciéndolo un mensaje breve y conciso para las personas que lo están recibiendo. Expresa que Twitter ofrece una innovadora manera de estar al tanto no solo con amigos y familiares sino con el mundo entero, ya que es muy fácil contactar a cualquier persona, empresa o celebridad, ya que solo con escribir el nombre le aparece cuales son las cuentas oficiales de lo que se está buscando.

Según los encuestados, Twitter es la plataforma que más utilizan como medio informativo, ya que por su breve forma de expresarse, puede brindar la noticia en pocas palabras. Dejando como evidente lo que menciona Meunier (2013), que esta red social ocupa la número uno como aplicación informativa, ya que los medios escritos, televisivos y radiales poseen una cuenta en Twitter y es utilizada para publicar noticias de política, deportes, entretenimiento, entre otros temas que mencionan en sus medios masivos. Dejando a un lado las otras redes ya que entre sus funciones principales no se encuentra la de informar con brevedad.

Y aunque el estudio que presenta Contreras (2016), que lleva por nombre “Estudio de Redes Sociales en Centroamérica y el Caribe Ilifebelt 2016”, indica que Twitter ha disminuido en la cantidad de usuarios, se puede ver en las respuestas de los jóvenes encuestados que en Guatemala esta red social aún cuenta con gran importancia, ya que para los universitarios sigue siendo la primera opción para poder enterarse sobre algún tema de manera inmediata. Y que en la actualidad no hay ninguna otra aplicación que cuente con las mismas funciones que tiene Twitter como para poder sustituirlo.

Como indica Ruiz (2012), la comunicación es un fenómeno indispensable en las relaciones interpersonales a lo largo de la vida de una persona, y estas se han visto reflejadas en las plataformas virtuales, ya que en la actualidad un gran número de personas se conecta y comunica a través de estos medios digitales. Y esto seguirá evolucionando hasta que todo lo que se realice se vuelva virtual. Es por eso que debemos conocer todas las plataformas para poder hacer un buen uso como comunicadores.

VI. Conclusiones

A partir de los resultados obtenidos en este estudio, se puede concluir lo siguiente:

- Se pudo mostrar que la red social Twitter sí es utilizada como herramienta de información y comunicación en los jóvenes universitarios, ya que es un medio que se encuentra entre sus opciones principales para enterarse sobre alguna noticia.
- Es evidente que la tecnología ha evolucionado y que actualmente los jóvenes universitarios recurren a Twitter donde se pudo manifestar que invierten gran cantidad de su tiempo para informarse sobre los acontecimientos y noticias.
- Se mostró que los jóvenes utilizan las redes sociales para poder comunicarse con familiares, amigos o empresas que sean de su interés, donde la comunicación es mucho más inmediata y efectiva.
- Se puede concluir que el tipo de comunicación ha variado drásticamente y los medios tradicionales se han visto obligados a expandirse a los medios digitales para poder ser parte de la cotidianidad de los jóvenes.
- Se manifestó que los dispositivos más utilizados por los jóvenes universitarios son los celulares inteligentes, donde cuentan con el acceso a obtener todas las aplicaciones que la tecnología les ofrece.
- Gracias a los resultados obtenidos a través de este estudio se pudo determinar que dentro de la mayoría del grupo de los jóvenes universitarios, Twitter es la principal red social para utilizar como medio de información y comunicación.
- Se pudo identificar que los temas que más le interesan leer a los universitarios en Twitter son las noticias sobre deportes, mostrando que mucho del tiempo que

invierten en este medio, lo utilizan para ver temas que pueden enriquecer su cultura general sobre dicho tema.

- Es interesante observar que los lugares donde los jóvenes se conectan al mundo virtual es desde su casa y la universidad. Dejando como evidencia que los universitarios utilizan estos medios como herramienta para complementar su vida cotidiana.
- Se presentó que según la opinión de los expertos, no existe ninguna red social que cuente con las mismas funciones o características que posee Twitter. Es por eso que se deja ver que esta aplicación no cuenta aún con sustituto alguno.
- De acuerdo a los resultados de esta investigación se pudo concluir que en la actualidad Twitter sí funciona como una herramienta de información y comunicación, ya que los jóvenes indican que ellos pueden ser protagonistas de sus propias noticias y de igual forma pueden interactuar con la fuente que publicó dicha información.

VII. Recomendaciones

- Se recomienda a los jóvenes universitarios conocer cada una de las ventajas y desventajas de las redes sociales para poder sacarle el mejor provecho y uso para poder utilizarlas como una herramienta positiva.
- Se recomienda a los jóvenes a aprender a distinguir la información que reciben en el mundo digital, ya que como es tan accesible, cualquier persona puede escribir lo que desee sin importar si es verdad o no.
- Se recomienda a los medios de comunicación masiva mantenerse abiertos a los cambios, ya que la tecnología seguirá evolucionando y para poder mantenerse vigentes tienen que estar al día con este tema.
- Se recomienda a las empresas y medios de comunicación que cuiden lo que publican porque ahora todo el que esté conectado al mundo virtual puede leer lo que publican y si algo no les parece pueden hacerlo ver e investigar sobre el mismo tema y realizar un comentario que pueda afectar al medio o empresa.
- Se recomienda a los futuros comunicadores que sean responsables con sus publicaciones en las plataformas digitales, ya que el alcance que tiene este medio es muy alta y puede llegar de forma positiva o negativa en el receptor.
- Se recomienda a los profesionales de la comunicación y temas digitales que se mantengan en constante aprendizaje ya que las plataformas siguen cambiando día a día, por lo tanto, para poder llamarse expertos en el tema tienen que seguir construyendo su conocimiento.

VIII. Referencias Bibliográficas

- Ackerman, S. Morel, P. (2012) Introducción a la comunicación. Buenos Aires, Argentina. Del Aula Taller
- Aguado, J. (2004) Introducción a las teorías de la comunicación y la información. Universidad de Murcia. Murcia, España
- Álvarez, L. (2015) En Guatemala hay más celulares que habitantes Disponible en: <http://gtmtecono.com/2015/07/07/en-guatemala-hay-mas-celulares-que-habitantes/>
- Bao, R. Flores, J. y Gonzáles, F. (2009). Las organizaciones virtuales y la evolución de la web. Universidad San Martín Porres. Lima Perú: Fondo Editorial
- Barrera, J. (2016) Centroamérica y R. Dominicana ya tienen 22 millones de usuarios conectados a Facebook Disponible en: <http://www.estrategiaynegocios.net/lasclavesdeldia/990172330/centroam%C3%A9rica-y-r-dominicana-ya-tienen-22-millones-de-usuarios-conectados-a>
- Bartolomé, A. (2008). Posibilidades de la web 2.0. Educación superior. España: Editorial McArtnee
- Black, K. (2009). Business statistics: contemporary decision making. New York: Wiley.
- Campo, M. (2013) Opiniones y Actitudes. Yucatan, Mexico. Educando
- Carr, N. (2005). Las tecnologías de la información. Barcelona: Ediciones Urano.
- Carson, B. (2016) Snapchat users now spend 25 to 30 minutes every day on the app, and it's trying to attract the TV money because of it Disponible en:

<http://www.businessinsider.com/how-much-time-people-spend-on-snapchat-2016-3?op=1>

- Christakis, N. y Fowler, J. (2010). Conectados. México: Santillana.
- Cueto, J. Morán, J. y Rodríguez, J. (2009). Las redes sociales. Perú. Voces Editores
- Dans, E. (2005). Redes sociales y adicciones consultado el día 12 de febrero del 2012 de: www.enriquedans.com/2009/08/sobre-redes-sociales-y-adicciones.html.
- Deitel, P. Dietel, H. (2008). Ajax Rich Internet aplicación y desarrollo web. Madrid España.
- Echeborua, E. (2008). Adicción a las nuevas tecnologías en los adolescentes y jóvenes. España: Ediciones Pirámide
- Echeborua, E. (2008). Redes sociales, la nueva adicción a internet, consultado el día 12 de febrero del 2012
- Enciclopedia de Características. (2017). 10 Características del Funcionalismo. Recuperado de: <http://www.caracteristicas.co/funcionalismo/>
- Fernández, B. (2010) Las redes sociales, lo que hacen sus hijos en Internet. España: Club Universitario
- Fresno, M. Marque, P. Paunero, D. (2014) Conectados por redes sociales: introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos. Barcelona, España: Editorial UOC

- García, N. (2014) La increíble historia de Instagram Disponible en: <http://nuriagarciaastro.es/increible-historia-instagram/>
- Gonzáles, V. Merino, L. Cano, M. (2009). Las e-adicciones. Barcelona, España: Edita Nexus Medica Editores S.L.
- Guraieb, A. (2011). La adicción a las redes sociales. Argentina: Diario Uno.
- Gutiérrez, A. (2013) iTF Interactiva. España. RSS Feed.
- Gutierrez-Rubí, A. (2016) 6 rasgos clave de los millennials, los nuevos consumidores. México. Forbes.
- Illueca, L. (1971): La entrevista: Madrid. Magisterio Español.
- Jaraba, G. (2015): Twitter para periodistas: cómo usar con profesionalidad el microblogging para sacar partido de la red. Barcelona. Editorial UOC
- Keats, Daphne. (2009) Entrevista: guía práctica para estudiantes y profesionales. México: McGraw-Hill Interamericana
- Kont J. (2011) Estudio y Estadísticas de Twitter en Guatemala, Centroamérica y Latinoamérica Disponible: <https://es.slideshare.net/josekont/estudio-de-twitter-en-guatemala-centroamerica-y-latinoamerica>
- Kont, J. (2016) Estudio de Redes Sociales en Centroamérica y El Caribe 2016 Disponible en: <http://ilifebelt.com/6to-estudio-anual-ilifebelt-redes-sociales-centroamerica-caribe-2016/2016/08/>
- Merodio, J. (2010). Como empezar a promocionar tú negocio en redes sociales. (1era edición). México: Santillana

- Meunier, F. (2013, enero) El uso de la red social Twitter como herramienta para la difusión de información pública. Razón y Palabra. Disponible en:
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N81/V81/27_Meunier_V81.pdf
- Morduchowicz, R. Moran, A. Sylvestre, V. y Ballestrini, F. (2010). Los adolescentes y las redes Sociales, guía Ministerio de Educación de la nación. Argentina
- Muñoz, G. (2011) Jóvenes, Culturas y poderes. Bogotá, Colombia. Editor Académico.
- Olivas, O (2015) ¿Quién invento los Hashtags? Disponible es:
<https://www.merca20.com/quien-invento-los-hashtags/>
- Pedranti, G. (2011) Introducción a la comunicación. Buenos Aires, Argentina. Zufriategui 1153
- Polo, J. (2012). Twitter... Para quien no usa Twitter (1era edición). España: ESC Editorial
- Rubira, F. (2013) ¿Qué es Instagram y para qué sirve? Disponible en:
http://www.elconfidencialdigital.com/opinion/tribuna_libre/Instagram-sirve_0_2076992284.html
- Tello, M. (2011) Teoría Funcionalista de la comunicación Disponible en:
<https://es.slideshare.net/veranada/teora-funcionalista-de-la-comunicacin>

Anexos

Encuesta dirigida a jóvenes universitarios

Instrucciones: Lea cuidadosamente y conteste con honestidad, circulando la respuesta que usted considere más conveniente.

Edad: _____

Género _____

1. ¿Posee cuenta en Twitter?

- A. Si
- B. No

En caso negativo, dé por culminada esta encuesta.

2. ¿Por qué posee una cuenta en esta red social?

- A. Por moda
- B. Para mantenerse informado
- C. Para expresarse
- D. Para obtener reconocimiento y popularidad
- E. Por trabajo
- F. Otro: _____

3. ¿Cada cuánto ingresa a su cuenta de Twitter?

- A. Varias veces al día
- B. Una vez al día
- C. Algunas veces por semana
- D. Una vez a la semana
- E. Una vez al mes
- F. Nunca

4. ¿Dónde suele ingresar a su cuenta de Twitter? (marque las que considere)

- A. Desde casa
- B. En el trabajo
- C. En la universidad
- D. En lugares públicos
- E. Otro: _____

5. ¿Desde qué dispositivo suele iniciar sesión? (marque las que apliquen en orden prioritario)

- A. Celular ()
- B. Tableta ()
- C. Laptop ()
- D. Computadora de escritorio ()
- E. Otro: _____

6. ¿Qué temas, en esta red social, son de su interés?

- A. Políticos
- B. Deportivos
- C. De farándula
- D. Humanitarios
- E. Científicos
- F. Otro: _____

7. ¿Qué tipo de mensajes son los que suele publicar?

- A. Personales
- B. Deportivos
- C. Científicos
- D. Humanitarios
- E. De farándula
- F. Políticos
- G. No publico en Twitter
- H. Otro: _____

8. ¿Cree usted que las redes sociales se han convertido en un medio de comunicación masiva?

- A. Si
 - B. No
- ¿Por qué?
- _____
- _____

9. ¿Cuál es el principal medio de comunicación que utiliza para mantenerse informado?

- A. Televisión
- B. Radio
- C. Prensa
- D. Redes sociales
- E. Otro: _____

10. Si contestó “Redes sociales” en la pregunta anterior, ¿Qué red social es la que utiliza para mantenerse informado?

- A. Twitter
- B. Facebook
- C. Youtube
- D. Instagram
- E. LinkedIn
- F. Otro: _____

Guía para Entrevistas a especialistas

Especialistas en Redes Sociales y comunicación

1. ¿Desde cuándo ha estado involucrado con la comunicación digital?
2. ¿Ha observado cambios en este campo desde que usted está involucrado en este medio?
3. ¿Cree usted que los medios masivos se han visto afectados con la presencia de la tecnología? ¿En qué sentido?
4. Desde el punto de vista de comunicación, ¿Cómo podría analizar Twitter sobre los jóvenes? ¿Cree que ha tenido impacto sobre ellos?
5. ¿Cree que si Twitter es eliminado del medio digital afectaría de alguna forma a los usuarios?
6. ¿Ha visto alguna diferencia en el comportamiento de los jóvenes a la hora de comunicarse con lo demás, desde la llegada de los medios digitales?
7. ¿Cree que los usuarios, en este caso jóvenes, han hecho un mal uso de Twitter?
8. ¿Cuál es para usted la función principal de Twitter? ¿Se lleva a cabo?
9. ¿Considera usted que las Redes Sociales se pueden definir como un medio masivo? ¿Por qué?
10. ¿Qué mensaje le podría dar a los jóvenes universitarios sobre el uso de las redes sociales?