

**UNIVERSIDAD ESTATAL A DISTANCIA
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Estudio exploratorio del uso y riesgos de las redes sociales por parte de los niños y niñas en edad escolar del Área Metropolitana: caso de la escuela Juan Rafael Mora Porras y de la escuela Saint Jude

Proyecto de graduación sometido a la consideración del Tribunal Examinador de la maestría en Administración de Medios de Comunicación con énfasis en Administración, para optar al grado de Magíster

Elaborado por las estudiantes:

Irene Bonilla Hernández

cédula: 1-1344-0603

Elsy Vargas Villalobos

cédula: 1-1026-0527

San José, Costa Rica

Agosto, 2012

Acta de aprobación



UNIVERSIDAD ESTATAL A DISTANCIA
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
Escuela de Ciencias de la Administración
Sistema de Estudios de Posgrado
Maestría en Administración de Medios de Comunicación



ACTA DE PRESENTACIÓN DE TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN ACTA Nº 3-2012

Sesión del Tribunal Examinador celebrada el día jueves 23 de agosto de 2012, con el objeto de recibir el informe oral de las estudiantes **Irene Bonilla Hernández**, cédula número **1-1344-603** y **Elsy Vargas Villalobos** cédula **1-1026-527** quienes se acogen al Reglamento del Sistema de Estudios de Posgrado, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, para optar al grado de Máster en Administración de Medios de Comunicación con énfasis en Tecnologías de la Información y Comunicación. Están presentes los siguientes miembros del Tribunal:

Coordinadora de Programa
(Quien preside)

Mag. Margoth Mena Young

Representante
Director
Sistemas de Estudios de Posgrado

Dra. Vilma Peña Vargas

Representante
Director
Escuela de Ciencias
de la Administración

Mag. Mauricio Largaespada Umaña

Directora de TFG

M.Sc. Patricia Rodríguez Peña

Lector de TFG

Mag. César Alonso Sancho Solís

Lector de TFG

Mag. Adrián Vargas Coto

ARTÍCULO 1

La Presidenta del Tribunal informa que el expediente de las postulantes contienen todos los documentos de rigor y además declara que cumplen con todos los requisitos del plan de estudios correspondiente, se solicita que procedan a realizar la exposición.

ARTÍCULO 2

Las postulantes hacen la exposición de su trabajo titulado:

“Estudio exploratorio del uso y riesgos de las redes sociales por parte de los niños y niñas en edad escolar del Área Metropolitana: caso de la escuela Juan Rafael Mora Porras y de la escuela Saint Jude”.

ARTÍCULO 3

Terminada la disertación, los miembros del Tribunal Examinador interrogaron a las postulantes, durante el tiempo reglamentario y una vez concluido el interrogatorio, el Tribunal se retiró a deliberar.

ARTÍCULO 4

El Tribunal le confiere al trabajo la calificación de:

Aprobado Desaprobado Aprobado con distinción

Recomienda además: incluir las observaciones dadas por el Tribunal

ARTÍCULO 5

La Presidenta del Tribunal comunica a las postulantes el resultado de la deliberación. Las declara acreedores del grado de Máster en Administración de Medios de Comunicación con énfasis en Tecnologías de la Información y Comunicación. Se indica realizar los trámites para presentarse al acto público de juramentación, al que serán oportunamente convocadas. Se da lectura al acta que firman los miembros del Tribunal y las postulantes a las 19:15 horas.

Postulantes:

Irene Bonilla Hernández Irene Bonilla Cédula: 1-1344-0603

Elsy Vargas Villalobos Elsy Vargas Cédula: 1-10260027



ADÉNDUM AL ACTA DE PRESENTACIÓN DE TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN, ACTA N°3-2012

En el caso del nombre del énfasis realizado por las estudiantes Bonilla Hernández y Vargas Villalobos, léase correctamente Maestría en Administración de Medios de Comunicación con énfasis en **Administración de Empresas de Comunicación.**

.....: Es todo

Mag. Margot Mena Young, coordinadora del programa

Cédula: 1870804

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a nuestros padres quienes con su gran apoyo, ayuda y comprensión nos han impulsado siempre a esforzarnos día a día, para alcanzar nuestras metas. Gracias por haber creído en nosotras; pues esto nos permitió terminar esta etapa tan importante en nuestra vida profesional y personal.

Con cariño.

Agradecimientos

Son muchas personas a las que queremos agradecer por este nuevo logro en nuestra vida. A Dios por la sabiduría y fortaleza para seguir siempre adelante, a nuestros padres, parejas y familiares por el amor incondicional y dedicación, a nuestros amigos por su amistad y apoyo y a nuestros profesores por todo lo aprendido. En fin, ¡gracias a todas aquellas personas que estuvieron, las que están y continúan a nuestro lado!

Contenido

ACTA DE APROBACIÓN	II
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTOS	VI
CONTENIDO.....	VII
ÍNDICE DE CUADROS	XIII
Cuadros de la Investigación.....	xiii
Cuadros de la propuesta Facebukeate	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS Y GRÁFICOS	XV
Figura del marco teórico.....	xv
Gráficos de la investigación.....	xv
GLOSARIO	XVI
RESUMEN	XXII
CAPÍTULO 1	1
PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Planteamiento de la investigación	2
1.2. Planteamiento del problema	4
1.3. Justificación de la investigación	5

1.4. Estado actual del problema.....	8
1.4.1.Ubicación del tema en el contexto	14
1.4.2.Cronología de las redes sociales	17
1.5. Objetivo general y específicos	18
1.5.1.Objetivo general	18
1.5.2.Objetivos específicos	19
1.6. Delimitación del problema.....	19
1.6.1. Alcances y limitaciones	19
 CAPÍTULO 2.....	 21
 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	 21
2.1. Niñez y socialización.....	22
2.1.1. Procesos de socialización infantil.....	23
2.1.2. Principales agentes de socialización infantil.....	25
2.1.3. <i>Homo zappiens</i> o nativos digitales	27
2.2. Teorías de la Comunicación.....	28
2.2.1. Modelo basado en la comunicación en red	29
2.2.2. Teoría de los usos y gratificaciones	33
2.2.3. Relación de la teoría de los usos y gratificaciones con las redes sociales virtuales	34
2.3. Internet	36
2.3.1. Internet como medio de comunicación	36
2.3.2. La web 1.0.....	37
2.3.3. La web 2.0.....	37
2.3.4. La evolución de Internet	38
2.4. Las redes sociales, la nueva forma de comunicarse	40
2.4.1. Las redes sociales virtuales	40

2.4.2. Usos de las redes sociales	41
2.4.3. Tipos de redes sociales	43
2.4.4. Redes sociales más populares en Costa Rica	45
2.5. La teoría de las redes sociales	47
2.5.1. Impacto e influencia de las redes sociales en la sociedad	49
2.5.2. Principales características de las redes sociales	49
2.5.3. Funcionamiento de las redes sociales	53
2.6. Principales usos de las redes sociales en la infancia.....	54
2.6.1. Riesgos del uso de las redes sociales en la infancia	54
2.7. Teoría de género	57
2.8. Definiciones conceptuales	58
2.8.1. Comunicación	58
2.8.2. Marketing.....	59
2.8.3. Estudio de mercado	59
2.8.4. Gustos y preferencias	60
2.8.5. Redes sociales virtuales	60
2.8.6. Niñez	61
2.8.7. Socialización	61
CAPÍTULO 3.....	62
MARCO METODOLÓGICO	62
3.1. Definición del enfoque y método de investigación utilizado	63
3.2. Tipo de investigación.....	64
3.3. Fuentes de información	65
3.4. Sujetos de información.....	65

3.5. Métodos de recolección de datos	66
3.6. Instrumentos de recolección de datos	67
3.7. Población de estudio	68
3.8. Cálculo del tamaño de la muestra.....	69
3.9. Validación	69
3.10. Definición de términos y operacionalización de variables.....	70
3.10.1. Redes sociales	70
3.10.2. Riesgos de las redes sociales	71
3.10.3. Percepción de las redes sociales	71
CAPÍTULO 4.....	73
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	73
4.1. Análisis de los resultados aplicados a las familias.....	74
4.1.1. Perfil de familias por escuela.....	74
a) Familias de la escuela Juan Rafael Mora Porras	74
b) Familias de la escuela Saint Jude School	75
4.2. Análisis de resultados aplicados a la población infantil de estudio	76
4.2.1. Perfil de las y los estudiantes	76
4.2.2. Sobre el uso de Internet	78
4.2.3. Conocimiento de las redes sociales	82
4.2.4. Sobre Facebook.....	86
4.2.5. Tiempo de uso de Facebook	90
4.3. Resultados obtenidos con las madres y padres de la población escolar del estudio	91
4.3.1. Perfil de las madres y padres de la población escolar del estudio	92

4.3.2. Sobre el acceso a Internet.....	93
4.3.3. Experiencia de los padres en las redes sociales	95
4.3.4. Sus hijas e hijos en las redes sociales	96
4.3.5. Sobre las redes sociales.....	97
4.4. Resultados obtenidos con docentes consultados	99
4.5. Entrevista realizada al periodista José Rodolfo Ibarra	103
CAPÍTULO 5.....	106
PROPUESTA.....	106
5.1.Dirección estratégica	108
5.1.1. Antecedentes	108
5.1.2. Análisis situacional.....	109
5.1.3. Análisis del macroentorno	109
5.2. Estrategia.....	112
5.2.1. Objetivos	113
5.2.2. Tipo de organización.....	113
5.2.3. Sistema de control	114
5.2.4. Tipo de trabajo	114
5.3. Información y toma de decisiones	115
5.4. Requerimientos de personal	115
5.5. Etapas de la propuesta	116
5.6. Marketing y audiencias.....	116
5.7. Contenido de la propuesta	117
5.8. Estrategia de Comunicación	119

5.9. Inversión inicial y Presupuesto	120
CAPÍTULO 6.....	122
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	122
6.1. Conclusiones	123
6.2. Recomendaciones	127
6.3. Recomendaciones para el programa de maestría en Administración de Medios de Comunicación	131
REFERENCIAS	134
ANEXOS	142
Anexo 1. Guía observación.....	143
Anexo 2. Cuestionario para estudiantes	144
Anexo 3. Cuestionario para madres y padres de familia.....	147
Anexo 4. Cuestionario para docentes	149
Anexo 5. Guía de entrevista a experto en redes sociales	152
Anexo 6. Tablas de resultados por escuela	153
Anexo 7. Lugares de residencia de los estudiantes	173
Anexo 8. Tablas de resultados madres y padres de familia.....	174
Anexo 9. Entrevista a José Rodolfo Ibarra.....	192
Anexo 10. Materiales Gráficos de la Propuesta Facebukeate	195

Índice de cuadros

Cuadros de la Investigación

Cuadro 1. Relación entre el género de los estudiantes y el grado que cursan.....	76
Cuadro 2. Uso de Internet por parte de los estudiantes según la escuela en la que estudian.....	78
Cuadro 3. Relación entre el acceso a Internet desde el hogar y la escuela de procedencia.....	79
Cuadro 4. Actividades para las cuales los estudiantes utilizan Internet.....	80
Cuadro 5. Conocimiento de los estudiantes por escuela acerca de las redes sociales.....	81
Cuadro 6. Relación de los estudiantes con Facebook.....	86
Cuadro 7. Relación entre el género de los estudiantes y la supervisión paterna.....	89
Cuadro 8. Distribución del uso de Internet con respecto al acceso desde el hogar.....	92
Cuadro 9. Distribución de entrevistados según uso de Internet por permiso a los hijos de usar Internet.....	93
Cuadro 10. Distribución de entrevistados según conocimiento de las redes sociales por escuela de procedencia de los niños.....	94
Cuadro 11. Relación de entrevistados según permiso a hijos de tener un perfil en una red por conocimiento de dicha red.....	95
Cuadro 12. Distribución de entrevistados según supervisión a hijos; mientras utilizan las redes sociales por conocimiento de las redes sociales.....	96
Cuadro 13. Distribución de entrevistados según conocimiento de políticas de privacidad por conocimiento del manejo de esas políticas.....	97

Cuadros de la propuesta Facebukeate

Cuadro 1. Factor de decisión de “Las 4 P”	116
Cuadro 2. Temas a desarrollar según herramienta.....	117
Cuadro 3. Gastos diseño de la guía, Facebook, el sitio Web y del taller.....	119
Cuadro 4. Costos administrativos anuales.....	120

Índice de figuras y gráficos

Figura del marco teórico

Figura 1. The Conversation Prism Version 3.0.....	44
--	----

Gráficos de la investigación

Gráfico 1. Porcentaje de uso de Internet por parte de los estudiantes.....	77
Gráfico 2. Porcentaje de uso de Internet por escuela de procedencia.....	78
Gráfico 3. Porcentaje de estudiantes que saben qué es una red social.....	81
Gráfico 4. Porcentaje de estudiantes por escuela que son parte de una red social	82
Gráfico 5. Porcentaje de estudiantes por escuela a los que les asustan las redes sociales.....	83
Gráfico 6. Razones por las que los estudiantes no son parte de una red social...84	
Gráfico 7. Porcentaje de estudiantes por escuela que tienen un perfil en Facebook.....	87
Gráfico 8. Porcentaje según escuela a la que asisten los hijos de los padres de familia.....	91
Gráfico 9. Porcentaje del sexo de los entrevistados.....	92

Glosario

APP

Es un término que se deriva de la palabra en inglés *application* o en español aplicación, que significa software de aplicaciones para dispositivos móviles. Se adquieren a través de las tiendas virtuales de cada sistema operativo y están disponibles para ser compradas o adquiridas de forma gratuita.

Autenticación

Es el acto de confirmar que un perfil o cuenta en Internet sea auténtica, este acto consiste en verificar la identidad de una persona.

Avatar

Es una representación gráfica de una persona mediante un dibujo, fotografía o figura, que se asocia a un usuario para su identificación, en un perfil o cuenta de Internet.

Blog

Es un sitio Web donde se recopila información en forma de artículos, generalmente monográficos, procedentes de uno o varios autores. Dicha información tiene la característica de que se actualiza con cierta periodicidad y se organiza de manera cronológica: de lo más reciente a lo más antiguo. Cualquier artículo de un blog puede ser objeto de discusión, por tener una sección de comentarios donde los lectores pueden publicar sus opiniones al respecto y el autor da su réplica, y se establece de esta manera un diálogo diferido.

Blogger

Blogger o en español bloguero es una persona autora de un blog.

Clic

La acción de presionar algún botón del ratón de la computadora.

Community

Community o en español comunidad virtual hace referencia a grupos de personas, que se comunican principalmente a través de Internet. Se reúnen o interactúan en un espacio virtual; ya sea por un interés en común, por alguna red social, foro o blog.

Cyberbullying

Es el uso de información electrónica y medios de comunicación; tales como: correo electrónico, redes sociales, blogs, mensajería instantánea, mensajes de texto, teléfonos móviles, videojuegos y sitios Web difamatorios, para acosar a un individuo o grupo, mediante ataques personales u otros medios. El *cyberbullying* es voluntarioso e implica un daño recurrente y repetitivo de forma psicológica. Algunos sinónimos son ciberacoso, ciberabuso, cibermantonaje, cibermatoneo; abuso online, matonaje online, matoneo online; abuso virtual, matonaje virtual, matoneo virtual; ciberintimidación, intimidación cibernética y acoso en línea. Además, en inglés también se utilizan *e-bullying* y *online bullying*.

Depresión de Facebook

Estado que se da cuando las personas abusan el uso en las redes sociales, dando a conocer sus vidas y personalidad: se relacionan, emocionan, forman, informan, enamoran, vinculan, hacen amigos, crecen personal y socialmente; pero también puede ocurrir que: se pierdan amistades, se rompan vínculos, se descienda en el nivel social, se sufran críticas, acosos, agresiones, entre otros.

Digital natives

Generaciones que han crecido de la mano de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Digital immigrants

Generaciones anteriores integradas posteriormente a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Facebook

Es una red social orientada a la socialización. Los usuarios pueden intercambiar información de su situación sentimental, su situación académica, su lugar de trabajo, región geográfica; así como publicar: comentarios, fotografías, intereses, entre otros.

Fan page

Conocidas actualmente como páginas de Facebook, son las páginas de esa red social dedicadas a las empresas, las organizaciones y las marcas; con el fin de que puedan compartir sus historias y conectarse con otros usuarios afines. Se

puede personalizar las páginas mediante: la adición de aplicaciones, la publicación de estados, la celebración de eventos, entre otros. A los usuarios que les gusta una determinada página, reciben sus actualizaciones en sus muros de noticias.

Farmville

Es un videojuego en tiempo real, desarrollado por Zynga, disponible en la red social Facebook. El juego permite a los miembros de dicha red manejar una granja virtual donde pueden: plantar, criar y cosechar cultivos, además de cuidar de árboles y animales domésticos.

Feedback

Desde el punto de vista social, *feedback* o en español retroalimentación, es el proceso de compartir con otros: comentarios, opiniones, observaciones, preocupaciones y sugerencias, con la intención de recabar información, en nivel individual o colectivo, para intentar una mejora o cambiar el mensaje.

Flaming

Enviar mensajes insultantes o provocadores por medio de Internet.

Foro

Es una aplicación web, con el objetivo de favorecer discusiones u opiniones en línea, permitiendo al usuario poder expresar su idea o comentario, con respecto de un tema en específico.

Friendster

Es una red social para jugar gratis en línea y conocer jugando nuevos amigos.

Grooming

Conocido también como *child grooming* o *internet grooming*, consiste en acciones deliberadas por parte de un adulto, para establecer lazos de amistad con un niño o niña en Internet; con el objetivo de obtener satisfacción sexual mediante imágenes eróticas o pornográficas del menor. Incluso, se dan también estos lazos como preparación para un encuentro sexual.

Hackear

El término se utiliza en el ámbito de la Informática, cuando se da una acción de irrumpir o entrar de manera forzada en: un sistema de cómputo, una red, un perfil o una cuenta en Internet.

Hi5

Es una red social para conocer y socializar con gente nueva a través de: los juegos, los intereses compartidos, las sugerencias de amigos, los perfiles de navegación; entre otros.

Link

Es una dirección en Internet que crea una conexión con otro documento Web, por medio de la dirección URL. Los enlaces usualmente aparecen en el texto de un documento Web, en forma de texto subrayado y de distinto color.

LinkedIn

Es una red social orientada en los negocios; principalmente es para el uso de los profesionales y los empresarios.

Windows Live Space

También conocido anteriormente como MSN spaces de la compañía Microsoft, fue uno de los servicios que ofrecía como plataforma para blogs. En octubre de 2010 se cerró, permitiéndoles a los usuarios migrar sus contenidos a otra herramienta de blogs llamada Wordpress.

Marketing viral

Tipo de marketing cuyo objetivo es explotar las redes sociales y otros medios electrónicos, para producir incrementos exponenciales para el posicionamiento de marcas mediante procesos de autorreplicación viral. Se suele basar en el boca a boca mediante medios electrónicos; usa el efecto de “red social” creado por Internet y los modernos servicios de telefonía móvil, para llegar a una gran cantidad de personas rápidamente.

Meme

En el contexto de las redes sociales un meme es una imagen que se utiliza, para describir un concepto que se propaga a través de Internet.

Microblogging

Es un servicio que permite a sus usuarios enviar y publicar los mensajes breves; generalmente, solo de texto.

MySpace

Es una red de interacción social, constituida por perfiles personales de usuarios, que incluye: redes de amigos, grupos, blogs, fotos, vídeos y música; además de una red interna de mensajería y un buscador interno. MySpace se ha caracterizado por ofrecer perfiles especiales para músicos.

Network

Es un término de Facebook utilizado para un grupo social más amplio, que conforma una red cuando abarca; por ejemplo: una ciudad, una gran empresa o una universidad.

Newsletter

Anuncio que se envía por medio de correo electrónico y que va insertado dentro de él.

Online

Online o en español en línea hace referencia a un estado de conectividad en Internet.

Redes sociales

Son estructuras virtuales compuestas por: grupos de personas, los cuales están conectados por uno o varios tipos de relaciones; tales como: amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos.

Sexting

También conocido como sexteo, es un término que se usa para referirse al envío de contenidos eróticos o pornográficos, por medio de teléfonos móviles; resulta muy común entre jóvenes, y cada vez más entre adolescentes.

Skype

Es un programa que permite comunicaciones de texto, voz y vídeo sobre Internet (VoIP). Los usuarios que tienen una cuenta, se pueden comunicar con otros usuarios de Skype de forma gratuita y así poder hablar entre ellos a través de vídeos, llamadas de voz y mensajes instantáneos; además de compartir archivos o bien realizar llamadas a números de teléfonos fijos o móviles.

Spamming

Se refiere a la acción de enviar correos basura o mensajes basura no deseados o de algún remitente no conocido. Muchas veces son de tipo publicitario

o cadenas que generalmente se envían en grandes cantidades y pueden perjudicar al receptor de alguna manera.

Social Media

En español, medios de comunicación sociales son plataformas de comunicación online, donde el contenido es creado por los propios usuarios; mediante el uso de las tecnologías de la Web 2.0, que facilitan: la edición, la publicación y el intercambio de información. Los medios sociales han cambiado la comunicación entre personas, y entre marcas y personas. Los tipos de medios sociales más utilizados son las redes sociales, los blogs, los microblogs y los servicios de compartición multimedia.

Tribe.net

Es una comunidad en línea, con sede en varias ciudades de los EE.UU. y Canadá. Los usuarios crean una red de amigos; con el fin de crear tribus de intereses comunes.

Twitter

Es una red social basada en el microblogging. La red permite mandar mensajes de texto con un máximo de 140 caracteres e incluso imágenes publicadas como links, llamados *tweets*. Los usuarios pueden suscribirse a los *tweets* de otros usuarios y también compartir información precisa.

Wiki

Es un sitio Web cuyas páginas pueden ser editadas por múltiples personas, a través del navegador Web. Los usuarios pueden: crear, modificar o borrar un mismo texto que comparten. Los textos o páginas wiki tienen títulos únicos.

YouTube

Es una red social en la cual los usuarios pueden subir y compartir vídeos. Es muy popular gracias a la posibilidad de subir vídeos personales de manera sencilla y encontrar vídeos de: películas, programas de televisión, vídeos musicales; entre otros.

Resumen

La tecnología ha permeado la vida de las personas. Herramientas como Internet ahora son parte de la cotidianidad de varias sociedades y las generaciones actuales no se imaginan sin ella.

Las redes sociales por su parte, están constituidas por los grupos de personas que afectan la vivencia del individuo. El concepto de redes sociales virtuales agrega además la posibilidad de intercambio de pensamientos, información, materiales audiovisuales como fotografías, videos y audios.

Dichas plataformas de Internet se han desarrollado considerablemente en pocos años, afectando positiva y negativamente la interrelación y los procesos de socialización habituales.

Sus aplicaciones llamativas captan la atención de grandes y chicos y permiten la interacción sin importar los lazos de amistad real, la distancia geográfica o el tiempo.

Los nativos digitales u “homo zappiens” son quienes más acostumbrados están a dichas tecnologías, usándolas para obtener la gratificación de la comunicación, el intercambio y la experimentación. Además, estas relaciones virtuales se relacionan con la teoría de los Seis grados de separación, pues el contacto entre conocidos es más sencillo y la probabilidad de establecer relaciones de amistad con amigos de los amigos es más posible que en la realidad.

Facebook es la red social más usada en el mundo y Costa Rica no es la excepción. Niños, adolescentes y adultos la utilizan a diario, para socializar, entretenerse, crear relaciones profesionales, y trabajar.

La población infantil podría estar en riesgo, pues Facebook pide un mínimo de edad para poder crear un perfil en ella, no obstante, muchas niñas y niños mienten con el fin de pertenecer a la red más famosa.

Esto los expone a peligros como el *sexting*, *cyberbulling*, *flamming*, *spamming*, acoso, fraude entre otros. Por ello, surge la idea de generar una propuesta integral que ayude tanto a los pequeños, como a las madres y padres de familia y a sus docentes a conocer más acerca de Facebook. En especial, en lo referente a seguridad, privacidad y procurar el buen uso de la herramienta.

Abstract

Technology has affected people's lives. Tools like the Internet are now part of everyday life in many societies and already the three past generations cannot imagine living without it.

Social networks have come to increase the dependency on the Internet by relying on groups of people that affect the experiences of a individual. The concept of virtual social networks also adds the possibility of exchanging thoughts, information, and audiovisual materials such as photographs, videos and audios.

These Internet platforms have evolved exponentially in just a few years, positively and negatively affecting the relationship and common social processes.

These applications capture the attention of adults and children and allow interaction regardless of the bonds of real friendship, geographical distance or time.

Digital natives or “homo zappiens”, as there are called, are more accustomed to these technologies, using them for the gratification of communication, exchange and experimentation.

In addition, these virtual relationships are related to the theory of six degrees of separation, because the contact between acquaintances becomes easier and the probability of establishing friendly relations with friends of friends is more likely to happen.

Facebook is the most used social network in the world and Costa Rica is no exception. Children, teenagers and adults use it every day to socialize, entertain, and create professional relationships. Because of this precisely the child population may be at risk.

Although Facebook asks for a minimum age to create a profile on it, many children lie in order to be part of the network. They may be exposed to dangers such as sexting, cyberbullying, flaming, spamming, harassment, fraud and others.

Therefore, the idea of creating a project to help children, parents and their teachers to learn about Facebook, online security, privacy and ensuring the proper use of the tool is a vital step to safeguard our children.

Capítulo 1
Planteamiento de la investigación

El presente capítulo desarrolla los principales aspectos de la investigación propuesta en este proyecto.

Se contemplan los objetivos, la justificación, el problema, los alcances y limitaciones y el estado de la cuestión. Adicionalmente se incluye una cronología de las redes sociales y la ubicación del tema en el contexto.

1.1.Planteamiento de la investigación

Internet se ha convertido en más que una herramienta. En los últimos años ha pasado a ocupar un lugar muy importante en la vida de las personas; tanto en el plano laboral, como en el personal.

Su crecimiento ha sido paulatino y ha permitido una interacción cada vez mayor con el usuario. La posibilidad de comunicarse y de facilitar procesos ha hecho que esta sea un segmento de la cotidianidad, de gran parte de la población mundial.

Para Federico Kukso (2011), los hábitos se reconfiguraron: “despertarse, encender la computadora, chequear el *mail*, mirar la página de un diario, Facebook y Twitter se convirtió en acto reflejo y naturalizado. Pensamos y hablamos en lenguaje web” (p.2).

Según los autores Jordi Sánchez-Navarro y Daniel Aranda (2011), las acciones que las personas realizan en la red, en especial las más jóvenes, repercuten de manera significativa en su dinámica cotidiana. Este segmento poblacionales denominado como la generación digital, por su conocimiento y acercamiento a las llamadas TIC, pero: “...también son el sector de población más vulnerable a los riesgos que encierran estas tecnologías” (p.33).

A estos grupos, Marc Prensky (2001) les denominó nativos digitales (*digital natives*) y los describía como las personas que han crecido de la mano de esta

tecnología, a diferencia de los inmigrantes digitales (*digital immigrants*), que son las generaciones anteriores, integradas posteriormente a las TIC. Esto representa un reto en los procesos educativos y de adaptación, en los que tienen relación ambos grupos.

En este sentido, Henry Jenkins (citado por Aranda y Sánchez-Navarro, 2011, p.33), plantea que estos usuarios requieren un contexto común, en cuanto a conocimiento: cultural, profesional o técnico; que se comparte de manera informal. De esta manera, las y los jóvenes logran adquirir lo que los autores denominan *capital-red social*, que se basa en la contribución propia y de los demás.

Aplicaciones como las redes sociales se han desarrollado considerablemente en muy poco tiempo, y se convierten en un fenómeno tecnológico y comunicacional, que genera que la información y la comunicación fluyan de manera vertiginosa en todas direcciones.

Estas han permeado en los gustos y preferencias de diferentes grupos etarios de la sociedad, y es la niñez una de esas poblaciones que ha visto en las redes sociales, una forma innovadora de compartir y de hacerse escuchar. También pueden ser alternativas de socialización y aprendizaje; sin embargo, gran número de personas, entre ellas niñas y niños, desconocen el uso correcto de estas.

Mucho se ha hablado de la intimidad en la red y de los posibles riesgos a los que se enfrentan las y los usuarios en general; pero sobre todo el sector infantil. Para algunos, las redes sociales son un peligro y tienen dificultad en aceptarlas. Esto a pesar del trabajo que han hecho las compañías que las desarrollan, con el fin de dar a conocer sus políticas de privacidad, por medio de la facilitación de herramientas; para evitar problemas con los usuarios malintencionados.

Un ejemplo de estos cambios recientes fue los que realizó la red social Facebook. Esta simplificó su información sobre privacidad, con un nuevo modelo más visual y con menos términos jurídicos, que facilitan el proceso de interacción.

Según una publicación de PortalTIC (2011), un portal español especializado de Europapress, los formularios han pasado de siete a tres páginas. Los cambios se basaron en las sugerencias y quejas de las personas usuarias. Se ha trabajado en la simplificación; pues la empresa es consciente de que la plataforma ha sido desarrollada por profesionales desde su perspectiva, sin considerar las necesidades de la gente que normalmente la utiliza (párr.3).

Por otra parte, Benito, García, Portilla y Romo (2007), consideran que niñas, niños y jóvenes "...satisfacen sus necesidades de entretenimiento, diversión, comunicación, información y, tal vez, también de formación", por medio del uso de las TIC (p.2).

Desde el punto de vista de estos autores, los usuarios enfocan su trabajo, su conocimiento y su aprendizaje; así como el ocio de diferentes formas. Por ejemplo, se comunican de manera permanente y generan contenidos. Además, la información multimedia favorece una asimilación más pronta que el texto, y permite incluso el acceso a más datos de manera simultánea. Son en definitiva, usuarios multitarea (Benito et al, 2007, p.2).

1.2. Planteamiento del problema

El problema que se ha planteado para la presente investigación, se deriva de lo mencionado anteriormente y se divide en dos preguntas:

- ¿Conocen los niños y las niñas en edad escolar, los posibles riesgos de las redes sociales?
- ¿Saben qué hacer las madres y padres de familia ante los posibles riesgos, en el uso de las redes sociales por parte de estos menores?

1.3. Justificación de la investigación

Para el sociólogo Marshall McLuhan (1965): “Los efectos de la tecnología no se producen en el nivel de las opiniones o de los conceptos, sino que modifican los índices sensoriales o pautas de percepción, regularmente y sin encontrar resistencia”.

Esta frase de McLuhan (1965) evidencia lo que se está viviendo actualmente, a pesar de haber sido planteada hace más de cuatro décadas. Para el periodista Federico Kukso (2011) “McLuhan fue capaz de advertir y catalogar los efectos psicológicos de los medios electrónicos” (párr.12); pues fue uno de los primeros intelectuales en ver más allá de las apariencias tecnológicas y de su momento histórico.

Hoy en día, las tecnologías de comunicación y de información se han vuelto parte de la vida de las personas. Las redes sociales constituyen uno de los ejemplos de las aplicaciones más populares en Internet. Estas se han convertido en una herramienta: muy útil, accesible y fácil de usar; que ha generado toda una revolución en la manera de comunicarse.

Su uso se incrementa día con día de forma vertiginosa, para fines personales y comerciales. Las barreras geográficas u horarias se han vuelto imperceptibles hoy más que nunca. La aldea global de la que hablaba McLuhan hace casi medio siglo es hoy una realidad, más fortalecida y más grande que con la televisión; de ahí la importancia de su aporte.

El impacto de las redes se ha extendido a todas las edades y a todos los ámbitos, incluyendo los grupos conformados: por niñas, niños y adolescentes.

Esto se debe a un cambio de hábitos en estos grupos etarios; así como de las familias en general, pues los miembros menores ya no se pelean por ver la televisión o no pasan horas en el teléfono, como era común en otras décadas.

Ahora gran parte de ellos tiene la capacidad, la posibilidad y la ventaja de comunicarse con sus amigos a través de Internet; sea por medio de *chats* o bien, a través de las redes sociales y del correo electrónico.

Para la persona adolescente o el niño, la red social es parte de su mundo, donde se siente comprendido, y se identifica con sus pares, lo que genera cierta sensación de protección. Las amistades pueden provenir de cualquier parte del mundo, lo que no deja de representar un riesgo potencial. Al inscribirse, el usuario inicia el contacto con amigos virtuales, aumentando lo que podría llamarse, su espectro de interacción.

Existe un gran número de redes dirigidas a la niñez, por ejemplo: Club Penguin, Boombang, Moshi Monsters, Poptropica, Neopets, My Lego Network, Boaki, Scuttlepad, Baobab Planet, Togetherville, Comunidad Clan, Kidswirl, What'sWhat.me, Everloop, GiantHello, Imbee, entre otras. Están segmentadas por contenido o edad. No obstante, las no enfocadas a las niñas y niños generan opiniones divididas, en cuanto a su uso por parte de ellos, y se convierten en un tema polémico.

Las redes pueden ser positivas y educativas por las características que poseen; pero según diferentes noticias publicadas, también se están utilizando para facilitar los actos de secuestro, fraude y demás actos de delincuencia; sobre todo en niñas, niños y adolescentes.

El mayor problema es que éstos mienten acerca de su edad, para poder crear un perfil y compartir con sus amigas y amigos en redes “de moda” como Facebook, que resultan muy atractivas por sus aplicaciones.

Algunos menores no comprenden el peligro que representa dar detalles de su vida privada y familiar; descuido que aprovechan los *hackers* y secuestradores para infiltrarse y hacer que les cuenten secretos de su vida privada o íntima, con los que luego son amenazados o asaltados.

Por ejemplo, en nuestro país se han escuchado noticias como la elaborada por el periodista David Delgado, quien narró en su nota como un joven de 19 años fue detenido a mediados de marzo del año 2011, en su casa de habitación por: “...supuestamente, haber violado a una mujer de la misma edad que conoció a través de Facebook, la red social más usada en el país” (La Nación, 2011, párr.1).

Según Neelie Kroes, Comisaria Europea de Agenda Digital, cada vez hay más niños en las redes sociales: “...pero muchos de ellos no toman las medidas necesarias para protegerse *online*. Estos pequeños se están exponiendo a que les hagan daño y son vulnerables a acosadores” (BBC Mundo, 2011, párr.6).

Por otra parte, Elisabeth Staksrud, una de las autoras del estudio *Los niños de la UE e Internet* y elaborado por la London School of Economics del Reino Unido, plantea que “...resulta más práctico identificar a los usuarios jóvenes en las redes y proporcionarles formas de protección fáciles de usar, que a aquellos que mienten con respecto a sus edades” (BBC Mundo, 2011, párr.9).

En ese mismo estudio se destaca que en la actualidad, empresas de tecnología informática alertan sobre diversos peligros que existen en las redes sociales; especialmente en Facebook. En ellas, su gran número de herramientas engancha a los usuarios; sobre todo menores, para robarles información personal de manera discreta. Para ilustrar, se menciona la que supuestamente le permite saber al usuario, ¿quién visitó su perfil?, pero antes de usarla es necesario “inscribirse” para dejar los datos personales.

Cabe destacar que, a pesar de la información disponible en Internet acerca de los riesgos y del buen uso de las redes sociales, muchos niños y adolescentes hacen caso omiso. Por ello, los padres y madres de familia tienen un papel fundamental en la educación de sus menores, en cuanto a la seguridad en Internet.

Además, existe gran cantidad de investigaciones, con respecto del uso de las redes sociales en nivel mundial; pero en el caso de Costa Rica, solo la Fundación Omar Dengo está realizando un estudio relacionado con el tema, que puede complementar la presente investigación; pues se enfocan en los niños. No obstante, sus resultados no han sido publicados aún.

Es por esto que la presente propuesta de graduación, representa un acercamiento en el tema que va más allá de citar, ¿cuáles son los gustos y preferencias de los niños? El estudio desea aportar recomendaciones a madres padres y que no saben qué hacer ante los posibles riesgos, en el uso de las redes sociales por parte de niñas y niños en edades escolares, menores de 14 años.

1.4. Estado actual del problema

En el país, por el momento no existe un estudio formal que se centre en el uso de las redes sociales, por parte de los escolares del Área Metropolitana. La mayoría de ellos se enfocan en el uso de las tecnologías, que realiza la población adolescente y adulta.

Una de las principales investigaciones, fue publicada por el doctor Rolando Pérez (2008), para la Fundación Paniamor y está titulada: Uso de Tecnologías de la Comunicación e Información en Jóvenes de 12 a 18 años del Gran Área Metropolitana. Este documento hace una caracterización del uso de “nuevos” y “viejos medios”, y se enfoca en las tecnologías más utilizadas por los jóvenes; tales como: televisión, música, Internet, videojuegos y el teléfono celular: medios que expresan marcadas diferencias de acceso.

En el estudio, se detalla la percepción que tiene dicho segmento poblacional acerca de las TIC, de la relación de estas con la juventud, el acceso a la tecnología (especialmente a las computadoras y a Internet), los usos de las TIC,

las conductas de riesgo y las conductas protectoras. No obstante, no se hace énfasis en las redes sociales como tales.

Con respecto de las conductas de riesgo mencionadas en esta investigación, es importante destacar que se enfocan en las fuentes provenientes del medio. Para ejemplificar, se puede destacar: la programación musical, los contenidos violentos, racistas o prejuiciosos y la pornografía.

Las conductas protectoras; por su parte, están dadas por dos factores:

...por un lado, las capacidades individuales para hacer un uso crítico y éticamente orientado de los medios, este factor depende de las competencias mediáticas de los jóvenes. Por otro lado, se encuentra el grupo de pares y la familia. En el caso de la familia, se supone que una relación basada en la comprensión y respeto, que le da espacios, le permite comunicarse y es dialogante, va a incidir en la forma cómo se accede al mundo digital. El acompañamiento en el uso de medios por parte del padre, la madre o los hermanos o el tipo de valores transmitidos, serían ejemplos de ello (Pérez et al, 2008, p.17).

Por otra parte, en el 2009, Jeannette Durán Alemán y Walter Esquivel Gutiérrez realizaron una investigación que se titula: Expresiones de violencia interpersonal y social en el ciberespacio desde la vivencia del adolescente: estado del arte de la investigación. Esta investigación es el resultado de un esfuerzo conjunto, entre el Instituto de Investigación para la Justicia (IIJ) con sede en Argentina, y la Fundación Paniamor.

Esta investigación parte del reconocimiento del derecho que tienen: los niños, las niñas y los y las adolescentes, a los beneficios que ofrece la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC), y al uso seguro y responsable de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).

En este contexto, las TIC son vistas como poderosas herramientas para el crecimiento personal y social de la población adolescente; pues las usan para el establecimiento de relaciones personales y afirman su identidad, sin la intrusión y censura de personas adultas.

Según estos autores, el ciberespacio resulta un depósito de expresiones de violencia interpersonal y social, vinculado con factores de riesgo presentes en el entorno físico y virtual. En este sentido, la población adolescente juega un rol importante como: receptora, productora y propagadora.

Las formas de violencia analizadas en esta investigación son interpersonales. Entre ellas están: pornografía infantil, solicitud sexual, *cyberbullying*, exposición a contenido no deseado, *spamming*, robo, fraude virtual, entre otros. Además, sobresale el *sexting*: práctica asociada a la pornografía infantil, sin mediación aparente de terceros que crece conforme se implementan mejoras tecnológicas; particularmente: la telefonía celular de tercera y cuarta generación y la Web 2.0 (Aleman y Gutiérrez, 2010, p.23).

Adicionalmente, se han identificado manifestaciones de violencia que derivan o se asocian a otras más complejas, y cuya expresión es exclusiva de Internet, debido a las condiciones que requieren para llevarse a cabo. Tal es el caso del *grooming* o preparación en línea, el *spamming* y el *flaming*.

Por otra parte, es preciso considerar que si bien existe una serie de condiciones en la Web, que potencian la manifestación de la violencia en sus distintas expresiones, el problema no radica en la herramienta propiamente; sino en el uso que las personas adultas y menores de edad hacen de ella.

Otro documento más reciente; también de la Fundación Paniamor, es el realizado por el investigador Marco Fournier. Su título es el siguiente: Conocimientos, actitudes y prácticas asociados al uso de Internet en adolescentes. Informe sobre estudio CAP en Colegios de la Región Metropolitana.

Fue publicado en el 2010. Para su realización, se eligió una muestra de 402 hombres y mujeres adolescentes ubicados en colegios públicos y privados de la Región Metropolitana.

El informe presenta los resultados de la evaluación de la Campaña virtual de investigación-acción para la promoción de una cultura de paz y prevención de la violencia con población adolescente usuaria de las TIC, implementada durante los años 2009 y 2010. Los resultados obtenidos demuestran, que el uso de Internet se enfoca más en actividades sociales como: *chatear*, enviar y recibir correos; mientras que es poco aprovechado como apoyo para el estudio.

Puso en evidencia algunas prácticas de riesgo; en especial en conductas que implican agresividad y violencia en las comunicaciones. Pero por otra parte, se identificaron algunas tendencias importantes hacia un uso responsable y adecuado de: la información personal, las tentativas de acoso y los intentos de relaciones sexuales virtuales.

Adicionalmente, es destacable que en un grupo de las personas entrevistadas se detectó "...una tendencia hacia un uso excesivo de la red en detrimento del sueño, la alimentación, las relaciones sociales, el estudio y el ejercicio" (Fournier, 2010, p.43). No obstante, en la mayoría de las personas entrevistadas, se manifestó una tendencia responsable en cuanto a la toma de posibles riesgos, en el uso de Internet.

Finalmente, se resaltó que los resultados en conocimientos, actitudes y prácticas tienden a ser mejores entre las mujeres y entre las personas con menor uso de la red.

En agosto del 2010, la empresa UNIMER realizó un estudio para evaluar el uso de las redes sociales en Costa Rica; lamentablemente existe muy poca información referente a niñas y niños usuarios de redes sociales en el país, tal como se mencionó anteriormente.

De los resultados obtenidos, el 18.9% indicó que pertenecen a alguna red social; esto significa que más de 500.000 (quinientas mil) personas en el país son usuarios de estos sitios Web. Las características de estos son variables; pero lo que sí es evidente es que la expansión de las redes sociales va más allá de: la edad, del género, de la educación e inclusive de la ideología política (UNIMER, 2010, p.1).

El detalle del estudio se resume de la siguiente forma. De los consultados de redes sociales, el 23,7% son hombres y el 14,1% son mujeres. Esto a pesar de que la población en general está conformada ligeramente, en mayor número por el género femenino.

La gente joven es más propensa a utilizar este sistema de comunicación; porque el 69.5% de los encuestados se ubica en un rango de edad de los 18 a 29 años. A mayor nivel de educación formal, más uso de las redes sociales: el 46,7% de los usuarios tiene formación universitaria (UNIMER, 2010, p.1).

En el área urbana se presenta un mayor uso de Internet; esto se da porque existe mayor concentración de población y mayor cobertura y acceso a las herramientas informáticas en esa zona.

Este estudio mostró además que la red social más popular corresponde a Facebook, con el 76% del total. El segundo lugar correspondió a Hi5 con 19%.

También se determinó la incidencia de la frecuencia de acceso a estas redes. Este dato permite corroborar el auge y amplio uso de estos sitios Web. El 38% de los usuarios se conecta a las redes sociales una o más veces al día, y el 92% utiliza este tipo de redes una o más veces a la semana.

Para resumir, los resultados del estudio indican que en Costa Rica; aproximadamente 500.000 (quinientas mil) personas mayores a 18 años pertenecen a alguna red social. Curiosamente, el 63% son hombres y el 37%

mujeres. Esto porque uno de cada cinco hombres tienen más de un perfil activo, en alguna red.

El perfil de usuario predominante en las redes, corresponde a hombres de 18 a 24 años de edad, de alto nivel socioeconómico que residen en zona urbana y son universitarios o profesionales.

Los usuarios acceden con más frecuencia a Facebook, lo que corresponde al 76% representado por 380.600 personas (trescientos ochenta mil, seiscientas) la eligen; le sigue Hi5 que corresponde al 19% que son 24.500 personas (veinticuatro mil quinientas) y por último se encuentra Twitter que corresponde al 2%, conformado por 12.000 personas (doce mil) que la escogen.

De todos los usuarios, 80.000 personas utilizan las aplicaciones y/u otros juegos *online* como formas de entretenimiento. Un claro ejemplo de ello es *FarmVille*. Además, una de cada tres personas le ha dado clic a la publicidad, en redes sociales (UNIMER, 2010, p.2).

Un dato muy interesante es que el 6% ingresa datos incorrectos en su perfil. Este es muchas veces el caso de los niños; porque las redes piden que las personas quienes posean un perfil sean mayores de edad; por lo que camuflan los datos.

Siete de cada diez personas se conectan una hora o más por día en las distintas redes. La actividad más frecuente es el *chateo*, 349.000 (trescientos cuarenta y nueve mil) usuarios *chatean* durante el día. El 13% ingresa en la mañana, el 35% ingresa en la tarde y un 45% ingresa en la noche. Cabe destacar que el 12% de las personas permanecen conectadas durante todo el día (UNIMER, 2010, p.3).

Como se pudo observar, el enfoque de los estudios realizados previamente en el país, se dirige al uso de tecnologías en general, en la población adolescente y adulta.

1.4.1. Ubicación del tema en el contexto

El concepto inicial de redes sociales data del siglo XIX, y se usaba para describir una especie de sociedad orgánica. Se han realizado estudios en salud pública, antropología, estudios organizacionales y posteriormente en temas de relaciones interpersonales.

En la actualidad, el término se ha popularizado en Internet, para hablar de redes de contactos con diferentes características.

Para la doctora Fátima Martínez (2010), la red social es la red de personas más cercanas al individuo, conformadas por: su familia, los amigos, los compañeros de estudio o de trabajo, que ejercen una influencia directa o indirecta en este.

Por otra parte, si se lleva el concepto al plano virtual, una red social digital permite además el adquirir: información, música, vídeos, y compartir numerosos elementos de carácter cultural, entre otros.

Según la Revista Eroski Consumer (2008), las redes sociales suponen una revolución de la comunicación entre adolescentes e infantes, que brindan más ventajas que inconvenientes. Esta publicación señala que, a pesar de que los madres y padres afirman conocer el significado de algunas de las palabras más utilizadas por sus hijas e hijos, como: MySpace, o Facebook, a la hora de preguntarles suelen responder simplemente que: "...es algo relacionado con Internet".

Esto es un reflejo del cambio de hábitos de los niños y adolescentes; así como de las familias en general. Las rutinas hogareñas y de interacción han variado considerablemente. Las personas menores ahora administran la comunicación con su grupo de pares, por medio de Internet y sus distintas aplicaciones como: correo electrónico, *chats* o redes sociales.

Dicha comunicación es distinta porque: "...para el adolescente, la red social es una prolongación de su mundo, del grupo donde se siente comprendido y con el que se identifica" (Eroski Consumer, 2008, párr.1); pues el primer objetivo del adolescente, cuando empieza a formar parte de uno de estos servicios, es crear su identidad en el mundo virtual. A partir de ahí, va a ampliar su espectro comunicativo por tener más amigos virtuales.

Por lo general, la influencia de las redes en sus usuarios puede resultar positiva. Los familiariza con tecnologías que van a ser sus principales herramientas laborales en unos años, de manera entretenida y recreativa, a diferencia de lo que ocurría con las generaciones anteriores a Internet.

Asimismo, las redes sociales representan una alternativa para los jóvenes que son tímidos. En este entorno pueden interactuar de forma más libre, encontrar personas con gustos similares, mantener cierta intimidad y comunicarse a su manera. Las redes ofrecen una segmentación increíble que, desde el punto de vista de la comunicación, no había sido posible obtener anteriormente.

Por otra parte, existen aspectos importantes por considerar: los límites de edad, los botones de aviso de contenidos molestos y las cláusulas de responsabilidad son algunos ejemplos. Esto también deben conocerlo las madres y padres de familia.

Otra de las grandes ventajas de las redes es ser un espacio de colaboración. Las niñas, niños y jóvenes comparten contenidos, conocimientos y otros en forma constante. Incluso, son importantes para sus tareas y proyectos educativos. Se

puede decir, que trabajan en equipo y estudian con esta modalidad. Por tanto, estas redes ayudan a los procesos de socialización en una manera distinta (Eroski Consumer, 2008, párr.6).

Esto se evidencia en el estudio realizado por la MacArthur Foundation y la Universidad de California, publicado en el año 2008. Este analizó a 800 jóvenes en Estados Unidos durante tres años. En dicha investigación se concluyó que el tiempo usado por las personas adolescentes en las redes sociales es muy valioso, para desarrollar habilidades sociales y técnicas (MacArthur Foundation, 2008, párr.1).

Para la doctora Mitzuko Ito, directora de la investigación, los espacios en línea representan oportunidades sin precedentes, para que las personas menores amplíen sus mundos sociales y participen en la vida pública.

Las y los pequeños aprenden a través de Internet de una manera auto-dirigida, mirando a su alrededor para obtener información de su interés; pueden conectarse con otras personas y esto les puede ayudar. Es un gran cambio de la forma como se les pide que aprendan en la mayoría de las escuelas, donde el profesor es el experto y existe un conjunto fijo de los contenidos por desarrollar (MacArthur Foundation, 2008, párr.16).

No obstante, cada red social está dirigida a un público específico y presenta características particulares. Facebook por ejemplo, cuando se compara con las redes sociales infantiles, representa un marco sobrio donde se puede conversar, intercambiar fotos, invitar a eventos; entre otros. En las redes sociales para niños se encuentran planetas de fantasía, habitados por monstruos o personajes imaginarios que pueden ser adoptados por los niños, para jugar y aprender (BBC Mundo, 2011, párr.3).

Además, existen dos tipos de interacción a través de dichos medios: uno para mantener el contacto con los amigos y por otro lado: el interés de acceder a

contenidos, información y comunidades que se enfocan, en un tema determinado (MacArthur Foundation, 2008, párr.15).

1.4.2. Cronología de las redes sociales

Según el sitio llamado Marketing Directo (2011, párr.1-7), la historia de las redes sociales inicia muchos años atrás.

En 1994, por ejemplo, se fundó GeoCities, una de las primeras redes de este tipo en Internet. Las y los usuarios creaban sus propias páginas Web y las podían alojar en determinados barrios; según su contenido (Hollywood, Wallstreet, entre otros).

Un año después, TheGlobe.com permitió a sus usuarios la posibilidad de personalizar sus propias experiencias en línea. De esta forma, podían publicar contenido propio e interactuar con otras personas, con las que compartían intereses similares.

En 1997, se lanzó AOL Instant Messenger, una de las revoluciones en comunicación de interactividad inmediata. Además, se inauguró la Web Sixdegrees.com, que permitió la creación de perfiles personales y el listado de amistades.

En el año 2002, Friendster fue dado a conocer. Se trató de un portal pionero en la conexión *online* de “amigos reales”. Alcanzó los tres millones de usuarios en solo tres meses.

Un año más tarde, se inauguró la Web MySpace, que en un inicio fue un “clon” de Friendster. Fue creada por una empresa de marketing *online* y su primera versión fue codificada en apenas 10 días.

Facebook fue lanzada en el 2004 en Harvard, y fue creada con el fin de conectar a estudiantes universitarios. En dicha institución, más de la mitad de sus 19.500 (diecinueve mil, quinientos) estudiantes se suscribieron en ella, durante su primer mes de funcionamiento.

En el año 2006 se inauguró Twitter, la red de *microblogging*.

Para el año 2008, Facebook adelantó a MySpace y se convirtió en la red social líder en cuanto a visitantes mensuales.

En el 2011, alcanzó 600.000.000 (seiscientos millones) de usuarios en todo el mundo, mientras que MySpace tuvo 260.000.000 (doscientos sesenta millones), Twitter 190.000.000 (ciento noventa millones) y Friendster apenas 90.000.000 (noventa millones).

Lo anterior refleja el crecimiento tan vertiginoso de dichas aplicaciones informáticas; en especial de Facebook, que se ha convertido sin duda alguna, en un fenómeno mundial (Marketing Directo, 2011, párr.1-7).

1.5. Objetivo general y específicos

1.5.1. Objetivo general

Analizar el uso y riesgos de las redes sociales en niñas y niños de segundo ciclo escolar del Área Metropolitana, para desarrollar una propuesta de capacitación que optimice su uso y apoye la reducción de los posibles riesgos que pueden presentar.

1.5.2. Objetivos específicos

1. Identificar las principales redes sociales utilizadas por las y los estudiantes de segundo ciclo de una escuela pública y una privada del Área Metropolitana.
2. Caracterizar las diferentes redes sociales utilizadas por las y los estudiantes de una escuela pública y una escuela privada del Área Metropolitana.
3. Determinar la percepción que tienen acerca de los riesgos en las redes sociales, las niñas y los niños en edad escolar.
4. Especificar la percepción que tienen las madres y los padres, del uso y los riesgos de los hijos en las redes sociales.
5. Diseñar herramientas de comunicación que permitan el uso óptimo y seguro de las redes sociales, por parte de las niñas y los niños en edad escolar.

1.6. Delimitación del problema

1.6.1. Alcances y limitaciones

Este trabajo de investigación fue realizado durante el tercer cuatrimestre del 2011 hasta julio del 2012. Brinda un aporte a las familias que no saben qué hacer, ante los posibles riesgos en el uso de las redes sociales, por parte de niñas y niños en edades escolares; principalmente, en Facebook.

Se enfatizó en dicho segmento en el Área Metropolitana, dada la penetración de Internet en esta zona del país; para así alertar, generar conciencia y promover el uso adecuado de las redes sociales.

Los usuarios investigados son niñas y niños en edades escolares que tienen un perfil en Facebook; pues a pesar de que esta red social tiene restricción de edad, no ha sido impedimento para que muchos de ellos abran una cuenta. Son estudiantes de: cuarto, quinto y sexto de la escuela pública Juan Rafael Mora Porras y del centro educativo privado Saint Jude.

El estudio tomó en cuenta además, a las madres y a los padres de familia de los menores y sus docentes.

El análisis no pretende eliminar el uso de las redes sociales; sino dar a conocer y mejorar su uso.

Capítulo 2

Marco teórico y conceptual

El siguiente capítulo contempla en primer lugar, el marco teórico que se ha considerado como fundamental para presentar las teorías referentes a la investigación.

A partir de este, se desarrolla en segundo lugar, el marco conceptual que permite un mejor abordaje del tema.

2.1. Niñez y socialización

Según David R. Shaffer y Katherine Kipp (2010), el desarrollo humano se puede dividir en etapas. Para efectos de la presente investigación, se va a dar énfasis en las primeras fases.

El periodo prenatal va desde la concepción hasta el momento del alumbramiento. Inicia cuando se nace hasta el primer año de vida. La etapa de los primeros pasos va de los 18 meses a los tres años de edad. La preescolar va de los tres a los cinco años. La niñez media comprende el periodo de los cinco a los 12 años (hasta aproximadamente el inicio de la pubertad). Para dichos autores, la sociedad occidental está orientada en el niño; porque las madres y los padres dedican gran parte del tiempo a ellos y no les permiten asumir muchas responsabilidades, hasta que la ley así lo establezca (Shaffer y Kipp, 2010, p.6).

No obstante, autores como Grace Craig (1996) consideran que dicha etapa inicia a los seis años. La niñez media es un proceso más lento de crecimiento, se adquieren nuevas habilidades, se mejoran las ya existentes; en especial las motoras, y empiezan las pruebas: tanto en lo físico como en lo mental. Se vuelven más independientes y pueden desarrollarse muy bien en los deportes de equipo.

Craig (1996) plantea que durante esta época: "...hay grandes variaciones en el desenvolvimiento personal, y que tales variaciones se incrementan en lo largo de

los años escolares” (p.333). Además, ocurren cambios físicos en el sistema esquelético, los tejidos adiposos y musculares, y en nivel cerebral.

Desde la teoría de Piaget, los años de los cinco a los siete marcan la transición al pensamiento operacional concreto, lo cual significa que: “...el pensamiento se vuelve más flexible, reversible y complejo” (Craig, 1996, p.339). Pueden tomar en cuenta diversos aspectos de una misma situación. Sin embargo, su pensamiento aún se encuentra limitado a situaciones reales en el aquí y el ahora.

2.1.1. Procesos de socialización infantil

La teoría sociocultural de Vygotsky, enfatiza la participación activa de las niñas y niños con su ambiente, y considera el crecimiento cognoscitivo como un proceso colaborativo.

Vygotsky afirmaba que las personas menores aprenden a través de la interacción social. Adquieren habilidades cognoscitivas, como parte de su inducción a una forma de vida. Este autor definió dos niveles del desarrollo cognoscitivo: “el primero es el nivel real de desarrollo del niño, determinado por la solución independiente de problemas. El segundo es su nivel de desarrollo potencial, determinado por el tipo de problemas que puede resolver, bajo la guía de los adultos o en colaboración con un compañero más capaz” (Vygotsky citado por Craig, 2001 p.152). Por lo antes citado, para él las personas adultas o los compañeros más capaces deben ayudar a dirigir y organizar el aprendizaje de un niño, antes de que este pueda dominarlo e interiorizarlo.

Adriana Fernández (2008) plantea que actualmente: “...la socialización infantil es concebida como un proceso complejo multidireccional, en el que intervienen simultáneamente diversos agentes sociales con los que los niños interactúan” (p.1). Las niñas y niños ya no son las mismas personas que hace un tiempo atrás;

porque el propio entorno ha cambiado en lo que se refiere a los modelos sociales y los patrones de consumo.

El proceso de socialización infantil tradicional, basado principalmente en la familia y la escuela, adquiere un nuevo concepto. Los niños comienzan a ser persuadidos por la publicidad, antes que desde la esfera pública de participación.

Esta familiarización con el mercado, reestructura el circuito de socialización construido en el pasado, donde la escuela y la familia colaboraban en la inserción del individuo en la sociedad. Por ello es que los nuevos aportes teóricos, acerca de los procesos de socialización infantil, plantean que la niña y el niño tiene la capacidad de elegir desde como “ser” hasta qué “hacer” o emanciparse y simultáneamente ejercer una transformación en las otras personas; llámese: un adulto, un agente socializador, u otro niño. A diferencia de la concepción tradicional, en esta socialización participan múltiples agentes.

Diane Papalia, Sally Wendkos y Ruth Duskin (2009), describen que:

...los infantes juegan junto o cerca unos de otros, pero no es sino hasta cerca de los tres años de edad que los niños comienzan a tener amigos. Por medio de la amistad y de las interacciones con compañeros eventuales de juego, los niños pequeños aprenden a llevarse bien con los demás. Además, aprenden cómo resolver los problemas en las relaciones, cómo colocarse en el sitio de otra persona y ven modelos de diversos tipos de comportamiento. Aprenden valores morales y normas del rol de género y practican los roles adultos (p.357).

Según Ladd, Kochenderfer y Coleman (citados por Papalia, D. et al, 2009): “...las amistades son más satisfactorias - y tienen más probabilidades de perdurar - cuando los niños las consideran relativamente armoniosas y como un medio de confirmar su autovalía” (p.357). La capacidad para confiar en los amigos y

obtener su ayuda cuando lo necesiten, es menos importante en edad preescolar, y se acrecienta cuando los niños son mayores.

“Las experiencias escolares iniciales de los niños con los compañeros son críticas, para crear el marco del éxito o el fracaso futuro en la escuela y en la vida adulta” (Feinstein y Bynner citados por Papalia, D. et al, 2009).

Las niñas y niños en edad escolar, pasan cada vez más su tiempo libre lejos de casa, que cuando eran más pequeños; porque les gusta visitar a su compañeros y socializar con ellos. También pasan más tiempo en la escuela y estudiando, por lo que cada vez invierten menos tiempo comiendo en familia, que hace 20 años (Juster et al, citado por Papalia, D. et al, 2009).

2.1.2. Principales agentes de socialización infantil

Según Antonio Rodríguez (2006), los agentes de socialización son los responsables de transmitir normas, valores y modelos de comportamiento. Asimismo, estos siguen una serie de reglas y de conductas en torno a las cuales se da un consenso social, pero que también pueden competir entre sí transmitiendo diferentes contenidos que reflejan la pluralidad de los valores y opiniones existentes en la sociedad, ya que es difícil imaginar la socialización como un proceso unitario e indiferenciado (p.92).

La familia es el agente de socialización más importante en la vida de cada persona, dado que representa un entrenamiento entre el individuo y la sociedad. Cada grupo familiar socializa a sus miembros de acuerdo con su modo de vida, influenciado por el contexto: económico, social y político al que pertenece.

Es desde la familia que las niñas y niños pueden conocer e interiorizar la cultura y desarrollar su personalidad. Las expectativas de las madres y de los padres tienen influencia sobre estos en dos vías: a) Obediencia, cuando siguen las

peticiones o presiones de las madres y de los padres, para obtener recompensas o evitar castigos y b) interiorización, que implica un cambio más duradero e independiente, en el valor instrumental inmediato de la actitud o la conducta personal en cuestión (Miller et al, 1995).

Diana Baumrind (citada por Miller et al, 1995), plantea tres estilos de interacción entre madres y padres e hijas e hijos, que pueden estar relacionados con el desarrollo de la conducta prosocial. El primero es el modelo de madres y padres dictadores, que establecen límites estrictos, y esperan una obediencia extrema y casi nunca o nunca explican sus acciones. Estos suelen recurrir a tácticas afirmadoras de su poder como: castigos, amenazas y privación de privilegios, para obtener obediencia.

La segunda pauta es la de las madres y los padres autoritarios, que esperan una conducta madura y establecen unas normas claras para estas conductas. También imponen: normas, reglas y sanciones cuando lo creen necesario. Sin embargo, estimulan la independencia y la individualidad de la niña y el niño y valoran la comunicación abierta con éste, considerándole individuo con derechos al igual que ellos.

Finalmente, las madres y los padres permisivos corresponden al tercer estilo. Según Baumrind (citada por Miller et al, 1995), se caracterizan por plantear pocas exigencias a sus hijas e hijos y por ejercer de manera esporádica un control firme sobre ellos. Estos también son relativamente cálidos y estimulan a expresar sus sentimientos e impulsos a sus hijas e hijos.

G. Villarroel (citado por Miller et al, 1995), por su parte, quien sigue a Broom y Selznick, expone dos tipos de patrones de socialización familiar:

- Socialización represiva (orientada a la obediencia) y
- Socialización participatoria.

La socialización represiva es más común en las clases bajas, caracterizándose por el énfasis en la obediencia de la niña y del niño, el respeto a la autoridad y a los controles externos. Se castiga cuando no cumple o cuando falla. Por el contrario, cuando responde a las expectativas adultas raramente es premiado, puesto que está cumpliendo con lo que se espera de él. En este tipo, la comunicación es unilateral y se realiza a través de mensajes verbales y no verbales, con código lingüístico restringido y la complementariedad de los roles tradicionales, que prácticamente resulta imposible cambiar.

Por otra parte, la socialización participatoria ocurre generalmente en las familias de clase media y alta y se caracteriza por enfatizar los premios más que los castigos, se refuerza la conducta apropiada en vez de castigar la conducta incorrecta. Los premios son simbólicos, no materiales, al igual que el castigo.

Este proceso permite a la niña o el niño el probar acciones por sí mismo, con reglas sociales construidas por el menor con la colaboración del adulto. El diálogo juega un rol importante. Este tipo de socialización posibilita el desarrollo integral del niño, y le otorga la oportunidad de elegir, proporcionándole las condiciones para desarrollar su creatividad, explicándole las situaciones y ayudándole a comprenderlas.

2.1.3. *Homo zappiens* o nativos digitales

Es claro que la forma de socializar de las nuevas generaciones ha cambiado considerablemente, gracias a la influencia de las tecnologías de la comunicación y de la información. Incluso, existen nuevas concepciones para describir dichos procesos de aprendizaje.

Uno de estos términos es *Homo zappiens* o nativos digitales. Eleonora Badilla (2009) indica que este concepto fue acuñado por los investigadores daneses Wim Veen y Ben Vrakking, para describir la generación de niños, niñas y jóvenes

nacida después de 1990. Estos grupos etarios no se imaginan el mundo sin Internet y sin el acceso a tecnologías digitales. También se les conoce como “Generación Z” y la particularidad del nombre se deriva del vocablo inglés *zap*.

Veem y Vrakking (citados por Badilla, 2009) describen a estos nativos digitales como: “...personas procesadoras rápidas de información; capaces de realizar varias tareas a la vez; de comunicarse de forma efectiva, para quienes lo más importante en su vida es el establecimiento de redes sociales y laborales, tanto físicas como digitales...” (párr.3). Dichas personas tienen distintos niveles de atención, son muy sociales y orientadas a la participación en comunidades.

Estos autores plantean que las personas *Homo zappiens* han desarrollado destrezas de búsqueda y selección, para valorar la información rápidamente y definir si les es acertado. Finalmente, para esta generación Internet y el mundo virtual son tan reales como su habitación o el aula donde reciben lecciones. No conocen el concepto de privacidad; tal como se ha comprendido hasta ahora.

Al acercarse al área de la Psicología, el nativo digital en su niñez ha construido sus conceptos de: espacio, tiempo, número, causalidad, identidad, memoria y mente; a partir de los objetos digitales que le rodean, pertenecientes a un entorno altamente tecnificado (Benito et al, 2007, p.2).

2.2. Teorías de la Comunicación

La presente investigación contempla las teorías del área de Comunicación que se relacionan de manera directa con el tema de estudio.

Para ello se han escogido las más recientes y las que desarrollan lo referente a gustos y preferencias de las redes sociales, pero desde la perspectiva de la gratificación de dicho uso.

2.2.1. Modelo basado en la comunicación en red

Para algunos teóricos, la sociedad ha superado el modelo de comunicación basado en las masas y ha adoptado un modelo basado en la comunicación en red.

Según Gustavo Cardoso (2009), este posee tres características principales:

- Procesos de globalización comunicacional.
- Conexiones en red de medios de masa e interpersonales; y
- Diferentes grados de uso de la interactividad.

El autor plantea que el actual sistema de medios posee una organización en red, que ocurre en varios niveles: la dimensión tecnológica, la organización económica y la apropiación social (párr.5). También la organización y el desarrollo del sistema de medios depende en gran medida, de la forma como los usuarios se apropian socialmente de estos y no solo de cómo las empresas de comunicación o el Estado organizan la comunicación (párr.3); tal como ocurre con las redes sociales.

Hesmondhalgh, (citado por Cardoso, 2009), afirma que la sociedad ha pasado de una comunicación masiva encabezada por organizaciones o empresas de distribución y generación de contenidos masivos, a una estructura con grandes conglomerados de medios y redes de personas que trabajan con distintas tecnologías, que combinan mecanismos interpersonales de mediación con mecanismos de mediación de masas.

Para Humberto Eco, (citado por Cardoso, 2009), el surgimiento de Internet permitió la migración de los medios masivos tradicionales analógicos a los digitales, construyendo puentes entre ambos tipos de medios. Posteriormente, Internet y, hasta cierto punto, los dispositivos móviles y la tecnología SMS,

permitieron la constitución de cada vez más interconexiones entre todos los medios (Karlsen; Jenkins y Livingstone, citados por Cardoso, 2009).

Esas conexiones ya han sido socialmente apropiadas por las personas y han moldeado las formas con las que los medios interactúan en la vida cotidiana. Las personas interpretan e incorporan permanentemente información en las decisiones tomadas, en un proceso reflexivo (Giddens, citado por Cardoso, 2009).

El nuevo modelo comunicacional dominante se construye en torno a: 1) la globalización de la comunicación; 2) la conexión en red de los medios de masa e interpersonales y, por consecuencia, de la mediación en red; y 3) a los diferentes grados de utilización de interactividad.

Las conexiones entre los medios y la sociedad han sido diversas, en lo largo de la historia. Algunos señalan que los masivos “crearon” la sociedad de masas. De acuerdo con McLuhan (citado por Cardoso, 2009), no se puede hablar de solo un modelo de sociedad correspondiente a todos esos medios; sino de dos modelos distintos. El primero de ellos fue el modelo de la prensa. Más tarde, este fue también del cine y radio y era basado en una clara división de papeles y un fuerte orden jerárquico. El segundo, que surgió con la televisión y fue reforzado con las nuevas formas de comunicación electrónica (informatización y automatización), tenía su base en un sistema horizontal con fuertes relaciones interactivas.

Cardoso (2009) destaca además, los presupuestos centrales de los análisis de Poster (1995) y de McLuhan (1997) que se refieren a la no neutralidad de los medios y a la idea de que estos son fruto de la sociedad donde surgen y que promueven, a través de su uso, realidades socio-culturales diferenciadas.

Un tercer abordaje, propuesto por Ortoleva (2004), argumenta que existe una reformulación del alcance real de las comunicaciones de masa, con sus denominados “efectos”, y destaca que los usuarios encuentran correspondencia,

en una relación interpersonal en red que condiciona y filtra la recepción de mensajes.

Levy (citado por Fornas et al, 2009), presenta otra propuesta al plantear una relación entre la tecnología y la sociedad mediada por la influencia, en oposición al impacto. Para él, la acción de cualquier forma de tecnología, como los medios, debe considerarse parte de la cultura, pues interacciona con ella, recibéndola y modificándola desde su nacimiento (Fornas et al., 2007).

Para tipificar el proceso relacional entre la comunicación, la información y la sociedad, Castells (citado por Cardoso, 2009) argumenta que se trata de una relación biexplícita, porque la comunicación posibilita distintos modelos de organización social. En este sentido, se puede hablar de correspondencia entre modelos comunicacionales y sociales, por tener en cuenta la interacción entre medios y sociedad, con un proceso reflexivo de interdependencia.

Por otra parte, para Cardoso (2009), la comunicación interpersonal puede transformarse en un medio de comunicación de masas, cuando tiene lugar en una red electrónica (como la del celular), transformándose en un fenómeno colectivo. La mediación en red es un importante elemento para la realización de objetivos de comunicación definidos por los individuos, para informarse o para entretenerse.

Asimismo, la interactividad es una característica organizacional definidora del modelo de red comunicacional. Este modelo tiene dos nudos fundamentales: uno centrado en la baja interactividad, donde la televisión reina, y otro, donde la Internet está en el centro, y proporciona alta interactividad. Estos nudos están conectados a través de los medios interpersonales, que pueden también ser utilizados como medios masivos.

En una sociedad en red, este sistema de medios es constituido por los usos de mediación de medios, y evolucionó para convertirse en un sistema basado en la articulación en red de estos.

Cuando los medios permiten la conexión en red de la comunicación o de sus usos, las personas experimentan. Si la experiencia satisface algunas de sus necesidades en términos de autonomía, de objetivos o de apropiación, aquellos son socialmente adoptados. Esta adopción social puede cambiar los propios medios, alterando sus características organizacionales, tecnológicas y de red. Así esta conexión en red de los medios de masas e interpersonales es moldeada socialmente por la interactividad en nuestras sociedades (Cardoso, 2009).

Nuestras sociedades informacionales han sido testigos del surgimiento de un nuevo modelo comunicacional. Este junto a los tres precedentes pueden ordenarse cronológicamente en términos de sus ciclos de afirmación social (Ortoleva, 2004).

El primero es definido como comunicación interpersonal, caracterizado por el cambio bidireccional entre dos o más personas dentro de un grupo. El segundo modelo, la comunicación de uno-para-muchos, es donde que cada individuo envía un solo mensaje, a un grupo limitado de personas. Y un tercer modelo, más reciente, es el de comunicación de masas, en el cual; gracias al uso de tecnologías específicas de mediación, un solo mensaje es direccionado a una masa de personas, o sea, es enviado a una audiencia cuya dimensión es desconocida, y como tal, no está previamente delimitada.

El modelo comunicacional de nuestra sociedad es moldeado, por la capacidad de los procesos de globalización comunicacional mundiales, en conjunto con la articulación en red masificada y la difusión de medios personales y en consecuencia, el surgimiento de la mediación en red. La organización de usos y conexiones en red de los medios dentro de este modelo, parece estar directamente vinculado con los diferentes grados de usos de interactividad, que los medios actuales permiten.

Para Cardoso (2009), en las sociedades informacionales, donde la red es la característica organizacional central, un nuevo modelo comunicacional gana

forma. Se caracteriza por la fusión de la comunicación interpersonal y en masa, conectando audiencias, emisores y editores bajo una matriz de medios en red, que va del periódico a los videojuegos, y ofrece a sus usuarios nuevas mediaciones y nuevos papeles.

2.2.2. Teoría de los usos y gratificaciones

La teoría de los usos y gratificaciones fue elaborada a mediados del siglo XX por los teóricos de la comunicación Blumler y Katz.

Gabriel Vélez (2008), plantea que algunas funciones de los medios, establecidas desde la teoría de los usos y las gratificaciones, tienen que ver con el análisis realizado por Lasswell en 1948, sobre las tres funciones principales desarrolladas por la comunicación de masas. Estas son: "...proporcionar informaciones; proporcionar interpretaciones que hagan significativas y coherentes las informaciones; y expresar los valores simbólicos y culturales propios de la identidad y continuidad social..." (párr.38). A estas funciones fundamentales Wright (citado por Vélez, 2008), añade la de entretener al espectador, como un medio para evadir la ansiedad y los problemas de la vida social.

Fátima Martínez (2010), menciona que el modelo de usos y gratificaciones está centrado en la audiencia y que entiende los medios de comunicación de un modo que satisface las necesidades relacionadas con la interacción social.

Por otra parte, McQuail y Windahl (1997), describen el planteamiento teórico de los usos y gratificaciones por medio del modelo elaborado por Blumler y Katz de la siguiente manera: "...están interesadas en los orígenes sociales y psicológicos de las necesidades, generan expectativas de los medios de difusión u otras fuentes, que llevan a pautas diferenciadas de exposición a los medios (o una dedicación a otras actividades), dando lugar a la gratificación de la necesidad y otras

consecuencias, la mayor parte de ellas no pretendidas” (McQuail y Windahl, 1997, p.159).

Una de las conclusiones de los investigadores es la importancia de la interacción social; porque se utilizan los medios de comunicación, como alternativas consideradas razonables a la compañía humana real o como base para relacionarse con las demás personas.

Los objetivos del modelo de usos y gratificaciones se cumplen en las redes sociales, en cuanto a las necesidades de interacción; tanto las reales como las relacionadas a las expectativas creadas. Esto último se refiere a la capacidad de multidirigir mensajes a diferentes personas y de recibir una respuesta rápida, potenciándose la comunicación.

Las redes sociales optimizan la comunicación entre pares y vinculan todo tipo de información. El concepto de red social se caracteriza entonces, por la adquisición de relaciones con otros en un entorno virtual. Estas personas pueden ampliar el número de amigos, que están conectados con otros amigos hasta el infinito. La selección de las plataformas depende de los gustos y preferencias de los usuarios.

2.2.3. Relación de la teoría de los usos y gratificaciones con las redes sociales virtuales

Las redes sociales han acompañado al ser humano en lo largo de su existencia. Responden a la necesidad de comunicarse y de socializar, ratificando la teoría aristotélica del hombre como animal sociable por naturaleza. Por ello es que se puede establecer una conversión de la pirámide de Maslow a la esfera virtual, que tiene relación con la teoría de los usos y gratificaciones. En este sentido, es necesario rescatar qué usos y qué gratificaciones proporcionan las redes sociales en el individuo.

Martínez (2010), considera que existe alguna relación entre la pirámide de necesidades planteada por Abraham Maslow y la teoría de los usos y gratificaciones en relación con las redes virtuales, como se detalla:

- Diversión (cubre la necesidad de satisfacción a nivel personal y distracción).
- Relaciones Sociales (se pertenece a un grupo de personas afines y se posee un sentido de pertenencia donde ejercer un rol).
- Identidad (cubre aspectos físicos y psicológicos de la persona, que se proyectan a través de las impresiones publicadas en la red social).
- Vigilancia (capacidad de mantener al día el perfil del usuario y para atender a las actualizaciones del resto de los miembros) (p.9).

Para Amy Jo Kim (citada por Bowman y Willis, 2003), la pirámide de Maslow también se puede trasladar a las necesidades de las comunidades virtuales. Esto porque pueden proporcionar gratificaciones en diferentes niveles como: al fisiológico, a la seguridad, al social y a la autoestima. Por lo tanto, el formar parte de una comunidad virtual es poseer una identidad dentro de un espacio virtual, y sentir cierta seguridad porque existen límites y políticas de privacidad. Además, esto proporciona el sentimiento de pertenencia a un grupo social, donde las contribuciones son valoradas por otros y pueden: potenciar la estima personal, asumir un rol concreto y desarrollar nuevas habilidades.

Dans (2010) por su parte, asegura que las personas han descubierto en la Web la respuesta a sus necesidades de comunicación: "...una comunicación que abarca desde el intercambio de mensajes en ciento cuarenta caracteres, respondiendo a la pregunta "¿qué estás haciendo?" hasta la creación de redes interconectadas de amigos, ex compañeros de colegio o personas con intereses comunes" (p.36).

En lo que respecta a la identidad personal, para la antropóloga estadounidense, Danah Boyd, (citada por Pisani y Piotet, 2010) experta en redes sociales y especialista en investigación de las comunidades de jóvenes en línea: "...los perfiles son como personalidades digitales. Son la representación digital pública de la identidad" (p.33).

Con respecto de las influencias de las redes sociales, Nicholas K. Christakis y James H. Fowler (2010) afirman que: "...las redes sociales difunden felicidad, generosidad y amor. Siempre están ahí, ejerciendo una influencia sutil y al mismo tiempo determinante en nuestras elecciones, acciones, pensamientos y sentimientos. Y también en nuestros deseos" (p.21).

2.3. Internet

A continuación, se analiza Internet como medio de comunicación y se caracteriza, de acuerdo a los avances que ha ido superando hasta convertirse en la plataforma que es en la actualidad.

Para ello, se hace un recorrido por las etapas desde la web 1.0 y web 2.0, con el fin de evidenciar los cambios que se han manifestado en el proceso evolutivo de la red.

2.3.1. Internet como medio de comunicación

Internet es un medio de comunicación masivo, al igual que la prensa, la radio, la televisión y el cine. Cada uno de los medios de comunicación tradicionales ha hecho su aporte: la prensa le dio carácter masivo a la palabra, la radio le dio sonido, la televisión imagen y la Internet le dio la interactividad. Solo en este medio se puede interactuar con el interlocutor de igual a igual.

Sherry Turkle (1997) plantea en su libro *La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de Internet*, que esta es: "...un sistema de redes que se expande con rapidez" (p.15). Este sistema une a miles de personas que cambian la forma de relacionarse, la naturaleza de la sexualidad humana, las identidades y las comunidades como tales.

2.3.2. La web 1.0

Para Turkle (1997), Internet es uno de los elementos que ha contribuido a crear identidades, en términos de multiplicidad. El ciberespacio es parte de la rutina diaria de muchas personas. Además, estas tienen la posibilidad de constituir nuevas clases de comunidades, que pueden tener una interacción muy íntima; pero puede ser que nunca se conozcan presencialmente.

A finales de los noventa, la tendencia en Internet era hacer desplegables en línea. Los comunicadores jerarquizaban la información y seguían hablando en la jerga mercadológica. Los sitios Web eran poco animados. Esa época fue la que se conoció como Web 1.0 (Cocoa Interactive, 2011).

2.3.3. La web 2.0

Lluís Codina (2009), investigador de la Universidad Pompeu Fabra, considera que la Web 2.0 es la responsable de los mayores cambios, que han tenido lugar en la Web desde la mitad del año 2000, e incluye los ámbitos y actividades académicas y de investigación.

A inicios de siglo, se empezaron a desarrollar ciertas herramientas como los *blogs*, los foros y los *wikis* (páginas que pueden ser modificadas por varias personas). Aparecieron páginas que pronto cobraron un auge inesperado tales como Facebook, Myspace, Hi5, Youtube, entre otros. La diferencia es que se le

estaba dando la posibilidad de generar contenidos, al usuario normal y corriente. Aquellos que hasta ese momento habían estado dominados por las grandes empresas de comunicación, ahora se han democratizado.

Por primera vez en la historia, se tuvo la posibilidad de expresarse libre y abiertamente, y de publicar y compartir cualquier hecho sin ningún costo. Internet se convirtió así en un lugar de encuentros, un lugar para las personas.

Según Codina, las redes sociales son uno de los elementos más representativos de la Web 2.0. "...si nos guiamos por lo que se denomina "opinión pública", parece que, para la mayor parte de los ciudadanos, decir Web 2.0 es decir redes sociales, y seguramente esta vinculación no es injustificada" (Codina, 2009).

Por otra parte, Castells (2009), en una de sus investigaciones, demuestra que cuanto más las personas utilicen Internet, más aumenta el nivel de autonomía de ellas, en áreas como: la individual, la empresarial, la profesional, la comunicacional, la sociopolítica y la corporal.

2.3.4. La evolución de Internet

Finalmente, para hablar en términos generales del desarrollo de la Web, la periodista Sandra Crucianelli (2009) describe su evolución de la siguiente manera:

- Web 1.0: parecida a una biblioteca. Se puede mirar, leer, pero no se puede generar un vínculo con la fuente de información, a excepción del intercambio de mensajes mediante el correo electrónico.
- Web 2.0: las personas se contactan entre sí dando origen a lo que se conoce como Web Social. Permite entrar a la red a través de la subida de archivos y la salida de ellos, a través de la descarga. Facilita la comunicación entre personas y fomenta la formación de grupos de

individuos con intereses comunes. Si la Web 2.0 fuera una biblioteca, cualquiera podría incorporar un texto propio a un estante y escoger uno ajeno.

- Web 3.0: involucra la conexión de la información disponible en las plataformas existentes. Volviendo al ejemplo de la biblioteca, añade a los elementos anteriormente descritos la “presencia” de un consejero (que no es una persona, sino un software), que interpreta cuáles son las obras o autores preferidos, por lo que puede recomendar un nuevo título o sugerir un escritor; porque la interconexión de las aplicaciones hace posible la existencia de herramientas altamente “intuitivas” (p.10).

La autora añade que si en la Web 1.0 la información era entregada como: “un paquete cerrado” para su simple lectura y el *feedback* con el autor apenas se remitía al correo electrónico, la Web 2.0 marcó el quiebre de esa tendencia y ese punto de inflexión estuvo dado por la aparición de las redes sociales (Crucianelli, 2009, p.87).

El profesor Juan Carlos Gallego aporta una explicación relevante, para el término Web 1.0 cuando destaca que en esta generación, la persona usuaria es una simple lectora de la información que se le facilita; porque existe muy poca interacción con los contenidos y entre los usuarios. Además, agrega la generación Web 1.5, la cual se encuentra entre la generación Web 1.0 y la Web 2.0, donde el usuario puede interactuar más; pero su participación es limitada.

Finalmente, menciona que en la Web 2.0 se produce un cambio en la forma de entender Internet, puesto que se fomenta la difusión abierta de contenidos y la interacción del usuario, por ser este el centro de atención de la información y el generador de contenidos. De este modo, el profesor indica que el usuario se encuentra en un período de transición hacia la Web 3.0 (Gallego, 2010).

2.4. Las redes sociales, la nueva forma de comunicarse

Caldevilla (2006) plantea que la historia de las redes sociales virtuales es bastante reciente; pues inició en el 2003. En esta época, gran parte de las empresas poderosas de Internet se declararon en quiebra, y tuvieron que cerrar sus portales virtuales porque no tenían suficiente tráfico. En este contexto, los estadounidenses Marc Pincus, Reid Hoffman y Jonathan Abrams ponen en marcha respectivamente sus empresas Tribe.net, LinkedIn y Friendster: las tres primeras redes sociales de Internet.

Durante ese mismo año, da inicio la recuperación de la economía digital, y estas redes sociales empezaron a incrementar su número de usuarios; pues en ellas existe un intercambio de: información, música, vídeos, fotografías y conexiones de personas.

2.4.1. Las redes sociales virtuales

Existen diversos tipos de definiciones de las redes sociales. A continuación se hace mención de algunas de ellas.

Gallego (2010) define el término red social, como un conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí. Además, agrega que en el ámbito de la informática, la red social hace referencia al sitio web que las personas utilizan para generar su perfil, compartir información, colaborar en la generación de contenidos y participar en movimientos sociales. En estos medios las relaciones de quienes las utilizan pueden ser de diferentes tipos, porque abarcan desde los negocios hasta la amistad.

Por ejemplo, Katusca Peña, María Pérez y Elsiré Rondón (2010), utilizan el siguiente concepto: "...intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción

permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos” (Peña et al, 2008, p.173).

Las redes sociales se pueden definir como los lugares donde las personas se reúnen a conversar de aspectos que les interesan, donde comparten: la información, los recursos, entre otros. “Es la versión en línea del parque, de la mesa del café, del *cocktail* de negocios casual, de la tertulia con colegas. Las redes sociales son las personas, adueñándose de este medio de comunicación y haciéndolo humano” (Cocoa Interactive, 2011).

Para finalizar, otro concepto importante es el propuesto por el catedrático Christakis y el profesor Fowler (2010), los cuales aseguran que una red social es un conjunto organizado de personas, formado por dos tipos de elementos: los seres humanos y las conexiones entre ellos.

2.4.2. Usos de las redes sociales

Las redes sociales se caracterizan, por contener una serie de opciones y funciones dentro del mismo sitio Web. Dentro de los elementos principales se pueden enumerar los siguientes: juegos en línea, los *chats*, el servicio de mensajería, los *blogs*, entre muchas otras aplicaciones.

Es significativo retomar que las redes sociales se utilizan con diversos fines. A continuación se enumeran algunos de estos usos:

- Ser una comunidad para la socialización.
- Ser un medio de transferencia de información.
- Ser una forma de ofrecer criterios referentes en un tema en específico.
- Ser un medio de marketing.

Las redes sociales pueden ayudar a cumplir diferentes tipos de objetivos como:

- Entretener a los usuarios.
- Informar a los usuarios.
- Agrupar una comunidad mediante interacciones.
- Dar esparcimiento a los usuarios.
- Generar comunidades de lealtad.
- Forjar necesidades.

Por su parte, Caldevilla (2006) menciona que: "...cualquier usuario converge en la necesidad de interactuar con otra gran masa de internautas a los que se quiere sentir psicológicamente unido" (p.48).

Del Moral (citado por Caldevilla, 2006) establece cuatro usos principales:

1. Mantenimiento de amistades: seguir en contacto con amigos, colegas o excompañeros de trabajo, quienes, de no ser por estos servicios, van perdiendo relación como ocurría en el pasado.
2. Nueva creación de amistades: cada una de las personas que participa, relaciona de una forma u otra, a sus contactos con segundas o terceras personas, que pueden a su vez interactuar y conocerse. Así, el amigo de un amigo, puede llegar a ser contacto y posteriormente amigo de un tercero. Esto converge nuevamente en la teoría de "Seis grados de separación" de Frigyes Karinthy que se explica más adelante.
3. Entretenimiento: también hay un perfil de usuarias y usuarios de las redes que las usa como portal de entretenimiento. Estas personas exploran las actualizaciones del estado de algunos usuarios, se ponen al día sobre vidas ajenas, descubren los nuevos colegas de antiguos compañeros de clase, entre otros. Es el recurso de observar lo que

acontece sin ser visto (voyeurismo). Incluso en aplicaciones como la famosa *Farmville* de Facebook.

4. Gestión interna de organizaciones empresariales: sin duda, este uso está circunscrito a empresas, dentro de cuya estructura se crean redes sociales privadas para agilizar: trámites, comunicaciones, conferencias, informes o se crean otras redes simplemente, para poder estar en contacto con profesionales del sector; tanto en nivel laboral como personal.

2.4.3. Tipos de redes sociales

Existen diversos tipos de redes sociales, las cuales se pueden clasificar según su propósito y el ámbito al que se dirigen. A grandes rasgos, se dividen en tres bloques:

1. Redes personales: donde las personas usuarias administran un espacio y “suben” fotos, información personal, cuentan con aplicaciones online como juegos, entre otros.
2. Redes temáticas: cuya característica diferencial es que quienes las usan deben centrarse en un tema en concreto y cuyas funcionalidades fortalecen dicho tópico.
3. Redes profesionales: se diferencian de las anteriores, porque están enfocadas en el ámbito laboral (Cocoa Interactive, 2011).

Para Dans (2010), las redes sociales facilitan en gran medida la interacción. Estas pueden clasificarse en redes sociales personales: que agrupan a un conjunto de contactos y amigos con intereses en común; y las redes sociales

profesionales, las cuales se centran más en la creación de contactos profesionales, afines a cada usuario.

Según plantea la empresa Cocoa Interactive (2011), actualmente existen muchas redes sociales, que funcionan como plataformas de encuentro o lugares de reunión, que agrupan personas que comparten intereses o necesidades.

En estos medios, las personas pueden alcanzar el respeto o aprobación de otras o por el contrario, pueden equivocarse y esperar las consecuencias como rechazo y falta de credibilidad. Si bien es cierto, mucha gente invierte sus horas de ocio y esparcimiento en la red, al igual que en la televisión y el cine, las personas no pueden tratar las redes a la ligera, porque su imagen está en juego.

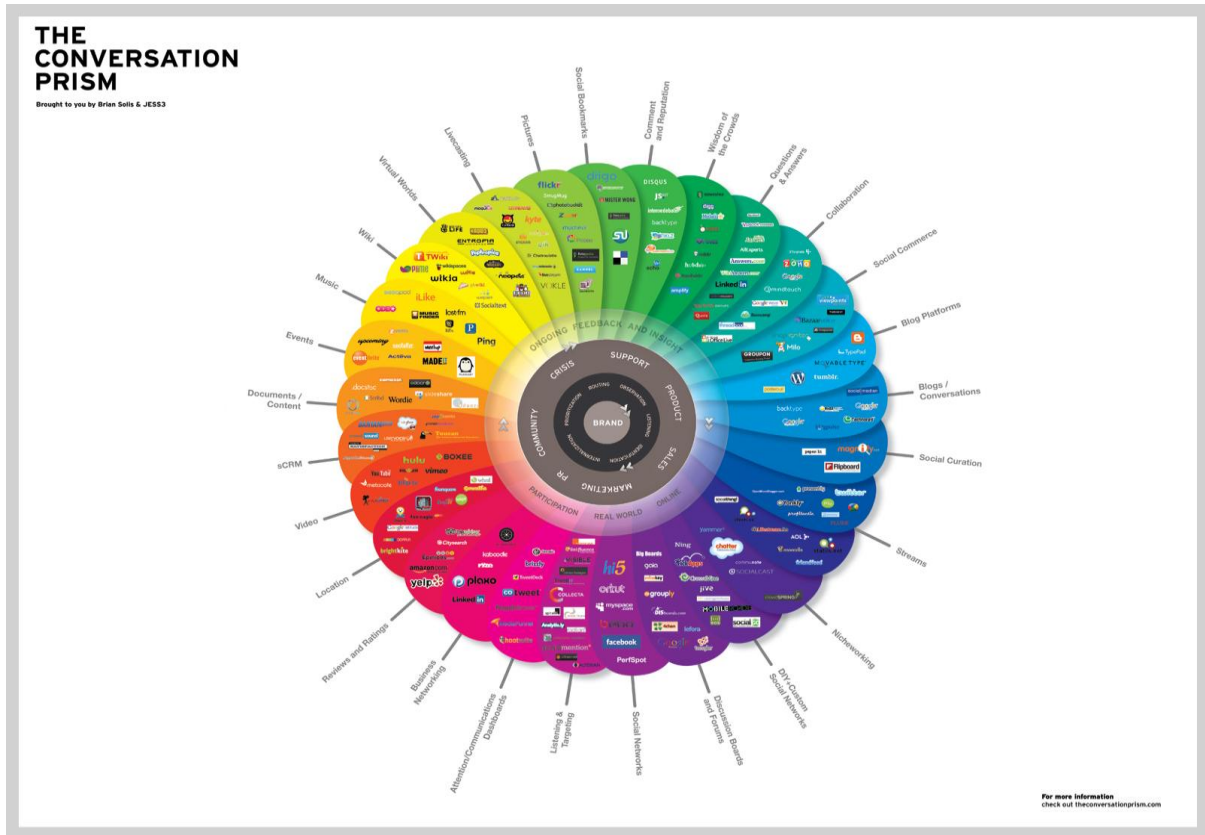
Según Cocoa Interactive (2010) cada red tiene su propia identidad; porque están constituidas por personas. No se trata de conocer herramientas, sino conocer personas y establecer relaciones.

La siguiente figura llamada *The Conversation Prism: The art of listening, learning and sharing* creada por Brian Solís y JESS3: agencia creativa que se especializa en la visualización de datos, muestra los diferentes tipos de redes sociales que existen, de una manera más visual.

Este prisma de conversación ofrece una visión del universo de los medios sociales, clasificados y organizados también por la manera como la gente utiliza cada red social. La versión 3.0 introduce nuevos grupos y redes; pero también elimina aquellas que ya están obsoletas.

Figura 1.

The Conversation Prism Version 3.0: The art of listening, learning and sharing



Fuente: Brian Solís y JESS3, recuperado de <http://www.theconversationprism.com/>

La importancia de la imagen anterior, se basa en tener muy claro dónde se encuentra la gente, dónde se agrupa la audiencia y cuáles son los objetivos que se quieren lograr en cada red social. De esa forma, las personas pueden determinar, ¿cuáles son las redes sociales que realmente les van a funcionar de acuerdo con sus necesidades?

2.4.4. Redes sociales más populares en Costa Rica

En la Web existe una amplia gama de redes sociales. A continuación se describen brevemente las más populares y conocidas en el país; según el estudio de UNIMER (2010) mencionado anteriormente.



Es un sitio creado por Mark Zuckerberg, que nació para dar acceso a los estudiantes de la Universidad de Harvard y se lanzó en febrero del 2004. Esta se ha convertido en la red social más importante del mundo.

Según Univisión (2012), Facebook tiene más de 900.000.000 (novecientos millones) de usuarios registrados activos. Si fuera un país, sería el tercero del mundo, después de China que tiene: 1.340.000.000 (un billón, trescientos cuarenta millones de habitantes) e India que posee: 1.170.000.000 (un billón, ciento setenta millones de habitantes).

Aunque es la red social más difundida en casi todos los países, es superada por algunos competidores en Rusia, Japón o Corea del Sur; siempre según la página de medición digital del mundo ComScore. En China está prohibida.

Facebook tuvo un promedio de 526.000.000 (quinientos veintiséis millones) de usuarios activos en marzo en 2012, con un incremento de 41% con respecto del año anterior. La red social registraba 125.000 (ciento veinticinco mil) "conexiones" entre personas al 31 de marzo, y 3.200.000.000 (tres billones, doscientos millones) de comentarios y de expresiones en el botón "Me gusta". Además, alrededor de 300.000.000 (trescientos millones) de fotos se suben cada día a Facebook y más de 488.000.000 (cuatrocientos ochenta y ocho millones) de usuarios activos acceden a la red y utilizan dispositivos móviles (Univisión, 2012).

Tiene una media de 250.000 (doscientos cincuenta mil) nuevos registros diarios desde enero del 2007. La edad que predomina en los usuarios centroamericanos es de 14 a 35 años. Además, el público de mayor crecimiento en Facebook es el de 45 años en adelante.



Se lanzó el 13 de julio del 2006, creada por Jack Dorsey. Nace como un proyecto de investigación y desarrollo de Obvious, LLC. Esta red corresponde a un servicio de *microblogging*, lo que le permite a los usuarios enviar mensajes cortos, y se muestran en el perfil de ellos.

Es de mayor inmediatez; pero menor interacción, lo que da la oportunidad de hacer actualizaciones breves. El grupo que utiliza Twitter es en general más joven, que el de Facebook y tiene un poco menos de fuerza en la región centroamericana; pero está en proceso de crecimiento rápido. Es muy utilizado por audiencias de profesionales jóvenes; especialmente en la rama tecnológica.

2.5. La teoría de las redes sociales

Las redes sociales son definidas por Carlos Lozares (1996) como: "...un conjunto bien delimitado de actores que pueden ser individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales y otros; vinculados entre sí a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales" (p.108). Este concepto permite su aplicación en distintos procesos sociales, desde hace varias décadas atrás; tales como la conformación de ciudades, grupos religiosos, revoluciones comunitarias y políticas, entre otros.

El rasgo más característico de las redes sociales, consiste en que estas requieren: conceptos, definiciones y procesos; en donde las unidades sociales aparecen vinculadas unas a otras, a través de diversas relaciones (S. Wasserman y K. Faust, citados por Lozares, p.6).

Para Lozares (1996), la teoría de las redes sociales tiene su origen en diversas corrientes del pensamiento: la antropológica, la psicológica, la sociológica y también la matemática.

En relación con lo anterior, Lluís Codina (2009) plantea que la sociología maneja el concepto de los "seis grados de separación" o teoría de los mundos pequeños desde hace muchos años. "Aunque haya muchos componentes en el mundo, considerado (en este caso todo el planeta Tierra) hay un número sorprendentemente pequeño de grados (personas) de separación entre cualesquiera dos de esas personas" (Codina, 2009, párr.10).

La teoría fue inicialmente propuesta en 1929, por el escritor húngaro Frigyes Karinthy en una historia corta llamada *Chains* (o Cadenas, en español).

Mitchell (citado por Lozares, 1996), añade que las características de estos lazos pueden ser usadas, para interpretar los comportamientos sociales de las personas implicadas; pero parece más bien un objetivo genérico, que un criterio específico de tesis.

Rosaura Alastruey (2010), hace referencia también a la teoría de los seis grados de separación y considera que el origen de las redes sociales proviene de dicha teoría. Esta afirma que todas las personas, por más lejos que se encuentren geográficamente, en realidad están separadas por un máximo de seis "intermediarios", teniendo en cuenta al emisor y al receptor. Por lo tanto, la autora afirma que: "...la idea central de esta teoría es que podemos llegar a ponernos en contacto con quien queramos y que seguramente nos costará mucho menos de lo que en principio podamos pensar" (Alastruey, 2010, p.31).

El libro *Networking* escrito por Calvo y Rojas (2009) explica, en otras palabras que: "...seis grados de separación es la teoría de que cualquiera en el planeta puede estar conectado a cualquier otra persona en el planeta, a través de una cadena de conocidos que no tiene más de seis intermediarios" (Calvo y Rojas, 2009, p.20).

Las redes sociales, para algunas personas, están haciendo más pequeño el mundo (de ahí el nombre de teoría de los mundos pequeños); gracias a la

posibilidad de generar comunicaciones más veloces sin barreras espacio-temporales. Por medio de las redes de intercambio de información, las personas comparten: datos y contactos, y realizan actividades tales como: la búsqueda de empleo, conocer gente nueva, reencontrarse con personas conocidas, entre muchas otras.

2.5.1. Impacto e influencia de las redes sociales en la sociedad

Para la doctora Martínez (2010), una red social digital permite el adquirir: información, música, vídeos, y compartir numerosos elementos de carácter cultural; entre otros. “La máxima: ‘los amigos de mis amigos se convierten en mis amigos’ se hace realidad” (p.5).

David Caldevilla (2010) indica que las redes sociales como fenómeno virtual, han revolucionado el concepto tradicional de relación social y de la forma como las personas invierten su tiempo libre. En dichas aplicaciones sociales: “...se buscan contactos con aquellos con los que perdimos trato, mantenemos amistades, nos ponemos al día de la vida de los demás, conocemos a gente nueva o incluso encontramos trabajo” (p.45).

Además, permiten interactuar con un mayor número de personas. Para algunos, esto refuerza su seguridad y autoconfianza, dado que pueden hacer contacto con quien ellos quieran y además, se puede tener gran cantidad de “amigos” en poco tiempo; aunque no se conozca a la mayoría de ellos.

2.5.2. Principales características de las redes sociales

Caldevilla (2006) afirma que las redes sociales son una especie de interconexiones surgidas desde los propios usuarios. De esta forma, pueden: estar en contacto con sus amistades, conocer a otras personas, jugar con las

aplicaciones, mover a las personas ante una causa, comentar y dar a conocer sus opiniones, conocer gente nueva, entretenerse, crear conjuntamente movimientos, compartir fotografías, comentar nuevos estados de ánimo. Las redes sociales nacen: "...como una reunión de personas, conocidas o desconocidas, que interactuarán entre sí, redefiniendo al grupo y retroalimentándolo" (p.46). Lo anterior se analiza desde la cultura de la Web 2.0, y sirve para describir una nueva forma de "hacer algo en grupo", donde se ve el esfuerzo de todos los miembros de este.

Otra temática se refiere a las relaciones de comunicación: las personas fungen como actores y actrices que a su vez, son canales de transmisión de mensajes; de transacción: actores que intercambian instrumentos físicos o simbólicos, regalos, venta económica, compras, servicios, información sobre trabajo, asesorías, trabajo de carácter social; entre otros.

Existen varias palabras claves que a su vez son características de las redes sociales. Caldevilla (2006) plantea las siguientes como principales:

Interactividad: esto se logra gracias a la *instantaneidad*. Es un gran avance, al que las personas se han habituado rápidamente. Las nuevas generaciones lo pueden interpretar como un hecho lógico o natural. Esto sin contemplar que este intercambio de información hace unos siglos atrás, hubiera supuesto el uso de muchos recursos y la inversión de días, o incluso meses, para poder dar a conocer el mensaje. La accesibilidad al medio permite a miles de personas el poder interactuar en: páginas Web, *blogs*, foros, *chat*, redes sociales, conferencias a distancia; entre otros. El grupo de usuarios alimenta el medio y el mensaje, y lo hace crecer.

El profesor israelí Sheizaf Rafaeli (citado por Caldevilla, 2006), define la interactividad como una expresión, que se hace extensiva en los intercambios comunicacionales e implica que el último mensaje se relacione con los anteriores que a su vez, son relativos a los previos a estos.

En resumen, ahora existe la ventaja de que lo que alguna persona quiso compartir a través de Internet, pueda ser visto o leído por muchas otras en un periodo relativamente corto. De esta forma, se pueden generar la retroalimentación, la respuesta, la discrepancia o bien; que un usuario comparta lo producido por otro porque le gustó.

Gracias a la red y las redes sociales, la conducta y la opinión pueden modificarse, incluso al hecho de generar manifestaciones, grupos o modas. El impacto ya se ha visto en campañas políticas como la estadounidense, donde Barack Obama fue el ganador. Obama utilizó las redes sociales para interactuar con sus simpatizantes y recibir apoyo; tanto moral como financiero.

Este es un ejemplo de relaciones, entre los usuarios de plataformas como las redes sociales, donde estas se tornan horizontales y convierten a los participantes en emisores y receptores, con cierta igualdad de condiciones. Dicha estructura de relaciones puede considerarse según Caldevilla (2006), como una nueva forma del método del “boca a boca”; pero ahora reforzado por un medio popular entre millones de usuarios, quienes son inconscientes en la mayoría, de ser el canal del mensaje que transmiten casi de manera automática.

Personalización: las redes sociales permiten tener un mayor control sobre qué información se quiere recibir y compartir, de acuerdo con las preferencias del usuario.

Dicha posibilidad fomenta una mayor confianza y seguridad en el individuo, dado que le permiten determinar: con quién, cómo y cuándo iniciar una conversación, y por supuesto, cuándo acabarla de forma natural o a través de herramientas como “el bloqueo de usuarios”. Asimismo, el hecho de poder tener muchos “amigos” en poco tiempo, es muy significativo para algunas personas y para su autoestima, en especial para los niños y adolescentes o adultos tímidos.

Caldevilla (2006) considera que: "...las redes sociales son un buen medio, para compartir parte de nuestra individualidad y experiencia..." (p.48). Los individuos necesitan adaptarlo todo de acuerdo con su personalidad e identidad, y dichas plataformas lo hacen posible. Desde crear un blog "al gusto" para compartir pensamientos y creaciones, hasta crear un personaje o avatar que identifique al usuario en el entorno virtual.

Todos estos intercambios y formas de comunicación permiten conocer gente a la que es imposible acceder a diario, por su lejanía física e incluso temporal, que en ocasiones se puede evaluar con el modelo clásico de relación personal.

Gracias a la personalización de los perfiles, las personas tienen la posibilidad de poder compartir distintos tipos de información; de acuerdo con el grupo con el que se quiera relacionar y tener diferentes perfiles en una misma red. Esto también puede representar una amenaza a la intimidad y por supuesto, a la veracidad de la información que se comparte a través de Internet.

Multimedialidad: es una de las características más importantes, pues de manera innovadora, permite la interacción de las redes sociales, y la navegación en Internet en general.

Multiedición y Retroalimentación: estos dos rasgos de las redes sociales están ligados a la interactividad. Según Lévy (citado por Caldevilla, 2006), la nueva narrativa de producción social es facilitada por las tecnologías de la información y la comunicación. Estas permiten el fortalecimiento de la "inteligencia colectiva", que genera a su vez el intercambio de conocimientos, el tomar decisiones e incluso, la elaboración de noticias.

Por tanto, puede decirse que el origen de la red 2.0 es la creación colectiva. Lévy plantea que: "...cualquier usuario en una red social o en la *Web/blog* 2.0, puede ser en un breve lapso temporal: emisor, transmisor y receptor de información" (Caldevilla, 2006, p.58).

Revolución lingüística - Revolución legal: otro de los puntos que cita Caldevilla (2006), como característica de las redes sociales es la escasa legislación y normativa, que existe en este sentido, pues no hay un control riguroso de datos de dichas redes.

2.5.3. Funcionamiento de las redes sociales

El funcionamiento de las redes sociales puede describirse de una manera sencilla: una vez creado un perfil en una red social determinada, un número de usuarias y usuarios envía mensajes o solicitudes de amistad a miembros de su propia red social y los invita a unirse. Los nuevos usuarios repiten el proceso y es así como crece el número total de miembros, los enlaces y las conexiones de la red.

Dans (2010) analiza el funcionamiento de las redes sociales en los siguientes puntos:

1. Dentro de una plataforma común (sitio Web), una persona usuaria invita a un grupo de usuarios a que establezcan una conexión *online*, por medio de dicha plataforma. Cada persona que acepta la invitación, pasa a formar parte de su red de contactos.
2. Cada uno de estos nuevos usuarios realiza la misma operación, e invita a otro número determinado de conocidos, esparciéndose de este modo las conexiones.
3. Con las relaciones creadas, el usuario crea lo que hoy se conoce por red de contactos, con la posibilidad de intercambiar información de diversa índole, en función del tipo de red social (p.287).

2.6. Principales usos de las redes sociales en la infancia

Según el Informe del 2010, titulado Actividades y usos de TIC entre los chicos y chicas en Andalucía, "...la edad actúa como variable influyente en el tipo de actividades que se realizan, los chicos y chicas de mayor edad realizan de forma más frecuente actividades relacionadas con la comunicación y redes sociales. El alumnado de primaria utiliza la red más para jugar" (p.87).

Este estudio español afirma, que las nuevas tecnologías toman un lugar preponderante en la vida de las y los menores de edad, como un nuevo escenario social en donde acuden de forma instrumental, en la búsqueda de: información, jugar, descargar música; así como para fomentar sus relaciones sociales. Utilizan estas nuevas formas de interacción en su tiempo libre, relacionadas con las TIC que presentan: nuevas actividades, hábitos relacionales y de ocio, que incluso repercuten en el entorno familiar como: jugar, subir contenido, hacer comentarios, publicar estado de ánimo y relacionarse con los demás miembros de la familia, entre otros.

2.6.1. Riesgos del uso de las redes sociales en la infancia

Hugo Carrión (2011) describe, que la posibilidad de comunicarse de manera directa, interactiva e inmediata, es una de las principales ventajas de las redes sociales; pero que esas plataformas son también propicias, para reproducir comportamientos humanos reprochables. La invasión a la privacidad, el "voyeurismo" o la intimidación, son ejemplos comunes que se pueden dar en esos ambientes virtuales.

A continuación se presenta una breve descripción, de los principales riesgos de la participación de menores de edad en este tipo de plataformas:

- La información que se publica permanece, si se borra no necesariamente desaparece. Por ello la difusión de información privada tiene repercusiones.
- Tras el uso de seudónimos, se puede proteger el anonimato de adultos inescrupulosos, que buscan entablar conversaciones inapropiadas con menores. Estos encuentros pueden tener el interés de propiciar contactos físicos.
- Las amenazas, las burlas y el hostigamiento entre pares, que ocurre en la vida real, tiene un campo fértil en las redes sociales. El *cyberbullyng* es un problema creciente en Internet.
- No existe control de contenidos; por lo tanto el acceso a mensajes o páginas con contenido o lenguaje sexual o violento, puede ser indiscriminado (Carrión, 2011, p.3).

Adicionalmente, se pueden dar casos de: secuestro, violación, *hackeo*, *ciberbullyng*, *sexting*; entre otros, que atentan contra la seguridad y la dignidad de los menores de edad.

Hinduja (citado por Kathleen Clarke-Pearson y Gwenn Schurgin, 2011) plantea que *cyberbullying* es: "...el uso de manera deliberada de medios digitales, para comunicar información falsa, embarazosa u hostil acerca de otra persona" (p.800). Para dicho autor, este es el riesgo *online* más común para adolescentes, donde cualquiera puede ser una víctima.

Para Kathleen Clarke-Pearson y Gwenn Schurgin (2011), el término "acoso en línea" se utiliza a menudo, como sinónimo de *cyberbulling* o intimidación cibernética; pero en realidad se trata de un concepto diferente. De hecho, los datos sugieren que el acoso en línea no es tan común, como la intimidación en las escuelas.

El ciberacoso o ciberintimidación es bastante común. Puede ocurrirle a cualquier joven que se conecte a Internet y puede causar severos resultados

psicosociales como: la depresión, ansiedad, aislamiento, y, en algunos casos, hasta el suicidio.

Otro riesgo al que están expuestas las personas; tanto en la infancia media como en la adolescencia es el *sexting*. Este puede ser definido como: "...el envío y recepción de mensajes, fotografías o imágenes sexualmente explícitas, vía celular, computadora o a través de otros medios digitales" (Clarke-Pearson y Schurgin 2011, p.801).

Muchas de estas imágenes son rápidamente distribuidas, gracias a las tecnologías mencionadas anteriormente. Este fenómeno ocurre principalmente entre las poblaciones adolescentes. Algunos de ellos que se han visto involucrados en casos de *sexting* y han sido amenazados o acusados de cargos por delito de pornografía.

Como consecuencias adicionales, se incluyen suspensiones de las escuelas para los perpetradores y procesos de angustia emocional, con problemas que afectan la salud mental para las víctimas. En muchas circunstancias; sin embargo, los incidentes de *sexting* no son compartidos por más de un par de personas, y por tanto, no resultan tan molestos o no provocan tanto daño.

Un tercer riesgo es lo que los investigadores han llamado "Depresión de Facebook", definido como la depresión que se desarrolla, cuando los preadolescentes y adolescentes gastan gran cantidad de tiempo en los sitios de las redes sociales; tales como Facebook, y empiezan a exhibir síntomas clásicos de depresión.

La intensidad del mundo en línea es pensada, como un factor que puede desencadenar depresión en algunas personas adolescentes, dado que la aceptación por contacto con los pares, es un elemento importante de vida de estas poblaciones etarias. Al igual que con la depresión común, quien sufre de la depresión de Facebook está en riesgo de aislamiento social y algunas veces

recurre a sitios riesgosos en Internet para buscar ayuda, pero estos pueden promover el abuso de sustancias ilegales, prácticas sexuales inseguras o conductas agresivas y autodestructivas (Clarke-Pearson y Schurgin, 2011, p.804).

2.7. Teoría de género

Según Marcela Lagarde (2006), la perspectiva de género permite analizar y comprender las características que definen a las mujeres y a los hombres de manera específica, así como sus semejanzas y diferencias. Facilita además el análisis de las complejas y diversas relaciones sociales que se dan entre ambos géneros, así como los conflictos institucionales y cotidianos que deben enfrentar.

Esta perspectiva reconoce la diversidad de géneros y la existencia de las personas como un principio esencial, en la construcción de una humanidad diversa y democrática. Sin embargo, plantea que la dominación de un género hacia el otro obstaculiza esa posibilidad (p.2). Una humanidad diversa democrática precisa, que tanto las mujeres como los hombres sean diferentes de quienes han sido, para ser reconocidos en la diversidad y vivir en la democracia de género.

Asimismo, Lagarde (1996) afirma que: "...además de contener ideas, prejuicios, valores, interpretaciones, normas, deberes y prohibiciones sobre la vida de las mujeres y los hombres, la cosmovisión de género propia, particular, es marcadamente etnocentrista" (p.2).

Según esta autora, es importante reconocer que todas las culturas elaboran cosmovisiones sobre los géneros y, por tanto: "...cada sociedad, cada pueblo, cada grupo y todas las personas, tienen una particular concepción de género, basada en la de su propia cultura. Su fuerza radica en que es parte de su visión del mundo, de su historia y sus tradiciones nacionales, populares, comunitarias, generacionales y familiares" (p.2). Socialmente, cada quien aprende a identificarse

con la cosmovisión de género de su mundo, inclusive la pueden considerar hasta universal.

2.8. Definiciones conceptuales

Algunos conceptos indispensables que se van a definir como parte de la presente investigación, engloban el abordaje del tema desde diferentes perspectivas.

Estos se han seleccionado para formar parte del marco conceptual porque se relacionan de manera directa con el enfoque del proyecto: comunicación, marketing, gustos y preferencias, estudio de mercado, redes sociales virtuales, niñez y socialización.

2.8.1. Comunicación

Para Luis Ramiro Beltrán (1991), la comunicación es un proceso de interacción democrática, basado en el intercambio de símbolos; por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias desde condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación.

Según el autor, "...los seres humanos se comunican con múltiples propósitos. El principal no es el ejercicio de influencia sobre el comportamiento de los demás..." (p.30). Dicha influencia sobre el comportamiento, depende de la condición de que no sea: unilateral, autoritaria o manipuladora. Es decir, la persuasión mutua y que respete la dignidad humana no tiene por qué descartarse como un propósito de la comunicación. Sin embargo, la persuasión no debe considerarse como la más importante.

2.8.2. Marketing

Para Gary Armstrong y Phillip Kotler (2003), el marketing es “un proceso social y administrativo por el que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros” (p.5).

Este se apoya en las necesidades humanas que resultan del estado de carencia percibida (Armstrong y Kotler, 2003, p.5), concepto con el que trabajará más adelante en la propuesta.

2.8.3. Estudio de mercado

Según Bloom, Hayes y Kotler (2003), el estudio de mercado consiste en “reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización” (p.91). Desde esta perspectiva, un estudio de mercado eficaz tiene cuatro etapas básicas:

1. Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar: El primer paso en el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar.

2. Realización de investigación exploratoria: Antes de llevar a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual.

3. Búsqueda de información primaria: Se suele realizar de las siguientes maneras:

- Investigación basada en la observación
- Entrevistas cualitativas
- Entrevista grupal

- Investigación basada en encuestas
- Investigación experimental

4. Análisis de los datos y presentación del informe: La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y conclusión significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio (p.98).

2.8.4. Gustos y preferencias

La demanda de un bien también depende de los gustos y preferencias del consumidor o del usuario. Esta determinante cambia de una época a otra y de un lugar a otro.

Los gustos y preferencias de las personas expresan, en última instancia, la intensidad de sus deseos por los bienes o servicios. Estos son muy variados y lo dependen del individuo. Lo que puede ser bueno y agradable para alguien, resultará malo para otro.

2.8.5. Redes sociales virtuales

Gallego (2010) define el término red social, como un conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí. Además, agrega que en el ámbito de la informática, la red social hace referencia al sitio web, que las personas utilizan para los siguientes fines:

- Generar su perfil.
- Compartir información.
- Colaborar en la generación de contenidos; y
- Participar en movimientos sociales.

En estos medios, las relaciones de los usuarios pueden ser de diferentes tipos; porque abarcan desde los negocios hasta la amistad.

2.8.6. Niñez

Para Craig (2001), la niñez media es una edad que abarca de los seis a los 12 años. Afirma que es un periodo interesante para aprender y perfeccionar varias habilidades, desde: la lectura, la escritura y las matemáticas, hasta jugar o practicar algún deporte.

El niño se concentra en probarse a sí mismo, en superar sus propios retos y los que el mundo le impone. Si tiene éxito, se va a una persona capaz y segura de sí misma; si fracasa, puede expresar sentimientos de inferioridad o tener un sentido débil del “yo” (p.274).

2.8.7. Socialización

Adriana Fernández (2008), describe la socialización tradicional: “...como un proceso continuo en el que los individuos aprehenden, aprenden y transmiten aspectos sustantivos, significativos y simbólicos del mundo social, que los involucra en un espacio y tiempo específicos” (p.1).

Para la autora, este es un proceso progresivo y continuo, donde los niños edifican sus propias historias, y contribuyen a la construcción social desde la familia hasta la comunidad.

Capítulo 3

Marco metodológico

El presente capítulo describe la metodología utilizada para la realización de la investigación.

Esta caracteriza el tipo de investigación, el enfoque metodológico, las fuentes y los sujetos de información, la población de estudio, el enfoque investigativo, el cálculo de la muestra, los métodos e instrumentos de recolección de datos, así como la definición de términos y operacionalización de variables.

3.1. Definición del enfoque y método de investigación utilizado

Según Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández y Pilar Baptista (2010): "...la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno" (p.4). Esta se ha polarizado en dos aproximaciones principales, desde el siglo pasado: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo.

No obstante, es importante destacar que ambos enfoques tienen sus características propias. El enfoque cualitativo para los autores mencionados anteriormente, es un conjunto de procesos que preceden unos a otros; con el fin de recolectar datos y probar hipótesis, basados en la medición numérica y el análisis estadístico, para probar teorías y patrones de comportamiento. Mientras que el enfoque cuantitativo recolecta datos sin medición numérica, para descubrir preguntas de investigación; mientras se lleva a cabo la interpretación.

Específicamente, la presente investigación presenta un enfoque mixto; dado que se utilizaron tanto técnicas de investigación cuantitativa como cualitativa.

Según Hernández y Mendoza (citados por Hernández et al, 2010): "...los métodos mixtos representan un conjunto de procesos: sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos; así como su integración y discusión conjunta para

realizar inferencias: producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno en estudio” (p.546).

3.2. Tipo de investigación

Existen varios tipos de investigación. Para Hernández et. al. (2010) son las siguientes:

- Investigación exploratoria: se realiza para obtener un primer conocimiento de una situación y luego realizar una investigación posterior más profunda. Por lo general, es descriptiva, pero puede llegar a ser explicativa.
- Investigación descriptiva: describe cualitativa y cuantitativamente los fenómenos que se desean investigar. Se sitúa en un primer nivel del conocimiento científico. Usa la observación, estudios correlacionados y de desarrollo o seguimiento.
- Investigación explicativa: explica los fenómenos y el estudio de sus relaciones para conocer su estructura y los aspectos que intervienen en su dinámica.
- Investigación experimental: estudia las relaciones de causalidad que utiliza la metodología experimental, con la finalidad de controlar los fenómenos (p.6).

La investigación propuesta por su parte, es de tipo exploratorio y descriptivo:

- Exploratorio; porque se pretende conocer por primera vez, la percepción que tienen los niños en edades escolares del Área Metropolitana de una escuela pública y una privada, con respecto del uso de las redes sociales.
- Es también descriptivo; porque su propósito es la delimitación de los hechos, que conforman los objetivos de la investigación, cuando desarrollan las variables de investigación.

3.3. Fuentes de información

Las fuentes de información permiten generar ideas de investigación. Una fuente primaria corresponde a una persona o documento, que brinda: información directa, precisa y veraz, sobre el tema de investigación. Por lo que estas pueden ser físicas o materiales. Según Gómez (2010), algunas fuentes publican o suministran datos solamente recogidos por ellas mismas, lo cual se denomina fuentes primarias (p.28).

Las secundarias son las resultantes de la interpretación y del análisis profundo, de una fuente primaria. Para Gómez (2010): "...es cualquier publicación que contenga información recogida por otra fuente" (p.30).

Para el desarrollo de esta investigación se trabajó con las siguientes fuentes:

- Fuentes primarias: Los estudios del uso de las redes sociales referentes al tema; los resultados recolectados de los cuestionarios que fueron aplicados a niñas y niños de las escuelas definidas, sus madres, padres y docentes; la información de las escuelas durante la aplicación de los cuestionarios; la opinión de un experto en el tema y demás observaciones que aporten a la propuesta a desarrollar.
- Fuentes secundarias: Los artículos que provienen de las investigaciones primarias.

3.4. Sujetos de información

A continuación se mencionan los sujetos de información:

- Niñas y niños en edad escolar de la escuela pública Juan Rafael Mora Porras y de la escuela privada Saint Jude School.

- Madres y padres de familia de las niñas y niños de la escuela pública Juan Rafael Mora Porras y de la escuela privada Saint Jude School.
- Docentes de las escuelas mencionadas anteriormente.

3.5. Métodos de recolección de datos

Existen diferentes tácticas para la recolección de datos: observación, entrevista o enumeración, correo y registro. Gómez (2010), las describe de la siguiente manera:

- Observación: los datos son recogidos por el investigador observando lo que le interesa y utilizando algún procedimiento para recopilar sus observaciones.
- Entrevista: un entrevistador visita a la persona que tiene la información y la obtiene de ella a través de una serie de preguntas, que vienen planteadas en un cuestionario. O bien, un entrevistador llama a la persona que tiene la información y la obtiene de ella a través de una serie de preguntas que vienen planteadas en un cuestionario, por medio de una llamada telefónica, utilizada especialmente en estudios de: opinión pública, preferencias políticas y en las investigaciones de mercado.
- Correo: consiste en enviar un cuestionario para que lo llenen y lo devuelvan, a las personas o entidades que tienen la información deseada.
- Registro: consiste en obtener información haciendo obligatorio el registro de ciertos hábitos usados, casi exclusivamente por las oficinas públicas (p.33).

De lo anterior, se definen las técnicas que fueron utilizadas en la presente investigación:

- Entrevista: dirigida al periodista José Rodolfo Ibarra: consultor en el tema de las redes sociales.

- Observación: se observó el comportamiento de los niños, durante la aplicación de los cuestionarios. (Ver Anexo 1: Guía de Observación).
- Análisis documental por medio del registro: aquí se incluyen todo lo que son: libros, artículos y páginas de Internet; referentes al tema de las redes sociales en Costa Rica. La búsqueda de la información se realizó vía Web y también de manera física, en las bibliotecas de la Universidad de Costa Rica. Se consultaron las tesis existentes, y se procedió a investigar en instituciones relacionadas con el tema de la niñez; tal es el caso de la Fundación Paniamor y de la Fundación Omar Dengo, las cuales trabajan en el tema de la tecnología con los niños.

3.6. Instrumentos de recolección de datos

Brace (citado por Hernández et al, 2010) afirma que: "...un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis" (p.216).

Para los fines de esta investigación, los cuestionarios son la herramienta principal. Se desarrollaron varios; con el fin de aplicarlos a los niños, a los padres y madres y docentes (Ver anexo 2, 3 y 4: cuestionario para niños, cuestionario para padres y cuestionario para docentes; respectivamente).

Por otra parte, se diseñó una guía de entrevista. Esta consiste en un listado de preguntas que se hicieron a la persona experta en redes sociales (Ver anexo 5: Guía de entrevista).

Según María Luisa Vázquez y María Rejane Ferreira (2006), el fin de la entrevista individual es explorar un tema, mediante preguntas por medio de una guía semiestructurada, que no obliga a seguir un orden determinado; sino que se consulta para evitar el olvido de algún tema.

El instrumento se dividió en diferentes secciones; según la población a la que va dirigida. En el caso de los niños los temas son: el acceso a Internet, conocimiento en redes sociales, y la red social Facebook; específicamente.

Para las madres y padres de familia, las preguntas se relacionan con: el acceso a Internet, la experiencia personal de las redes sociales, sus hijas e hijos en las redes sociales y las redes sociales específicamente, y en el caso de los docentes, la experiencia personal de las redes sociales, sobre las redes sociales, sobre el acceso a Internet en la escuela y las redes sociales como herramienta didáctica.

Dichos temas obedecen a la necesidad de acercarse más al público meta, de la presente investigación y tener certeza acerca de lo que conocen y manejan o no, en estas áreas.

Asimismo, se incluyó un apartado de datos personales en todos los cuestionarios, para clasificar a las personas por: edad, género, residencia y escuela de la que proceden, de la que proceden sus hijos o donde imparten lecciones.

3.7. Población de estudio

La población de estudio está constituida por:

- 206 niñas y niños en edad escolar, de los cuales 107 son hombres y 98 mujeres. Estos estudian en la escuela Saint Jude y en la Juan Rafael Mora Porras. Ambas ubicadas en el área Metropolitana. Los niños cursan los grados de 4to a 6to, con edades que oscilan entre los 9 y los 14 años. Se escogieron estos grados para obtener comparaciones y conclusiones, en cuanto al uso de las redes sociales. En la escuela Saint Jude se realizó un censo y en la escuela Juan Rafael Mora Porras se aplicó un muestreo, pues la población es relativamente grande.

- Madres y padres de familia de las escuelas seleccionadas, con edades entre los 30 y los 40 años. Estos fueron una población de 87 personas. Al igual que en el caso de los niños, se realizó un censo a los padres de la Escuela Saint Jude y un muestreo a los de la Juan Rafael Mora.
- Censo a ocho docentes de ambas escuelas, de Inglés, Francés, Mandarín, Hogar, Música, Ciencias y Estudios Sociales.
- Se censó al profesional en redes sociales, el periodista José Rodolfo Ibarra, presidente del Colegio de Periodistas de Costa Rica.

3.8. Cálculo del tamaño de la muestra

En el centro educativo público se aplicó un cuestionario por muestreo al azar, tomando una clase de cada grado, pues como se mencionó anteriormente, la población es relativamente grande comparada con la de escuela privada.

Asimismo se aplicó un muestreo al azar a las madres y padres de esos niños.

3.9. Validación

Para validar la herramienta se hizo un plan piloto y luego un reporte con las nuevas sugerencias. Esto quiere decir que se elaboró un cuestionario de prueba, luego se aplicó a alrededor de 8 niñas y niños para ver si comprendían las preguntas o si existía alguna dificultad en su desarrollo. Seguidamente, se analizaron los diferentes casos y se realizó un cuestionario final incluyendo todas las observaciones y sugerencias de la de prueba. Asimismo, se contó con la revisión de un profesional experto en el tema de estadística.

Cabe destacar que, en el caso de la entrevista y la observación no hay un proceso de sustentación de la confiabilidad esto porque se basa en la mera

opinión de lo que dice el entrevistado y las personas que hicieron las observaciones a su criterio.

3.10. Definición de términos y operacionalización de variables

Basándose en los objetivos, se pueden definir las diferentes variables, con base en su operacionalización e instrumentalización:

3.10.1. Redes sociales

- **Conceptualización:** según la doctora Fátima Martínez (2010), la red social es la red de personas más cercanas al individuo, que ejerce una influencia directa o indirecta en este. Para las investigadoras, las redes sociales se entienden además en un contexto virtual; porque son nuevas formas de comunicarse y relacionarse en Internet, ellas han atraído la atención de cientos de millones de usuarios, en el mundo; tanto niños como adultos.
- **Operacionalización:** conocimiento, tipos, integración, uso, ventajas y peligros. Subvariables: redes sociales para niños, redes sociales para adultos en general, redes sociales de expresión, redes sociales de profesionales, redes sociales de juegos, redes sociales de productos y lugares, entre otras.
- **Instrumentalización:** preguntas número 6 a la 13 del cuestionario de niños, preguntas número 18 a la 25 del cuestionario de padres de familia, y preguntas número 7 a la 13 del cuestionario de profesores.

3.10.2. Riesgos de las redes sociales

- **Conceptualización:** según la Real Academia de la Lengua Española, un riesgo es una contingencia o la proximidad de un daño. En la presente investigación, se consideró el término riesgo en las redes sociales, no solo como la difusión de los datos personales; sino también el uso excesivo e inapropiado de las herramientas digitales, cuya oferta de entretenimiento va más allá de las redes, e involucra todas las aplicaciones en la Web.
- **Operacionalización:** conocimiento y tipos. Subvariables: estafas, anuncios clasificados, ventas fraudulentas, secuestros, *hackeos*, filtración de datos, virus, publicación de pornografía, violencia, entre otros.
- **Instrumentalización:** preguntas número 12 y 13 del cuestionario de niños, preguntas número 18 y 19 del cuestionario de padres de familia, y pregunta número 7 del cuestionario de profesores.

3.10.3. Percepción de las redes sociales

- **Conceptualización:** Gilberto Oviedo (2004) plantea que el concepto de percepción inició en Alemania, con el movimiento Gestalt, de la mano de los investigadores Wertheimer, Koffka y Köhler, en los inicios del siglo XX. Para ellos, la percepción es la actividad fundamental de la actividad mental, y suponen que las demás actividades psicológicas como: el aprendizaje, la memoria, el pensamiento, entre otros; también dependen del adecuado funcionamiento de organización perceptual (Oviedo, 2004, p.89).

Por ello, la percepción de las redes sociales va a ser definida, para fines del estudio, como la organización perceptual de los niños y niñas

con respecto de: las redes sociales, sus beneficios, usos y posibles riesgos, y la de sus padres de familia.

- Operacionalización: conocimiento, tipos, integración, uso, ventajas y peligros. Subvariables: percepción positiva y percepción negativa.
- Instrumentalización: preguntas número 6 a 13 del cuestionario de niños, preguntas número 8 a 12 del cuestionario de padres de familia, y preguntas número 1 a 6 del cuestionario de profesores.

Capítulo 4
Análisis e interpretación de resultados

Este capítulo comprende la descripción y el análisis de los datos obtenidos durante el proceso de investigación de campo.

Primeramente se detalla un perfil de las familias seleccionadas, luego se analizan los resultados de las niñas y niños por escuela, así como los de sus progenitores y docentes. Finalmente, se cierra con los principales datos extraídos de la entrevista realizada al periodista José Rodolfo Ibarra.

4.1. Análisis de los resultados aplicados a las familias

En el siguiente apartado se realizó un análisis a través de la observación, en ambos centros educativos y de los resultados obtenidos de los cuestionarios, aplicados a niñas, niños, madres, padres y docentes.

Cabe destacar que el proceso de búsqueda de las instituciones privadas para realizar la investigación fue más difícil que en las escuelas públicas. Esto probablemente se debe a que el manejo de la información es más cuidadoso. Además, existen disposiciones de las juntas directivas que restringen este tipo de pesquisas.

4.1.1. Perfil de familias por escuela

A continuación se realiza una breve descripción del perfil de las familias estudiadas, en la presente investigación.

a) Familias de la escuela Juan Rafael Mora Porras

- El perfil de la mayoría de las familias de la Juan Rafael Mora Porras es de un nivel socio económico bajo y medio-bajo en general.

- Las madres y padres de familia solo han aprobado la educación primaria, en su gran mayoría.
- Las madres son amas de casa, empleadas domésticas, dependientes o comerciantes informales y los padres son: obreros de construcción, dependientes o comerciantes informales.
- Cuando los padres de familia trabajan, los niños quedan a cargo del cuidado de algún familiar o en guarderías. Por lo general pasan la mitad del día con estas personas.
- No solo existen familias típicas constituidas por un padre y una madre; porque existen familias, donde la jefa de familia es madre soltera.
- Cada familia tiene por lo general entre dos y tres hijos.
- Las casas en donde habitan son propias, y se localizan en zonas urbano-marginales.
- Se presenta agresión familiar en algunos hogares.

b) Familias de la escuela Saint Jude School

- El perfil de la mayoría de las familias de la Saint Jude, es de un nivel socio económico medio, medio-alto y alto en general.
- Las madres y padres de familia son profesionales con título, en su gran mayoría.
- Las madres son amas de casa, ejecutivas, empresarias, y los padres son: ejecutivos, gerentes o dueños de empresas.
- Cuando los padres de familia trabajan, los niños quedan a cargo del cuidado de alguna empleada doméstica.
- No solo existen familias típicas constituidas por un padre y una madre; porque existen familias, donde los padres son divorciados o viven en otro país.
- Cada familia tiene por lo general entre uno y tres hijos.
- Las casas en las que habitan son propias y se localizan en zonas residenciales.

4.2. Análisis de resultados aplicados a la población infantil de estudio

El estudio implicó la aplicación de un cuestionario en dos centros educativos. Se escogió una escuela pública, la Juan Rafael Mora Porras (JRMP), de San José y una escuela privada: la Saint Jude School (SJS), ubicada en Santa Ana (Ver anexo 6: Tablas de resultados por escuela). En adelante se hará referencia a estas siglas, para nombrar a los centros educativos en estudio. La selección obedeció a las diferencias sociales y económicas presentes, en las poblaciones que asisten a cada uno de ellos.

Se aplicó un cuestionario a un total de 206 niñas y niños de cuarto, quinto y sexto grado. El desglose por escuela, en cantidad de estudiantes, es el siguiente: 85 asisten a la escuela Juan Rafael Mora Porras y 121 a la escuela Saint Jude. Se consideró la cantidad de estudiantes en cada centro educativo, en los niveles escogidos para la aplicación del instrumento.

4.2.1. Perfil de las y los estudiantes

Las escuelas seleccionadas fueron la Juan Rafael Mora Porras (JRMP) y la Saint Jude School (SJS). De ahora en adelante se hará mención a éstas por medio de sus siglas.

A manera de descripción de ambas escuelas, se detalla que la SJS concentra a un segmento de clase media-alta, alta; mientras que la escuela JRMP es una institución que recibe a población urbano marginal, con estudiantes: costarricenses, nicaragüenses e incluso colombianos; según comentó la maestra de Educación Preescolar Lissette Hernández.

Esto se evidencia, cuando se consultan los lugares de residencia de los estudiantes. Quienes estudian en la SJS proceden de lugares como: Escazú, Santa Ana, Belén, residenciales de Alajuela, Heredia y otros, lo que denota cierto perfil socioeconómico.

Las niñas y niños de la JRMP viven en lugares como: La Carpio, Lomas del Río, Pavas, Barrio México y otros barrios urbano- marginales (Para mayor detalle, ver anexo 7: Lugares de residencia de los estudiantes).

Otro dato interesante es la cantidad de hombres y mujeres, dentro de las poblaciones de estudio. Como se puede observar en el siguiente cuadro, la mayoría de los estudiantes de ambas escuelas son varones:

Cuadro 1.						
Relación entre el género de los estudiantes y el grado que cursan						
EDAD	GÉNERO					
	TOTAL		MASCULINO		FEMENINO	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
9 AÑOS	26	12.7%	12	11.2%	14	14.3%
10 AÑOS	55	26.8%	32	29.9%	23	23.5%
11 AÑOS	68	33.2%	34	31.8%	34	34.7%
12 AÑOS	42	20.5%	23	21.5%	19	19.4%
13 AÑOS	12	5.9%	6	5.6%	6	6.1%
14 AÑOS	2	1.0%	0	0.0%	2	2.0%
TOTAL	205	100.0%	107	100.0%	98	100.0%

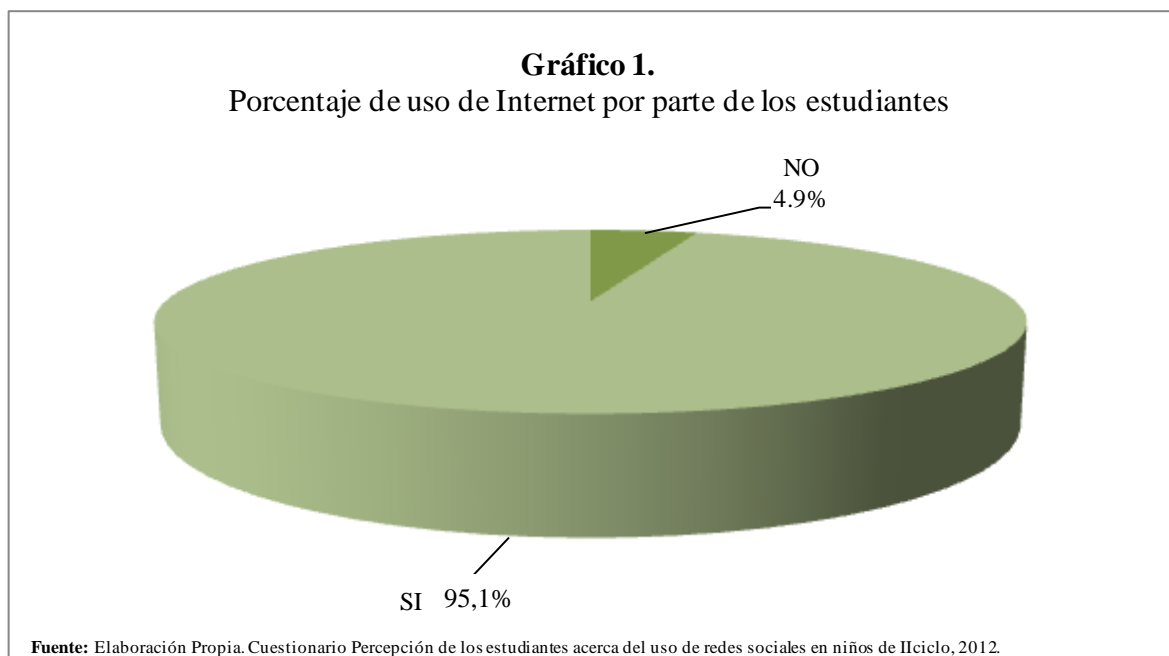
Fuente: Elaboración Propia. Cuestionario Percepción de los estudiantes acerca del uso de redes sociales en niños de segundo ciclo. 2012.

En la escuela privada: el 56.2% son hombres y el 43.0% son mujeres. Esta cantidad de estudiantes se divide por grados de la siguiente forma: el 34.7% son de cuarto, el 38.0% son de quinto, el 26.0% de sexto y el 1.7% no especificó el grado en el que se encuentra.

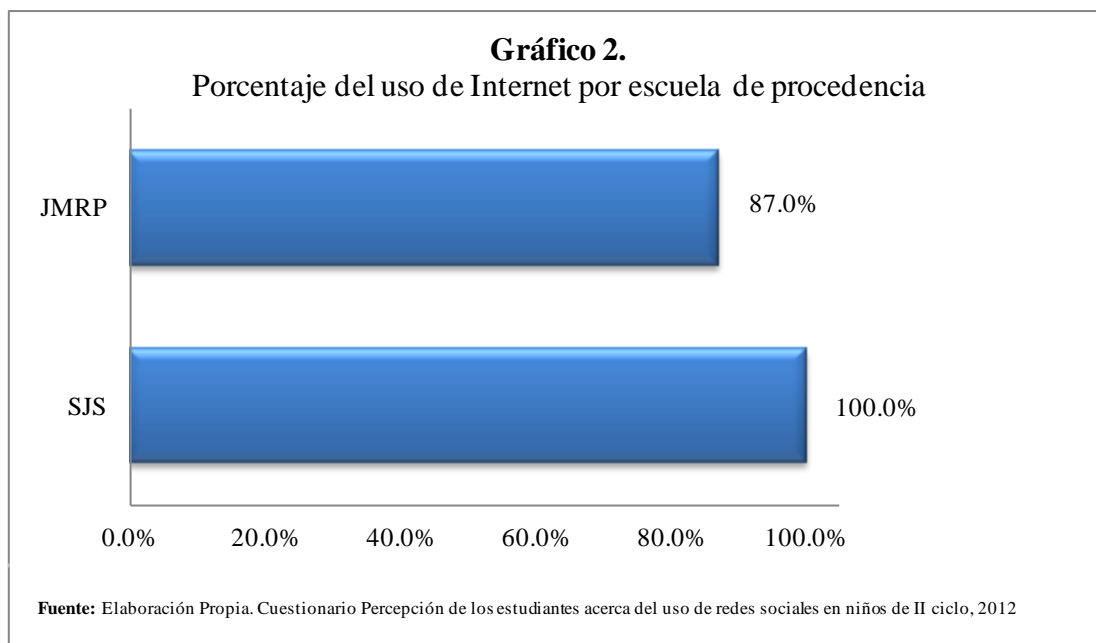
En la escuela pública: el 45.9% son hombres y el 54.1% son mujeres. De ellos: el 22.3% son de cuarto grado, el 21.5% cursan quinto, el 27.3% están en sexto y el 0.8% no indicó una respuesta. En ambas escuelas, las edades oscilan entre los nueve y los 14 años.

4.2.2. Sobre el uso de Internet

Con respecto del uso de Internet: el 95.1 % de la población total consultada de ambas escuelas, afirmó utilizarlo regularmente, como se aprecia en siguiente gráfico:



No obstante, a la hora de comparar los resultados de cada uno de los centros educativos, los datos son diferentes; según se aprecia a continuación:



Como se muestra en el gráfico anterior, en la escuela pública: el 87% usa Internet, contra el 100% de uso en la escuela privada.

Sin embargo, se considera que el porcentaje de uso diario en la escuela pública es bastante alto, dadas las características sociodemográficas de la población que asiste.

Esto se aprecia con más detalle en el siguiente gráfico:

Cuadro 2.
Uso de Internet por parte de los estudiantes

USO DIARIO DE INTERNET	ESCUELA EN LA QUE ESTUDIA					
	TOTAL		SJS		JRMP	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
SI	106	51.5%	74	60.7%	32	38.1%
NO	100	48.5%	48	39.3%	52	61.9%
TOTAL	206	100.0%	122	100.0%	84	100.0%

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario Percepción de los estudiantes acerca del uso de redes sociales en niños de segundo ciclo, 2012.

En la escuela Saint Jude: el 60.7% usa Internet a diario, mientras que en la Juan Rafael, apenas: el 38.1% afirmó usarlo con esta periodicidad. Esto se debe:

primero al perfil de estudiantes que asisten a dicho centro educativo privado y segundo, a los requerimientos de la misma escuela.

Una de las profesoras de Matemática de dicha institución, la señora Viviana Macaña, indicó en la conversación realizada el día 13 de abril, que como requisito para asistir a dicha escuela, hay que tener Internet en el hogar. En la mayoría de las materias usan una red social interna llamada T-Box Planet y tanto estudiantes como madres y padres de familia deben usarla para: comunicados, tareas y trámites administrativos. Este panorama es muy distinto en la escuela pública, tal como se mencionó anteriormente; pues el perfil socioeconómico y demográfico es diferente.

Otro factor interesante es el acceso a Internet desde los hogares. Esto es notable en el cuadro siguiente, donde se observa la relación entre el acceso a Internet desde sus hogares y la escuela donde estudian:

Cuadro 3.						
Relación entre el acceso a Internet desde el hogar y la Escuela de procedencia						
CONEXIÓN DESDE LA	ESCUELA EN LA QUE ESTUDIA					
	TOTAL		SJS		JRMP	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
SI	177	85.9%	117	96.7%	60	70.6%
NO	29	14.1%	4	3.3%	25	29.4%
TOTAL	206	100.0%	121	100.0%	85	100.0%

Fuente: Elaboración Propia. Cuestionario Percepción de los estudiantes acerca del uso de redes sociales en niños de segundo ciclo. 2012.

En ambos centros educativos, el acceso desde el hogar representa la principal forma de conectarse; seguida por la casa de los amigos. En el caso de la escuela pública: el 70.6% se conecta desde sus casas; mientras que el 14% de ellos se conecta desde la casa de sus amistades y en igual porcentaje, desde un café Internet. En la SJS: el 96.7% se conecta desde el hogar y el 38.9% lo hace desde la casa de los amigos.

Las diferencias con respecto de otras formas de conexión, por medio de dispositivos móviles entre ambas instituciones, también son evidentes. Por ejemplo, en la escuela Saint Jude: el 14.9% afirmó que se conecta a Internet por medio de dispositivos como: Ipad, Ipod y celulares; mientras que en la escuela Juan Rafael Mora Porras, tan solo: el 5.9% indicó hacerlo por esos medios; pero solo se hizo mención del celular.

Cuadro 4.				
Actividades para las que los estudiantes utilizan Internet				
ACTIVIDADES	ESCUELA			
	SJS		JRMP	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Chatear con amigos	88	20.5	46	23.1%
Ver videos musicales y graciosos	90	21.0	45	22.6%
Buscar información para tareas	96	22.4	40	20.1%
Bajar música o escucharla	75	17.5	38	19.1%
Enviar y recibir correos electrónicos	55	12.8	20	10.1%
Otro	25	5.8	10	5.0%
TOTAL	429	100	199	100%

Fuente: Elaboración Propia, Cuestionario Percepción de los estudiantes acerca del uso de redes sociales en niños de II ciclo. 2012

Como se observa en el cuadro anterior, en ambas instituciones las actividades para las que más se utiliza Internet desde el hogar son iguales. Estas son: *chatear* con amigos, ver videos y realizar búsquedas de información para tareas.

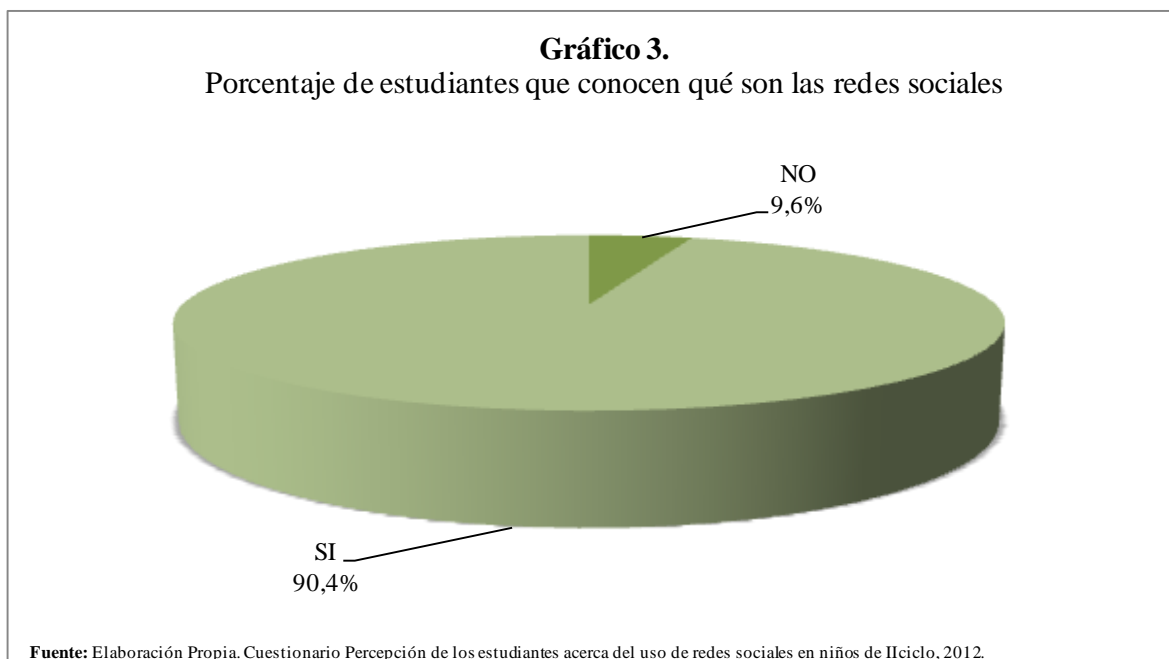
Este resultado evidencia la importancia de Internet, como herramienta de socialización infantil y además, como apoyo a la docencia y a los procesos de aprendizaje, que sí están siendo aprovechados en la SJS; gracias a la integración de la tecnología y la vivencia diaria de: estudiantes, madres y padres de familia.

La actividad lúdica que se menciona en los resultados, como otra tarea adicional para la que se usa Internet es jugar en línea, en ambos centros educativos.

4.2.3. Conocimiento de las redes sociales

En este apartado, se quiso determinar el conocimiento que tienen los escolares acerca de las redes sociales.

En general, la mayoría de estudiantes consultados saben qué son, como se muestra a continuación:

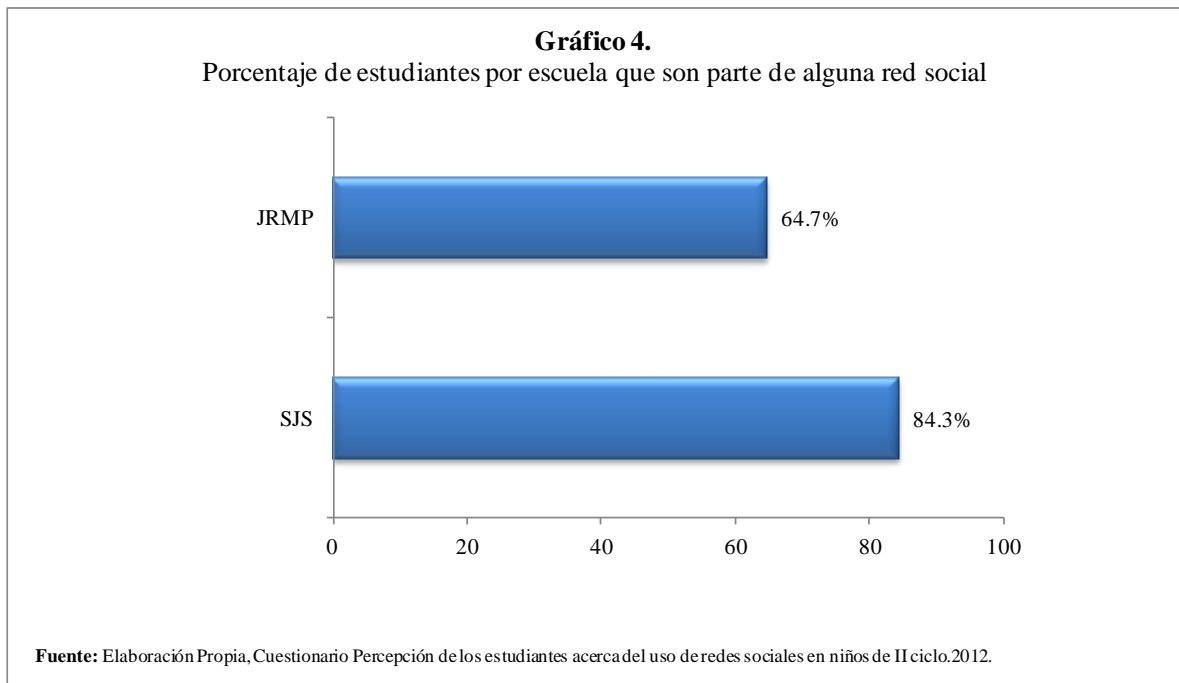


Asimismo, en el siguiente cuadro se detallan los resultados por escuela, en cuanto al conocimiento que los estudiantes tienen acerca de las redes sociales, y su relación con estas:

Cuadro 5.						
Conocimiento de los estudiantes por escuela acerca de las redes sociales						
VARIABLE	ESCUELA A LA QUE ASISTE					
	SJS			JRMP		
	SI	NO	TOTAL	SI	NO	TOTAL
Sabe qué son las redes sociales	90.4%	9.6%	100.0%	88.7%	11.3%	100.0%
Es parte de una red social	84.3%	15.7%	100.0%	64.7%	35.3%	100.0%
Le asustan las redes sociales	69.4%	30.6%	100.0%	54.5%	45.5%	100.0%

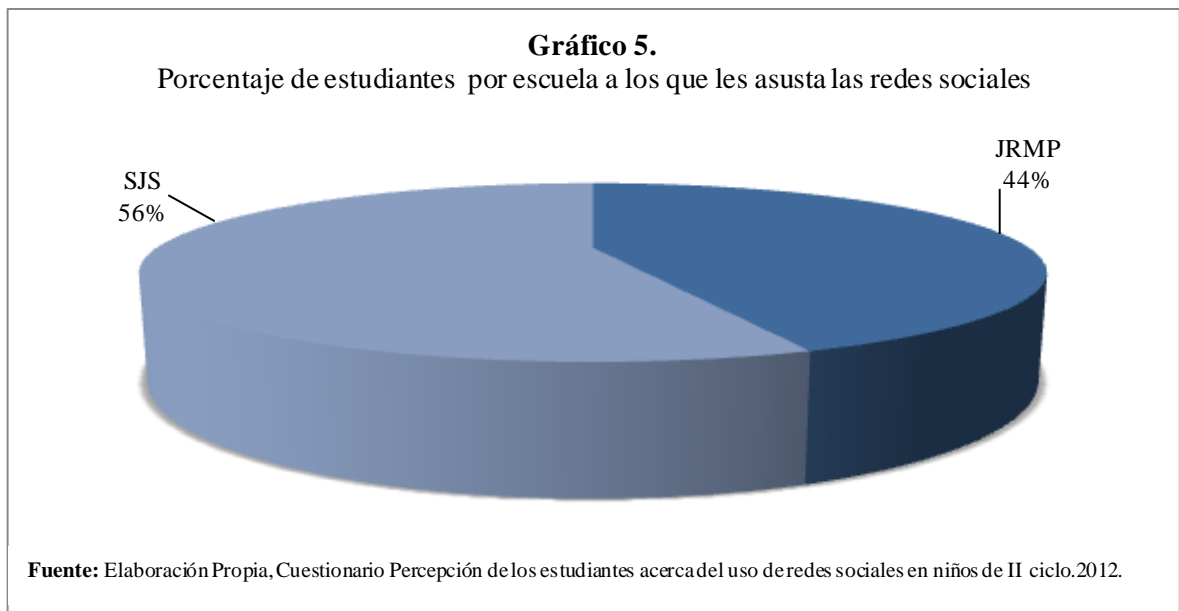
Fuente: Elaboración Propia, Cuestionario Percepción de los estudiantes acerca del uso de redes sociales en niños de II ciclo, 2012.

Según el cuadro anterior, la mayoría de estudiantes de ambos centros educativos conocen qué son las redes sociales. El porcentaje de respuesta es similar en ambos casos, a pesar del contacto diario que tiene el grupo de estudiantes de la SJS con las redes, incluyendo la de su escuela. Esto se evidencia en el siguiente gráfico, que ilustra los resultados del total de encuestados:



Con respecto a la consulta de si los estudiantes son parte de alguna red social, los resultados por escuela varían; según se observa en el cuadro 5. El 84.3% de quienes asisten a la Saint Jude respondieron positivamente; mientras que un 64.7% de los estudiantes de la Juan Rafael Mora Porras están en una red social, y representa veinte puntos porcentuales menos.

Otro dato destacable, es el alto porcentaje de estudiantes de ambas escuelas, que indican tener temor de las redes sociales; por diversos motivos. En ambos casos, representan más de la mitad de los consultados.



Curiosamente, en la escuela pública Juan Rafael Mora Porras, el porcentaje que indicó que les atemoriza es menor a la escuela privada; según se muestra en el gráfico 5.

Por otra parte, se quiso conocer las razones por las cuales las niñas y los niños no son parte de una red social; con el fin de determinar si es porque son vigilados por sus progenitores o bien, si es el miedo lo que les hace no ser parte de una red, entre otros factores importantes en este resultado. No obstante, la principal razón fue una diferente.

En ambos casos, no les interesa formar parte de las redes en esta etapa, en la que se encuentran.



Ahora, si se revisan los porcentajes de manera separada, los resultados son: en la SJS: el 55% manifestó esta razón como la más importante; mientras que en la JRMP: el 43.8% mencionó este motivo como principal. El segundo motivo que aparece en la lista es el hecho de que las mamás y los papás no les dan permiso (20% en la escuela privada y 9.4% en la escuela pública).

En cuanto a gustos, se les preguntó acerca de los aspectos que más les agradan de las redes sociales. En la escuela privada, lo principal es tener nuevos amigos (25.7%), y en segundo lugar subir y compartir videos (21.2%). En la escuela pública, los resultados son iguales; pero en orden inverso: subir fotos y videos (28.8%) y hacer amigos (26.1%). Para los encuestados de ambas escuelas, otra de las acciones que más les gusta de las redes sociales, es el poder *chatear* con amigos.

No obstante, la principal ventaja de las redes sociales es percibida de forma diferente, para los estudiantes de cada centro educativo. Quienes son parte de la escuela Saint Jude mencionan, que lo más importante es mantener contacto con amigos y familia (69.4%), incluso un par de ellos manifestaron tener a su papá en

otro país; mientras que en la JRMP, la ventaja principal es compartir información (43.5%).

Al consultarles las razones por las que no les asustan las redes, los que asisten a la escuela Saint Jude mencionaron lo siguiente: saben cómo cuidarse (25%) y tienen todo bloqueado (23%). En la escuela JRMP, indicaron que las principales razones por las que no tienen miedo a las redes es porque son seguras y porque son normales o no son percibidas por ellos como malas (12.4%).

Finalmente, se les preguntó acerca de la característica que más les asusta de las redes sociales. El 38.9% de los pertenecientes al centro educativo privado, mencionó que es el hecho de que alguien publique un secreto de él o ella que es privado. En otras palabras, exponerlos de alguna forma ante los demás. Lo que más les atemoriza a las niñas y niños de la escuela Juan Rafael Mora Porras, es que alguien use sus fotos (29.5%).

Los temores también son diferentes, de acuerdo con la escuela donde estudian, como se describe más adelante.

Con respecto de las redes sociales más populares entre los consultados: el 96.7% de estudiantes mencionaron a Facebook en primer lugar; contra 85.9% de estudiantes de la escuela pública. La segunda red social que es de mayor conocimiento por parte de los infantes, es Youtube en ambos casos.

4.2.4. Sobre Facebook

La red social más popular entre los estudiantes es Facebook, y es a ella a la que pertenecen gran parte de los consultados; a pesar de que la gran mayoría de ellas y ellos no tiene el requisito de edad para el registro (más de 13 años). Es decir, las niñas y los niños deben alterar su edad para poder crear un perfil.

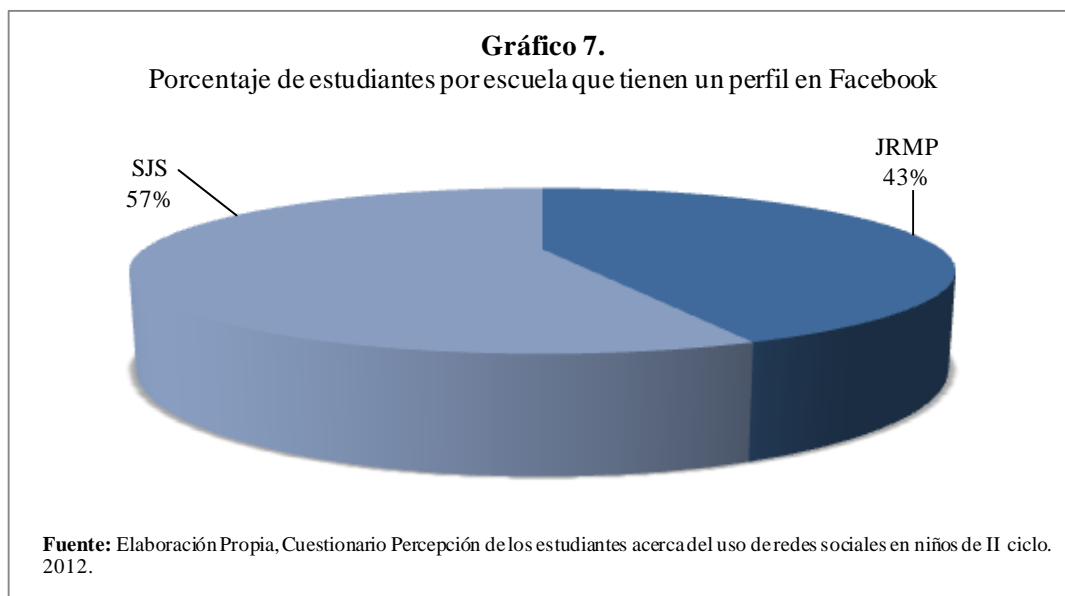
En el cuadro siguiente se detalla la información referente a Facebook y a los amigos que los estudiantes tienen en dicha red social, separados por escuela de procedencia:

Cuadro 6.						
Relación de los estudiantes con Facebook						
VARIABLE	ESCUELA A LA QUE ASISTE					
	SJS			JRMP		
	SI	NO	TOTAL	SI	NO	TOTAL
Tiene cuenta en Facebook	79.7%	20.3%	100.0%	63.5%	36.5%	100.0%
Conocen a todos los amigos que tienen en	90.0%	10.0%	100.0%	75.0%	25.0%	100.0%
Usan Facebook para hacer amigos	62.0%	38.0%	100.0%	70.6%	29.4%	100.0%

Fuente: Elaboración Propia, Cuestionario Percepción de los estudiantes acerca del uso de redes sociales en niños de II ciclo. 2012.

Según los datos anteriores, se evidencian algunas diferencias en cuanto al uso de Facebook y la relación con los amigos, de acuerdo con la escuela de procedencia. Por ejemplo, es mayor la cantidad de infantes que tienen perfil en Facebook y que pertenecen a la escuela SJS. El 79.7% de ellos afirmó ser parte de dicha red; mientras que solo el 63.5% de los consultados de la JRMP, tienen una cuenta en Facebook.

Adicionalmente, los estudiantes de este mismo centro educativo, afirmaron conocer en mayor medida a los amigos que tienen en dicha red y a diferencia de los de la escuela JRMP, usan menos Facebook para hacer amigos (70.6% contra un 62.0% de la SJS). A continuación se presenta el gráfico 7, que muestra los porcentajes de estudiantes, con un perfil en Facebook por escuela:



Como puede observarse en el gráfico anterior, son más los estudiantes de la escuela privada, los que forman parte de la red social Facebook.

En este sentido, se quiso conocer las razones por las que algunos de ellos no tienen una cuenta en dicha red, a pesar de la popularidad que goza entre los infantes. La principal razón para ambos grupos de estudiantes, es que sus papás no los dejan ser parte de dicha red social. Veinticuatro estudiantes de ambas escuelas lo indicaron de esta forma, de estos: el 38.5% son de la SJS y el 13.3% de la JRMP. En esta última, ese mismo porcentaje corresponde al hecho de no tener interés en abrir una cuenta en la red.

Además, en algunos casos, hay autoconciencia de que no tienen la madurez o la edad necesaria para poder usar adecuadamente el perfil. Dos niños (una niña de la SJS y un niño de la JRMP), mencionaron que aún no tienen trece años o que son muy pequeños.

Quienes sí tienen una cuenta en Facebook, usan la red para publicar diferentes tipos de mensajes. El principal tipo de publicaciones que hacen los estudiantes de la Saint Jude es el de comentarios (28.7%), sea en sus muros o en el de sus

amigos; seguido de subir fotos personales (14.3%). En el caso de la escuela Juan Rafael Mora Porras, los comentarios también son los más populares (22.4%); pero el segundo tipo de publicación en este caso, son los videos (19.1%): sea musicales, graciosos; entre otros.

Se les consultó si saben la cantidad de amigos que tienen, las respuestas en ambas escuelas oscilan entre los 20 amigos a los 1000 aproximadamente; por lo que se puede deducir, que muy probablemente muchos de ellos inventaron la cifra; ya sea por no manejar a conciencia el número exacto o por querer destacarse entre sus amistades; o bien el número significativo de amigos a edades tan tempranas, puede considerarse un riesgo.

Estos estudiantes dedican la mayoría del tiempo que usan Facebook, para diversas actividades. La principal en ambas escuelas es chatear con amigos (Saint Jude: 44.6% y Juan Rafael Mora Porras: 39.4%). No obstante, la segunda actividad para la que usan dicha red social es para jugar. En la escuela privada esto representa el 23.8%; mientras que en la pública es mayor el porcentaje: 30.3%, los cuales reportaron usar esta plataforma para jugar.

Dado que el contacto con amigos y familiares es una de las ventajas de las redes sociales, y Facebook no es la excepción, se les consultó a los estudiantes si usan Facebook para hacer amigos. El 57.9% de los estudiantes de la SJS indicaron que si y el 60.6% de los de la JRMP respondieron igual.

Una de las preocupaciones de la presente investigación, fue conocer si las niñas y los niños aceptan a cualquier persona en Facebook; o si existen ciertos requisitos para hacerlo. En el caso de las dos escuelas, los principales requisitos son: ser amigo o amiga, o bien, ser familiar. Por otra parte, en la escuela pública, el 11% de los encuestados dijo que no hay ningún requisito; mientras que en la escuela privada solo uno afirmó, que cualquier persona podía ser aceptada como amiga o amigo suyo en Facebook.

4.2.5. Tiempo de uso de Facebook

En este apartado, se consultó a los infantes acerca del tiempo cuando usan Facebook. En ambas escuelas, esto representa más de una hora al día. Los porcentajes correspondientes son: 38.5% en la escuela Saint Jude y en el caso de la Juan Rafael Mora Porras, es: el 32.9%.

Otro aspecto por considerar, era la supervisión de las madres y padres de familia; mientras sus hijas e hijos utilizan las redes sociales. Sin embargo, como parte de la investigación, surgió la interrogante de si los progenitores supervisan más a los niños o a las niñas; o por el contrario, si dicha supervisión depende de la edad del escolar. Estos resultados se muestran a continuación:

Cuadro 7.						
Relación entre el género de los estudiantes y la supervisión paterna						
SON SUPERVISADOS POR SUS PADRES	GÉNERO					
	TOTAL		MASCULINO		FEMENINO	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
SI	89	52.7%	42	46.7%	48	60.0%
NO	80	47.3%	48	53.3%	32	40.0%
TOTAL	169	100.0%	90	100.0%	80	100.0%

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario Percepción de los estudiantes acerca del uso de redes sociales en niños de segundo ciclo. 2012.

En la tabla anterior, se muestra que según las respuestas de los estudiantes, los padres tienden a supervisar más a las niñas. El 60% de ellas respondió que reciben supervisión de sus progenitores; contra un 46.7% de los varones que indicó la misma respuesta.

Ahora, si se determinan los resultados por escuela: el 44.1% de los estudiantes de la Saint Jude señalaron que sus padres los supervisan o les preguntan qué hacen. En el caso de los estudiantes de la escuela pública, el porcentaje es un poco menor: 42.4%.

Por otra parte, con referencia a si conocen algunos aspectos de la privacidad en Facebook: el 49.4% de los estudiantes de la JRMP manifestaron que sí; contra el 54.5% de la escuela privada.

Con respecto del manejo de la privacidad en Facebook: el 60.3% de los estudiantes consultados de la SJS manifestaron conocerlo; mientras que en la Juan Rafael: el 51.8% dieron una respuesta afirmativa.

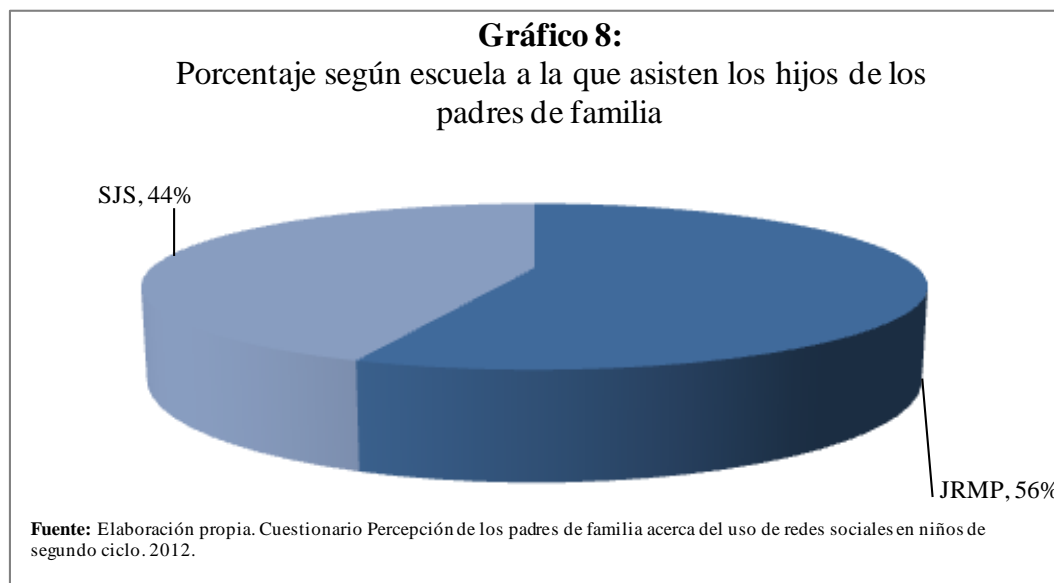
Dos comentarios relevantes con el tema de la privacidad, mencionados por estudiantes de la SJS son los siguientes: el primero se refiere a la supervisión de los familiares; dado que una de ellas escribió que en una ocasión publicó un hecho personal, y que una tía la regañó. En otro de los casos, uno de los niños mencionó que alguien le *hackeó* el Facebook, pero que pudo arreglarlo.

Por otra parte, en las respuestas de los niñas y niños de la escuela JRMP se hizo mención de dos casos, en donde las cuentas de Facebook fueron *hackeadas*. Una niña mencionó que a una amiga la acosaron, por medio de dicha red. Otra hizo referencia a un problema de privacidad; pues una de sus compañeras conocía su clave y aceptaba personas desconocidas, por lo que tuvo que cambiarla.

4.3. Resultados obtenidos con las madres y padres de la población escolar del estudio

Con respecto de las madres y padres de familia, se aplicó una encuesta a 87 de ellos. Esta se dividió de la siguiente forma: de los 130 cuestionarios enviados por medio de la agenda de la escuela Saint Jude, se recopilaron 38. En la escuela Juan Rafael Mora Porras se repartió a los niños un total de 88 y se recibieron de vuelta 49 (Ver anexo 8. Tablas de resultados: madres y padres de familia por escuela).

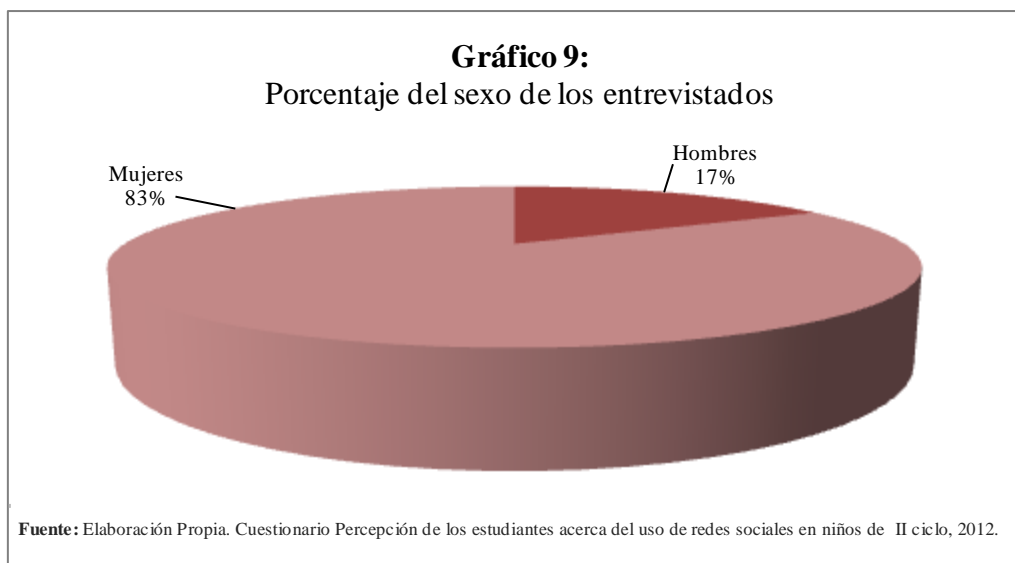
En el siguiente gráfico se destaca la distribución; según la escuela a la que asisten las hijas y los hijos de los entrevistados.



4.3.1. Perfil de las madres y padres de la población escolar del estudio

La mayoría de los encuestados de la escuela SJS que contestaron el cuestionario, tienen entre 34 a 40 años de edad. De estos: el 5.3% son hombres y el 94.7% son mujeres. Estas madres y padres tienen en su mayoría niños en cuarto grado.

En la mayoría de madres y padres quienes tienen hijas e hijos en la escuela JRMP, sus edades oscilan entre 30 a 40 años: el 24.5% son mujeres, el 69.4% hombres y tienen infantes en cuarto y sexto grado por igual. En el gráfico 9 se muestra la distribución de los entrevistados; según su género.



4.3.2. Sobre el acceso a Internet

Todos los padres de la escuela SJS utilizan Internet; mientras que solamente el 75.5% de los padres de la escuela JRMP lo utilizan. El 24.5% restante de los padres que indicaron una respuesta negativa, destacan que el motivo principal es que no tienen Internet en sus hogares.

Asimismo, el total de los padres de la escuela SJS tiene acceso desde el hogar a Internet, y un poco más de la mitad (59.2%) de los padres de la escuela JRMP tienen Internet.

Cuadro 8.
Distribución entrevistados según uso de Internet por acceso a Internet desde el hogar

USO INTERNET	ACCESO A INTERNET DESDE EL HOGAR					
	TOTAL		SI		NO	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
SI	75	97.4%	63	98.4%	12	92.3%
NO	2	2.6%	1	1.6%	1	7.7%
TOTAL	77	100.0%	64	100.0%	13	100.0%

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario Percepción de los padres de familia acerca del uso de redes sociales en niños de II ciclo, 2012

El principal lugar desde donde se conectan las madres y padres de familia; tanto de la escuela pública como de la privada es su hogar, con el 66.7% y el 81.0% respectivamente, y en segundo lugar lo hacen desde el trabajo con el 23.9% y el 38.2% respectivamente.

Las madres y padres de familia de la Juan Rafael Mora Porras: (38.1%) y la Saint Jude: (84.1%) usan Internet todos los días de la semana. Los progenitores de ambos centros educativos, utilizan Internet principalmente para búsquedas generales de información y para enviar y recibir correos electrónicos.

En la escuela pública: el 26.3% de las madres y de los padres lo utiliza para dichas búsquedas y el 17.8% para enviar o recibir e-mails. Sin embargo, en el caso de las mamás y los papás de la escuela privada, los porcentajes equivalen a: el 24.8% y 23.3% para las actividades mencionadas. Un pequeño porcentaje de las dos partes, indicó que también lo usan para trabajar.

Con respecto de sus hijas e hijos: el 97.4% de las madres y padres de familia de la SJS permiten, que estos utilicen Internet en su mayoría unas horas al día; mientras que: el 77.6% de los de la escuela JRMP, lo permite cuando estos lo quieran.

Cuadro 9.						
Distribución entrevistados según uso de Internet por permiso a los hijos de usar Internet						
USO INTERNET	PERMISO A LOS HIJOS A USAR INTERNET					
	TOTAL		SI		NO	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
SI	75	97.4%	67	98.5%	6	85.7%
NO	2	2.6%	1	1.5%	1	14.3%
TOTAL	77	100.0%	68	100.0%	7	100.0%

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario Percepción de los padres de familia acerca del uso de redes sociales en niños de II ciclo. 2012

4.3.3. Experiencia de los padres en las redes sociales

En este apartado, el objetivo era conocer la experiencia de los progenitores, con respecto de las redes sociales. El 97.4% de las madres y los padres de la escuela Saint Jude tiene el conocimiento, acerca de qué son estas redes y el 84.6% de ellos pertenece a una.

El 81.6% de las madres y los padres de la escuela pública las conoce y el 53.1% forma parte de ellas. En general, la principal red social que conocen es Facebook y los que no pertenecen a alguna red en su mayoría dicen que es porque no les gusta.

Mediante el siguiente cuadro, se detalla la relación existente entre el conocimiento que tienen las mamás y papás y la escuela a la que asisten sus hijas e hijos.

Cuadro 10:						
Distribución entrevistados según conocimiento de las redes sociales por escuela de procedencia de los hijos						
CONOCIM REDES SOCIALES	ESCUELA EN LA QUE ESTUDIA LOS HIJOS					
	TOTAL		SJS		JRMP	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
SI	77	89,5%	37	97,4%	40	83,3%
NO	9	10,5%	1	2,6%	8	16,7%
TOTAL	86	100,0%	38	100,0%	48	100,0%

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario Percepción de los padres de familia acerca del uso de redes sociales en niños de segundo ciclo. 2012

También se indagó acerca de las actividades, para las que los adultos consultados utilizan las redes sociales. En el caso de la escuela privada, las madres y los padres de familia las usan en su mayoría (26.4%) para compartir experiencias y sentimientos, al igual que los de la escuela pública (23.5%). Ambos grupos comentaron que también recurren a ellas, para comunicarse con amigos y familiares, y destacan esta como la principal ventaja de las redes sociales.

4.3.4. Sus hijas e hijos en las redes sociales

El 81.6% de los adultos de la SJS no permiten que sus hijas o hijos tengan un perfil en una red social; mientras que el 61.2% de las mamás y papás de la JRMP afirmaron que no les dan permiso. Los dos grupos de padres concuerdan que la principal razón; es porque están muy jóvenes, entre otros motivos.

El 84.2% de progenitores del centro educativo privado, están enterados de que sus niñas o niños tienen un perfil en alguna red social. De estos, el 75.6% sabe que es en Facebook. En el caso de la escuela pública: el 59.2% de los adultos saben que tienen un perfil en alguna red y el 73.3% tiene conocimiento que es en Facebook. Los resultados anteriores se especifican en el siguiente cuadro.

Cuadro 11.						
Relación de entrevistados según permiso a hijos de tener un perfil en alguna red social por conocimiento de las redes sociales donde los hijos tienen un perfil.						
PERMISO	CONOCEN LA RED SOCIAL EN QUE LOS HIJOS TIENEN UN PERFIL					
	TOTAL		SI		NO	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
SI	57	91.9%	56	98.2%	1	20.0%
NO	5	8.1%	1	1.8%	4	80.0%
TOTAL	62	100.0%	57	100.0%	5	100.0%

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario Percepción de los padres de familia acerca del uso de redes sociales en niños de II ciclo. 2012

Además, se les consultó a los encuestados acerca de los factores que sus hijas e hijos deben cumplir para el uso de las redes sociales. En el caso de la SJS, el 15.8% mencionó que es tener 10 años, el 28.9% indicó que deben estar acompañados de alguna persona adulta, el 31.6% sólo les permite tener un perfil en Facebook y el 2.6% no les permite compartir información personal o fotos, solo con amigos o familiares.

Por otra parte, el 8.2% de los adultos de la JRMP indicó, que las niños y los niños deben tener 18 años; el 44.9% opinó que deben estar acompañados de alguna persona adulta, el 8.2% solo los deja tener un perfil en Facebook y el 2.0% los permite compartir fotografías; pero no información personal.

El 55.1% de las madres y padres del centro educativo público, destacan que supervisan a sus hijas e hijos al usar las redes sociales; mientras que el 65.8% del privado afirma que lo hacen.

4.3.5. Sobre las redes sociales

Todos las madres y los padres de la escuela Saint Jude, conocen los riesgos de las redes sociales; contrario a lo que ocurre con los de la escuela Juan Rafael Mora Porras, en donde tan solo el 83.7% los conocen.

Con el siguiente cuadro se destaca si las mamás y papás que supervisan o no a sus hijas e hijos, conocen los riesgos de las redes sociales.

Cuadro 12: Distribución entrevistados según supervisión a los hijos mientras utilizan las redes sociales por conocimiento de los riesgos de las redes sociales						
SUPERVISIÓN	CONOCIMIENTO DE LOS RIESGOS DE LAS REDES					
	TOTAL		SI		NO	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
SI	52	76.5%	48	78.7%	4	57.1%
NO	16	23.5%	13	21.3%	3	42.9%
TOTAL	68	100.0%	61	100.0%	7	100.0%

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario Percepción de los padres de familia acerca del uso de redes sociales en niños de II ciclo. 2012

Para los adultos de la JRPM, la mayor preocupación de las redes sociales; en igual porcentaje, es exponer información confidencial y ser acosados (35.7%). Sin embargo, para los de la escuela SJS, la mayor preocupación es exponer información confidencial (43.3%).

También, se les consultó si han dedicado tiempo a explicarles a sus hijas e hijos acerca del uso de las redes sociales. El 92.1% de los adultos de la SJS sí lo ha hecho; mientras que en el caso de los de la JRMP, solo el 77.6% les ha explicado.

El 84.2% de los progenitores de la escuela privada, comprende las políticas de privacidad de las redes sociales. De estos: el 71.1% conoce el manejo y el 52.6% ha investigado sobre dichos lineamientos. En el caso de las mamás y los papás de la pública: el 57.1% las conocen, solo el 44.9% las manejan, pero: el 76.6% afirma haber investigado al respecto, lo que resulta un tanto contradictorio.

Cuadro 13.						
Distribución entrevistados según conocimiento políticas de privacidad por conocimiento del manejo de esas políticas de privacidad						
CONOCIMIENTO DE POLITICAS DE PRIVACIDAD	CONOCIMIENTO DEL MANEJO DE LAS POLÍTICAS DE PRIVACIDAD					
	TOTAL		SI		NO	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
SI	55	84.6%	47	97.9%	8	47.1%
NO	10	15.4%	1	2.1%	9	52.9%
TOTAL	65	100.0%	48	100.0%	17	100.0%

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario Percepción de los padres de familia acerca del uso de redes sociales en niños de II ciclo. 2012

Por otra parte, se les consultó a los encuestados de familia si sentían la necesidad de saber algún tema en específico, acerca de las redes sociales. Once adultos de la escuela Saint Jude contestaron de manera afirmativa y mencionaron que les gusta saber más información sobre bloqueo de la información y protección de menores, novedades e información acerca de la seguridad y la privacidad.

Ahora bien, dieciocho adultos de la escuela Juan Rafael Mora Porras desean estar al tanto de temas relacionados, con el manejo de la privacidad e información de las personas a la prevención del acoso y exposición indebida de fotografías, la adicción y otros riesgos.

Por último, se obtuvieron diferentes comentarios de ambos grupos de madres y padres de familia. Dos comentarios relevantes de la SJS fueron: que no les parece que las niñas y los niños utilicen las redes sociales en la escuela; pero por el contrario, otra persona manifestó que con supervisión y buenas explicaciones, se pueden manejar bien estos medios.

Por otra parte, los de la JRPM destacaron tres aspectos: el primero de ellos es que conocer de Internet y de las redes sociales es muy importante; porque hay que estar actualizado, y si se maneja con precaución, ayuda bastante. También que es valioso saber, ¿cuáles son los riesgos que se pueden presentar, cuando las hijas y los hijos no están con personas mayores en Internet? Finalmente, que las madres y padres deben acompañar a sus infantes, cuando utilizan las redes sociales para saber qué es lo que hacen y ayudarlos a usarlas debidamente.

4.4. Resultados obtenidos con docentes consultados

Los días de visita a las escuelas, en los que se aplicaron los cuestionarios a los niños; también se aprovechó para contactar a algunos docentes, que impartían las lecciones en ese momento. Los maestros eran de Inglés, Música y Hogar en la escuela pública; mientras que en la escuela privada impartían Mandarín, Estudios Sociales, Ciencias y Francés. Se logró captar una muestra de ocho profesores de ambas escuelas: cinco de la escuela Saint Jude y tres de la escuela Juan Rafael Mora Porras.

A continuación se presenta el análisis resumen de los cuestionarios obtenidos.

- Las edades de los maestros oscilan entre los 29 y 53 años de edad.

- Dos de los encuestados son masculinos, mientras que cinco son mujeres. Cabe destacar que uno no responde. Estos imparten los grados: cuarto, quinto y sexto.
- El 100% de la población docente consultada de ambas escuelas conocen, ¿qué son las redes sociales?, y mencionan Facebook, Google +, Twitter, Hi5, MySpace, T-Box entre sus respuestas. Esta última solo en el caso de la escuela privada.
- Dos de las ocho personas consultadas indican no pertenecer a una red social por falta de tiempo e interés. Ambos trabajan en la escuela pública.
- El fin para los que usan las redes sociales las y los docentes de la escuela pública, es ver fotos y conocer amigos. Caso diferente a la escuela privada, donde son usadas para compartir experiencias y sentimientos, comunicarse con los estudiantes, conocer información de amigos, encontrar amigos, enviar fotografías, videos, links, comunicarse con los estudiantes, saber quiénes son amigos de sus amigos e informes a padres de familia.
- Las y los profesores coinciden, que la principal ventaja de las redes sociales es compartir información y mantenerse en contacto con amigos y familiares.
- Cuando se les preguntó por la importancia de las redes sociales, se obtuvieron respuestas como las siguientes: las redes sirven para estar comunicado con el resto del mundo, conocer información, implican comunicación eficaz, rápida y fácil; sobre todo ahora que ha aumentado la tecnología.
- Como parte del cuestionario se les preguntó si estaban: muy de acuerdo, de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones: a) las redes

sociales tienen muchos riesgos: seis de ellos estuvieron muy de acuerdo y dos de acuerdo, b) ser acosado es uno de los principales riesgos de las redes sociales: cinco estuvieron muy de acuerdo, dos de acuerdo y uno en desacuerdo, c) la exposición de información confidencial es muy frecuente en las redes sociales; de ellos, seis estuvieron muy de acuerdo y dos de acuerdo y d) las redes sociales crean adicción, sobre todo en los estudiantes, siete estuvieron muy de acuerdo y uno de acuerdo.

- Por otro lado, se les consultó si conocían las políticas de privacidad de las redes sociales. Cinco de ellos sí las conocen; mientras que dos de ellos no y uno no respondió. De las personas quienes contestaron que sí las conocen, todas las han utilizado; por lo tanto, los docentes que no las conocen, no las han utilizado o no contestan. Las políticas de privacidad que han utilizado son las conexiones con usuarios, aplicaciones y páginas web, pero principalmente la privacidad de etiquetas y el bloqueo de usuarios.
- El 100% de las y los maestros han escuchado a sus estudiantes hablar de las redes sociales, por lo que todos creen que es importante informarles a los estudiantes, del uso correcto de estas. Los han escuchado hablar principalmente de Facebook; pero también de Hi5, Google+, MySpace, Twitter y T-Box, esta última solo en el caso de la escuela privada.
- Las y los docentes afirman que en ambas escuelas, los estudiantes sí tienen acceso a Internet en la institución. Siete de ellos dicen que sí las utilizan en los cursos; mientras que uno dice que no. Lo utilizan en varios cursos como: Música y Tecnología, y en materias fundamentales. Una de las maestras dice que lo utilizan en todos los cursos; porque para revisar las tareas tienen que hacerlo de manera online, en la plataforma T-Box. Lo anterior, en el caso de la escuela privada.

- Las respuestas de frecuencia de uso de Internet en la escuela, varían según cada docente y van de una vez a la semana, todos los días de la semana y cada 15 días.
- El fin del uso de Internet es principalmente para: consulta de documentos, búsquedas generales de información y enviar y recibir *mails*. Una de las profesoras de la escuela Saint Jude dice, que se utiliza para conocer el uso de la tecnología, nuevos sistemas y aplicaciones, para implementar en los procesos educativos.
- Cinco docentes indicaron que las redes sociales pueden ser una herramienta didáctica; porque permite el uso del lenguaje inglés en un ámbito libre de estrés. De ellas se obtiene mucha información de cualquier tema, ayudan a ampliar conocimientos, a informarse. Uno de ellos no respondió, otro dijo que no le parece del todo y otro de la escuela privada mencionó que no porque ya utilizan T-Box. A siete profesores si les gusta usar las redes sociales como herramienta didáctica, en los cursos de: Inglés, Ciencias, Historia y Computación; básicamente, en todos los cursos para la creación de grupos, páginas, mensajes, preguntas, eventos, foros, enviar tareas y explicaciones, ver videos y materiales. Sin embargo, uno de ellos opinó que no y otro no respondió.
- Una de las personas consultadas consideró, que necesita saber en específico de las redes sociales, sobre todo conocer más de estas para usarlas con fines didácticos, y cómo utilizar algunas aplicaciones e información técnica.
- Otro de los docentes comentó que en ocasiones, los estudiantes se burlan o maltratan de palabra a los mismos compañeros. Otro, que hay que cuidarse de brindar más información de la cuenta y otro, que se han dado casos de agresión, por medio de mensajes y falsas comunicaciones.

4.5. Entrevista realizada al periodista José Rodolfo Ibarra

Una herramienta adicional de investigación que se aplicó, fue la entrevista al periodista José Rodolfo Ibarra, presidente del Colegio de Periodistas de Costa Rica y experto en redes sociales. El objetivo de conversar con él fue conocer su punto de vista, acerca de dichas redes en cuanto a los procesos de socialización, los riesgos que pudieran representar para los niños y también, los beneficios que pueden brindar en la educación (Ver anexo 9: Entrevista a José Rodolfo Ibarra).

Para Ibarra, las redes sociales son el medio de comunicación del siglo XXI. Estas han transformado el modelo de comunicación, no solo en nuestro país; sino también en el resto del mundo, pues son usadas para informarse y para comunicarse en doble vía de manera instantánea. Este cita como ejemplos los siguientes:

...un hijo se entera de qué está cocinando su madre, porque ella lo posteó en Twitter en el primer piso donde está la cocina y él estudiaba en la planta alta. Otro se enteró de haber ganado un recurso de amparo, porque yo recibí la información y de inmediato lo tweeté (Ibarra, 2012.)

No obstante, a pesar de su influencia, él considera que las redes sociales aún no son un fenómeno homogéneo entre la población; pero se avanza hacia ese escenario. En el caso de la sociedad costarricense, los procesos de socialización se han visto afectados, con el uso de dichas tecnologías.

Ibarra afirma que definitivamente ahora es más fácil encontrar viejos amigos, viejos amores y excompañeros; pero además, nuevos amigos, nuevos amores, nuevos infieles. Incluso, las convocatorias a las fiestas son más sencillas. Sin embargo, Ibarra considera que esa practicidad y flexibilidad de las redes, permiten que sea más fácil denigrar a alguien o a algo, hasta obtener resultados nefastos;

tales como: "...provocar divorcios, renunciaciones, caídas de sistemas o gobiernos, o cualquier otra herramienta de terror social digital" (Ibarra, 2012).

Metafóricamente, el periodista considera a las redes sociales como un parque: "usted llega ahí y ahí encuentra de todo. Desde el maleante que espera a la víctima hasta al amor de su vida, desde la oportunidad de negocios, hasta el típico estafador" (Ibarra, 2012).

También, afirma que se pueden comparar a las redes como: el llegar a una fiesta, donde los asistentes empiezan a conocerse y tratan de dar la mejor primera impresión. En ambos espacios (el parque y la fiesta), los riesgos y peligros existen y las redes sociales no escapan a ello. Lo que hace la diferencia es la propia capacidad de cada persona, para evitar los peligros o saber enfrentarlos cuando se presenten.

Con respecto de los niños y las redes sociales, Ibarra (2012) considera que hoy en día, los niños tienen mucha capacidad para manejar la tecnología. "La generación de nativos digitales sabe ya a que viene a este mundo de las nuevas tecnologías. Solo hay que saber cuidarlos; mientras son especialmente vulnerables" (Ibarra, 2012).

Por otra parte, Ibarra considera que existe una gran brecha digital entre padres e hijos. Esto se manifiesta en el manejo de redes sociales y de aplicaciones similares. En cualquier red social hay coyotes digitales que espera que pase su presa. Por ello, Ibarra considera que es muy necesario hacer más alfabetismo digital para que los padres conozcan: "...las puertas por donde el ladrón puede meterse y que puedan tomar las medidas restrictivas necesarias" (Ibarra, 2012).

El experto señala que los menores de edad están expuestos, al mismo peligro que los mayores; aunque generalmente se piensa mucho en los niños por su

vulnerabilidad, pero si los padres les supervisan, y estos y sus hijos se capacitan y se educan digitalmente, estos riesgos se reducen en un altísimo porcentaje.

Por ello, las madres y los padres de familia deben dominar al menos la red social, en la que se desenvuelve su hijo, conocer aplicaciones de control parental, no dejarlo solo, orientarlo y guiarlo. Además, inculcar valores, porque no siempre se está con él en la computadora: "...los valores que inculquemos en nuestros hijos serán siempre nuestro principal control parental" (Ibarra, 2012). Otros cuidados son el estar pendientes de contar con antivirus efectivos y con claves seguras; así como el saber guardar adecuadamente las claves.

Asimismo, Ibarra señala que en el área social ya es necesaria la creación de una policía cibernética o digital, que se mueva en el mismo ámbito de las nuevas tecnologías, interactúe y pueda ser el vigilante de la zona digital, con el mismo lenguaje.

Finalmente, el experto en redes sociales piensa que estas pueden ser herramientas educativas importantes, si se toma en cuenta que la información es educación. No obstante, se hace la salvedad de que las redes sociales son como un arma; porque depende de quién las use. Esto es lo que Ibarra denomina: "...la plasticidad de la red social" (Ibarra, 2012).

Capítulo 5

Propuesta



“Las redes sociales no son un juego, son una realidad”

El presente plan de negocio se basa en la metodología planteada por Mercedes Medina (2005). Esta desarrolla una estructura y propone un proceso de gestión de empresas audiovisuales.

Se presenta una adaptación a dicha herramienta, de acuerdo a las características propias de la propuesta de negocio, la cual se enfoca más en el establecimiento de mecanismos y estrategias que faciliten la consolidación de un plan de capacitaciones que incluye talleres, material gráfico impreso, un sitio web y una página en Facebook.

Facebukeate es el nombre de la propuesta de negocio. Este se escogió por medio de un sondeo con diferentes estudiantes. Dicha población opinó que el nombre seleccionado era el más apropiado pues se deriva de la red social Facebook.

Además la frase “las redes sociales no son un juego, son una realidad” se estableció como el eslogan, pues se quiso hacer un llamado de la importancia de ver a las redes sociales como algo serio.

El capítulo incluye los apartados de dirección estratégica, estrategia, información y toma de decisiones, etapas del proyecto, marketing y audiencias, comunicación y promoción y presupuesto e inversión inicial.

5.1. Dirección estratégica

La dirección estratégica permite tomar decisiones en el ámbito empresarial. Rafael Muñiz (2012) la define como “el arte y la ciencia de poner en práctica y desarrollar todos los potenciales de una empresa, que le aseguren una supervivencia a largo plazo y a ser posible beneficiosa (p.27).

Considerando que la estrategia debe ir de la mano de la innovación y la creación de valor añadido, se ha planteado esta propuesta.

5.1.1. Antecedentes

Han ocurrido casos en donde las redes sociales han sido el vehículo, para que algunas personas sean estafadas, asaltadas o acosadas; por lo que existe la necesidad de formar a los individuos, de una manera práctica en el uso seguro de las políticas de privacidad, y en el acceso a la información.

Dichas tecnologías se han desarrollado considerablemente en los últimos años, por lo que su alcance es considerable y también su potencial en diversas áreas. No obstante, su uso correcto implica el conocimiento de políticas de privacidad, que muchas personas aún no manejan a profundidad.

La presente propuesta pretende ofrecer una alternativa, que permita el uso adecuado de estos recursos, por medio de diferentes herramientas de comunicación; tanto a los niños de segundo ciclo escolar, como a sus padres, madres y maestros.

Esta iniciativa contempla elementos interactivos como: la creación de un sitio Web, un fan page en Facebook, una guía impresa y la oferta de capacitación a través de talleres, para padres de familia y docentes.

5.1.2. Análisis situacional

Para la propuesta, se realizó un diagnóstico en dos escuelas del Área Metropolitana.

De este estudio se desprende la caracterización, en el uso y los riesgos de las redes sociales; lo que revela un potencial importante que no se está aprovechando en la educación y la socialización de este grupo etario, de una manera adecuada.

Asimismo, se pudo evidenciar que los padres de familia también están en contacto con dichas plataformas; pero requieren ayuda en cuanto a su uso y a sus políticas de privacidad. Estos son aliados importantes a la hora de capacitar a los niños; pero requieren la información de primera mano, de manera sencilla y aplicable.

Por otro lado, algunos docentes también están usando las redes sociales, como parte de las dinámicas educativas; en especial, aquellos que trabajan en escuelas privadas. No obstante, algunos no saben utilizarlas adecuadamente y las siguen viendo como una actividad negativa o innecesaria. Esto demuestra la necesidad de reforzar los conocimientos, sobre el uso adecuado y el potencial que tienen estas herramientas de comunicación, como parte de los procesos educativos.

Se considera que recursos de este tipo pueden ser de apoyo y de utilidad, para los tres grupos poblacionales mencionados anteriormente, de acuerdo con las necesidades particulares de cada uno. Por lo tanto, las estrategias fueron diseñadas en virtud de esas características, que cada grupo presenta.

5.1.3. Análisis del macroentorno

Según Armstrong y Kotler (2003), una unidad de negocios tiene que vigilar las fuerzas claves del macroentorno (demográficas, tecnológicas, políticas y

socioculturales) y los actores importantes del microentorno (clientes, competidores, distribuidores y proveedores) para obtener utilidades.

Luego, se necesita identificar las oportunidades de marketing y los riesgos correspondientes. Al realizar una exploración sistemática del entorno, se puede modificar y adaptar las estrategias para enfrentar nuevos retos y oportunidades (Armstrong y Kotler, 2003, p.118).

A continuación, se puntualizan estos aspectos de acuerdo al contexto de la propuesta.

a) Demográfico:

Los tres grupos etarios a los que se dirige la guía son los siguientes:

- Niñas y niños, de nueve a 12 años, del Área Metropolitana, que cursan el II Ciclo de la Etapa General Básica; en especial, de escuelas públicas. No obstante, puede ser de utilidad para estudiantes de escuelas privadas.
- Padres y madres de familia de estos niños, que tienen en su mayoría entre 37 y 45 años de edad, principalmente de clase media (sin excluir a la clase baja y a la clase alta), que viven en el Área Metropolitana, y que por su trabajo o sus actividades diarias, no han tenido la oportunidad de tener mayor contacto con las redes sociales.
- Las y los docentes de las escuelas públicas del Área Metropolitana, a quienes les va a ser de mucha utilidad, conocer mejor las redes sociales y sus ventajas y desventajas como herramienta didáctica y como medio de socialización, para poder prevenir a sus estudiantes de cualquier riesgo de una manera más eficaz. Sin embargo, este tipo de proyecto también puede ser de utilidad para maestros de centros educativos privados.

b) Económico:

Se trata de un proyecto cuyo costo puede disminuir cuando se ofrezcan varios talleres para grupos, si son contratados por una misma institución. Su costo debe ajustarse a las posibilidades económicas de los públicos meta.

c) Tecnológico:

Aunque la brecha digital aún es muy marcada entre ciertos grupos sociales, la mayoría de las escuelas públicas cuentan con laboratorios; aunque sean pequeños, que permiten: trabajar, desarrollar destrezas y conocer mejor las tecnologías de la información, a sus estudiantes.

Por otra parte, los dispositivos móviles como celulares inteligentes, iPods, iPads y otros, también acercan la tecnología a las personas. Es claro que no todos tienen acceso a este tipo de dispositivos; pero también es cierto que ahora son más comunes, incluso entre los niños.

En nivel comunal, existen los llamados CECI. Según el MICIT (2102), se trata de una red Nacional de Centros Comunitarios Inteligentes ubicados en distintos puntos del país. Cada centro se conforma por un laboratorio equipado, con computadoras de última tecnología, y ofrecen así diversos servicios a la comunidad (párr.1).

Estos centros están enfocados en promover la alfabetización digital, el “empoderamiento” tecnológico de las comunidades, por medio del acceso a: el conocimiento, la información, la creatividad y la capacidad para asumir nuevos retos (MICIT, 2012).

Este recurso puede utilizarse también como espacio, para capacitar a los padres y madres de familia.

La Fundación Omar Dengo, por su parte ofrece cursos para niños en diversos temas tecnológicos. Gracias a sus laboratorios, este puede ser un centro de capacitación de los talleres propuestos.

d) Legal:

El marco legal del proyecto está constituido, por las regulaciones existentes en la normativa costarricense, que rigen la libertad de expresión; además de la Constitución Política, los reglamentos y códigos del Colegio de Periodistas de Costa Rica, el Código de Trabajo y el Ministerio de Educación Pública.

e) Cultural:

Se contemplan los valores que envuelven la cultura de los niños y sus padres de familia que son: respeto, compromiso, responsabilidad, solidaridad, amor, protección, lealtad, fidelidad, entre otros.

f) Competitivo:

Por el momento, no existe competencia directa en este tipo de temas en el país, por lo que va a ser una oportunidad de negocios. Se trabajan las redes sociales para mercadeo y comunicación, pero no desde la perspectiva que se plantea en esta propuesta.

5.2. Estrategia

La estrategia va enfocada a posicionarse, como una alternativa válida de capacitación para docentes y como un recurso importante para padres de familia y niños en edad escolar, de ser posible, respaldada por el Ministerio de Educación Pública.

La forma de trabajar es por medio de la facilitación de talleres, sobre el uso correcto de las redes sociales a las poblaciones antes mencionadas, por medio de

asesorías que van a ser contratadas como servicios profesionales. Los ingresos que se perciban son la base, para crear un capital para la constitución de una Mipyme en mediano plazo.

5.2.1. Objetivos

General: Desarrollar una propuesta de capacitación en redes sociales para: niños, padres, madres y docentes del Área Metropolitana; con el fin de potenciar su uso y reducir los posibles riesgos que podrían presentar.

Específicos

1. Diseñar una guía impresa que sea amigable y fácil de usar para las poblaciones mencionadas.
2. Diseñar un sitio Web que funcione como vitrina, para mostrar el tipo de asesorías que se ofrecen a partir investigaciones de respaldo.
3. Crear una página en Facebook, donde se concentren los tips y la información relevante que deben conocer principalmente los niños.
4. Generar un taller de capacitación personalizado; según el público al que se le ofrezca, donde se trabaje con la guía y con la página de Facebook (Ver anexo 10: Materiales gráficos de la propuesta).

5.2.2. Tipo de organización

El tipo de organización es funcional, es decir, se basa en principios de la especialización. Chiavenato (2006) señala que este tipo de organización permite el aumento del potencial de las capacidades de las personas involucradas, así como economizar el tiempo y de esta forma, aumentar la producción y reducir los costos.

Para distribuir las actividades, cada asesora realizará tareas específicas, de acuerdo a sus habilidades y a sus conocimientos. Estas definen el motor empresarial.

5.2.3. Sistema de control

El sistema de control se enfoca en lo referente a la calidad. Por ser tan solo dos personas, su verificación resulta más sencilla.

Para ello se implementará un sencillo sistema de control basado en el Ciclo de Deming y adaptado a las características de la propuesta.

El ciclo de Deming es utilizado para la mejora continua de la calidad dentro de una empresa. Consiste una secuencia lógica de cuatro pasos repetidos que se deben de llevar a cabo consecutivamente. Estos son: Planear, Hacer, Verificar y Actuar.

5.2.4. Tipo de trabajo

Se plantean asesorías en el tema de las redes sociales las cuales serán desarrolladas por dos profesionales en calidad de asesoras, a manera de capacitación y contratadas por medio de servicios profesionales.

El tipo de trabajo implica la coordinación de las distintas acciones que atañen a la propuesta. Existe una división del trabajo por especialidad, en la que cada asesora tiene una función determinada.

Estas asesorías serán desarrolladas en jornadas de tiempo parcial, y con periodicidad variable de acuerdo a las posibles contrataciones.

5.3. Información y toma de decisiones

La toma de decisiones es la asociación de un curso de acción o plan con una situación determinada.

En el caso de esta propuesta, las decisiones serán tomadas por las dos asesoras.

Estas se reunirán una vez a la semana, analizarán el entorno externo e interno y procederán a realizar respectiva toma de decisiones.

El análisis externo incluye la revisión de aspectos: económicos, socioculturales, tecnológicos y político-legales que puedan impactar la propuesta de capacitación y asimismo, generar los cambios necesarios.

Por otra parte, las asesoras deben realizar el análisis interno para determinar: el alcance, estrategias de venta e información financiera y contable.

Las decisiones deben estar alineadas con el objetivo de ofrecer una vía de capacitación, sobre el uso adecuado de las redes sociales.

5.4. Requerimientos de personal

Es fundamental considerar las características profesionales y personales que se necesitan para cada uno de los puestos.

El personal de planta que se necesita para llevar a cabo las asesorías estará compuesto de la siguiente manera:

- Una asesora, profesional en Relaciones Públicas con conocimientos de estrategias, en redes sociales y en manejo web.
- Una asesora, profesional en Publicidad y en Producción Audiovisual, con conocimientos en comunicación estratégica, y procesos de mercadeo social.

5.5. Etapas de la propuesta

El desarrollo de la propuesta implica las siguientes etapas: definición del producto o guía, diseño y elaboración de este, esquema de un sitio Web, la apertura de la página en Facebook y generación del contenido de la propuesta del taller.

Una vez que se desarrollen estas etapas, debe iniciar el proceso de colocación de las capacitaciones y de ofrecimiento en las instituciones definidas previamente, como posibles beneficiarias de ellas. Posteriormente, corresponde la organización de las sesiones para impartir la capacitación.

Es función esencial del personal, el utilizar de forma eficiente y eficaz los recursos para responder a los criterios de: calidad, precio y servicio fijados para el producto. Se va a emplear un modelo de dirección compartida.

5.6. Marketing y audiencias

El marketing se relaciona con los tres segmentos de mercado definidos: niños, padres y docentes. Está dirigido hacia alcanzar los objetivos de posicionamiento entre dichos los públicos y el alcance de la rentabilidad.

Con este fin se consideró el análisis del entorno mencionado anteriormente.

El proceso de marketing va a ser directo y no masivo, enfocado a las instituciones y personas que pueden tener interés, en la capacitación.

Durante esta etapa, el sitio Web va a tener un papel preponderante, como medio de difusión y de vinculación con los posibles beneficiarios.

Cuadro Nº 1.
Factor de decisión de “Las 4 P”

Precio	Costos, presupuestos.
Producto	Número de guías impresas, número de talleres, sitio Web y página en Facebook.
Promoción	Definición de los segmentos meta, contacto con interesados, tanto organizaciones como personas físicas y establecimiento de alianzas.
Plaza	Distribución de las guías, montaje de la página Web y Facebook, y la ejecución de los talleres.

5.7. Contenido de la propuesta

Los contenidos de la propuesta incluyen los temas de seguridad, manejo de la privacidad y los riesgos en las redes sociales.

Estos están contemplados en los productos que se proponen para las capacitaciones: la estructura de la guía, el sitio Web, la página de Facebook y del taller; con el fin de satisfacer las necesidades de capacitación y de conocimiento de los públicos meta. El contenido es el resultado de la estrategia del producto.

Los temas por desarrollar fueron evaluados en la investigación realizada. Estos evidencian la necesidad de información que tienen los tres públicos meta; en especial, las madres y padres de familia.

Cuadro Nº 2.
Temas a desarrollar según herramienta

Guía	Información y consejos del buen uso de las redes sociales.
Página de Facebook	Consejos, videos, alertas, fotografías de las capacitaciones, infografía y todo referente al buen uso de las redes sociales.
Sitio Web	Generalidades e información del proyecto, noticias y formas de contacto.
Talleres	<p>Específicamente los temas a por tratar van a ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> -¿Qué son las redes sociales? -¿Para qué sirven las redes sociales? -¿Cuál es la importancia de las redes sociales? -¿Cuáles son los peligros de las redes sociales? -Depredadores en la Web -Intimidad, privacidad y normas de conducta en las redes sociales -Protección de la intimidad en las redes sociales. -Normas en las redes sociales. -¿Qué son las políticas de privacidad de las redes sociales? -¿Cómo manejar las políticas de privacidad de las redes sociales? -Configuración de la seguridad y privacidad en Facebook. -Consejos para el uso adecuado de las redes sociales. -Casos prácticos. -Redes sociales para docentes.

Antes de la impresión del producto final, se va a realizar una validación previa con los públicos meta y de esta forma, realizar los ajustes necesarios.

5.8. Estrategia de Comunicación

Para dar a conocer la propuesta, se va a coordinar una reunión con funcionarios, quienes toman decisiones en el Ministerio de Educación Pública y en la Fundación Omar Dengo; con el objetivo de presentar el proyecto, en busca del respaldo para su credibilidad, ante las instituciones, escolares, padres de familia y docentes.

Se busca dar capacitaciones para los maestros a través del Instituto Gámez, como encargado de la actualización de profesionales de ese sector.

Además se va a enviar información a los centros educativos e instituciones mencionadas anteriormente, con un resumen de los contenidos, su importancia y la forma de contactar a las asesoras. El mensaje debe transmitir la esencia de las asesoras y las capacitaciones, las cuales buscan posicionarse como: serias, transparentes, responsables y dinámicas.

Posteriormente, se hace el envío de un anuncio digital o *newsletter*, a los correos electrónicos de las bases de datos de dichas instituciones.

Una vez realizadas estas actividades, se procede a concretar reuniones, para presentar la propuesta y cerrar los contratos con los interesados.

5.9. Inversión inicial y Presupuesto

El Capital Social que cada profesional indicada en el apartado 5.4 aporta para poner en marcha la propuesta es de ¢150.000,00 (ciento cincuenta mil colones) en forma individual. En total, el capital social es de un monto de ¢300.000,00 (trescientos mil colones).

Para la realización de la propuesta, se perciben los siguientes gastos.

Cuadro N°3.
Gastos diseño de la guía, Facebook, el sitio Web y del taller

Detalle	Costo unitario	Costo Total
Diagramación y diseño de la guía, una página tamaño oficio, tiro y retiro, 100 impresiones full color.	¢950,000,00	¢95.000,00
Creación de un sitio Web (proveedor gratuito).	¢00.00	¢00.00
Apertura de la página de Facebook.	¢00.00	¢00.00
Creación logo y banners para Facebook.	¢50.000,00 logo ¢25.000,00 banner	¢75.000,00
Diseño del taller (calculado en hora profesional).*	¢16.273,25 hora	¢130.186,00 (4 horas)
Total		¢ 300.186.00

*Según el Ministerio de Trabajo.

Las horas se calculan de manera doble, por tratarse de dos asesoras.

Como se destaca en el cuadro anterior, la inversión inicial del proyecto es de aproximadamente ¢300.000,00 (trescientos mil colones). Sin embargo, gracias a las capacidades profesionales de las asesoras, estas actividades no representan costos reales; pues van a ser asumidas por cada una de ellas.

El costo del taller estándar que incluye: cuatro horas de diseño del taller, cuatro horas de capacitación, 100 guías impresas y una presentación es de aproximadamente ¢200.000,00 (doscientos mil colones). Cabe destacar que la tarifa varía de acuerdo con la capacidad de pago de la escuela, las horas de contratación y la población a la que se dirige.

Asimismo, es necesario contemplar los costos administrativos básicos de las asesoras, que se van a cubrir con los ingresos de las contrataciones por servicios profesionales. Estos se detallan en el cuadro a continuación:

Cuadro N°4.
Costos administrativos anuales

Concepto	Costo Mensual*	Costo Anual
Electricidad	¢20.000,00	¢240.000,00
Teléfono	¢20.000,00	¢240.000,00
Internet	¢30.000,00	¢360.000,00
TOTAL	¢70.000,00	¢840.000,00

*Los costos se multiplican por dos, dado que cada una de las asesoras va a trabajar desde su hogar.

Capítulo 6
Conclusiones y recomendaciones

Este apartado contiene las conclusiones obtenidas del análisis de los resultados derivados de la investigación realizada a niñas, niños, madres, padres y docentes de las escuelas pública y privada seleccionadas.

6.1. Conclusiones

En general, se puede determinar que el uso de la tecnología ha permeado la vida cotidiana de las personas de nuestro país. No obstante, el acceso a esta depende de los recursos económicos disponibles, en su núcleo familiar.

Esto se evidencia en los resultados obtenidos en la presente investigación; pues tanto infantes como madres y padres de familia, de las escuelas investigadas tienen acceso a la tecnología; ya sea desde sus casas, o bien, desde sus trabajos o cafés Internet. Esto no solo representa un cambio en los hábitos de las personas; sino también una variación de sus necesidades.

Quienes asisten a clases a las escuelas privadas (y en el caso particular de esta investigación, a la escuela Saint Jude), generalmente cuentan con más recursos tecnológicos, que quienes van a la escuela pública Juan Rafael Mora Porras.

Se puede decir que la brecha digital es mayor en zonas urbano marginales, y el acceso a Internet se ve más restringido. En estos lugares, las personas tienden a visitar a familiares o a ir a cafés Internet para poder conectarse. Lo mismo podría ocurrir en las zonas rurales, por las características socioeconómicas de estas regiones.

En dichos espacios rurales es probable que la cotidianidad sea diferente, pues las personas tienden a disfrutar de otros pasatiempos y su vida no necesariamente gira alrededor de la red. Además, la concentración poblacional en ciertos sectores es muy inferior al espacio urbano.

La presente investigación desarrolló un modelo urbano, por lo que los resultados no pueden generalizarse a la zona rural. Por ello, se recomienda el planteamiento de investigaciones propias para dichos sectores geográficos.

El uso de Internet y de dispositivos móviles es también más popular entre los infantes y adultos de la escuela privada. Aunque dentro de las respuestas, algunos de los estudiantes de la JRMP, que además viven en barrios como La Carpio, afirmaron tener acceso a Internet desde su celular.

El consumo de este tipo de medios y recursos aumenta con las nuevas generaciones. Si se toma en cuenta la generación de las madres y padres de familia y la de sus niñas y niños, con respecto del uso de Internet, se puede destacar que, en su gran mayoría, ambos grupos utilizan dicha herramienta de manera regular, lo cual indica que la diferencia generacional no afecta; sino más bien se trata de un cambio social.

No obstante, en cuanto al uso y conocimiento de las redes sociales, las diferencias no son tan considerables. Ambos grupos (niñas, niños, madres y padres de familia de las dos escuelas), las conocen y saben cómo utilizarlas. Esto demuestra que este concepto no está solo posicionado en las nuevas generaciones, sino que también los padres se han acostumbrado a escuchar este término y no solo eso, sino verse en la necesidad de usarlo.

Las redes sociales están diseñadas para socializar y compartir información, permiten el intercambio de recursos y la cercanía en los procesos comunicativos. Y además, están enfocadas a un público de más edad. Curiosamente, ninguno de los consultados mencionó redes infantiles especializadas; porque probablemente son menos conocidas.

Las más populares entre los estudiantes son: Facebook y Youtube. Facebook es la red social por excelencia entre las poblaciones de adultos e infantes; porque la mayoría de las personas encuestadas tienen un perfil en esta red.

Cabe destacar que Facebook pide como edad mínima el tener 13 años, dentro de sus requisitos de ingreso; pero estas barreras son saltadas por las niñas y los niños, pues alteran su edad, para tener una cuenta en tan conocida red.

Las razones radican en que Estados Unidos divide a las pequeñas y los pequeños de los adolescentes a partir de esa edad. Según las leyes de ese país, las personas menores no pueden registrarse en sitios que recolecten información acerca de los usuarios, como una forma de protegerlos.

Por otro lado, la interacción por medio de una red social propia del centro educativo genera sentimiento de pertenencia y de vínculo a la institución, ejercita las habilidades de su uso y de recursos como el correo electrónico; otras redes como Facebook y Youtube, y la experimentación por medio del juego desde una perspectiva más amplia.

Incluso las madres y los padres de familia tienen un mayor contacto con dichas herramientas; aunque es clara la diferencia entre los perfiles socioeconómicos de unos y otros, de acuerdo con las escuelas a las que asisten sus hijas e hijos.

Las redes, en su mayoría, no son percibidas como una actividad peligrosa; pero sí pueden representar cierto riesgo para las personas menores. Sin embargo, algunas niñas y niños consultados manifiestan conocer casos de acoso a través de Facebook, sin que esto signifique un temor generalizado sobre la herramienta.

Lastimosamente, muy pocas de las y los infantes que formaron parte de la investigación, tienen la autoconciencia de determinar que no han desarrollado la madurez necesaria o que no cuentan con la edad, para usar adecuadamente el perfil; pues las principales razones por las que no tienen una cuenta de este tipo, es porque sus papás no los dejan o simplemente porque no les interesa abrir una.

Otro de los factores de interés en el estudio, fue determinar si a las niñas y niños les asusta ser parte de una red social. Muchos de ellos afirmaron que sí, por razones

como el hecho de que alguien publique una acción de él o ella que es privada y que alguien use sus fotos. Aunque explícitamente no lo ven como riesgos, las niñas y los niños pueden ser sujetos de situaciones negativas en las redes sociales, como exponerlos ante los demás o hacerles daño.

Las madres y los padres vienen a jugar un papel importante; porque son muchos de ellos los que prohíben a sus hijas e hijos tener un perfil en Facebook. Esta población concuerda cuando mencionan como principal razón, que están muy jóvenes. Aún así sus pequeñas y pequeños violan estas reglas, sobre todo aquellos que no son supervisados; punto que se va a tocar más adelante.

De igual manera, las madres y padres de familia conocen los riesgos y su preocupación es igual que la de sus hijas e hijos: la exposición de datos confidenciales y el poder ser acosado. Dos situaciones que día con día aumentan y que perjudican a muchas personas.

Otro punto importante es la supervisión de los progenitores, mientras las y los pequeños usan las redes sociales. Cuando se habla de supervisión, se hace referencia a ver qué tipo de datos publican los menores, quiénes son sus amistades, a quiénes aceptan, con quiénes chatean; entre otras situaciones.

Un poco menos de la mitad de las chicas y chicos encuestados, dijeron que sus madres o padres los supervisan o preguntan qué hacen; mientras utilizan las redes sociales, contra un poco más de la mitad de las mamás y papás que dijeron que los supervisan. A pesar de que el porcentaje de ambos no fue tan distinto, la diferencia se puede deber a que las niñas y los niños no pusieron la realidad, por temor a que sus compañeros de escuela los molesten o bien, que los progenitores inflaron el dato por miedo a ser juzgados, por no supervisar a sus hijas e hijos.

Un factor adicional que se concluyó, es que las madres y los padres tienden a supervisar más a las niñas que a los niños, lo que representa un dato curioso pero en cierta forma, esperable, dado que aún hay cierta evidencia de arraigamiento de la

cultura patriarcal. En las redes sociales las niñas acostumbran subir más fotos personales, por lo que la supervisión de sus progenitores es considerada valiosa, para evitar cualquier tipo de acoso.

Además, el uso correcto de las redes sociales por parte de las niñas y niños requiere que sus mamás y papás tomen el tiempo, para poder explicarles qué es lo que pueden hacer y qué es lo que no deben hacer.

Muchos lo han hecho; pero lamentablemente esto no pasa en su totalidad, por dos motivos principales: las personas adultas no tienen el conocimiento para explicarles a fondo el tema; inclusive, a veces sus hijas e hijos saben más que ellos. O bien, por falta de tiempo, ya que son personas que trabajan la mayor parte del día, para sustentar el hogar; sobre todo en el caso de las madres y padres de familia de la JRMP.

6.2. Recomendaciones

Facebook es la red social más utilizada por los infantes en edad escolar según el estudio, por lo que es de suma importancia que se generen acciones de formación sobre esta red, en espacios como en: el hogar, las escuelas y los medios de comunicación, en donde se les explique: las características, el uso, los beneficios y los riesgos para que los menores puedan hacer un manejo adecuado de ellas.

Las redes sociales virtuales han sufrido cambios significativos, conforme pasan los años. La cantidad de seguidores depende de: el acceso a Internet, los intereses y la edad. Facebook es la red social más popular por excelencia, entre la población de estudio, y alrededor del mundo cuenta con más de 900.000.000 (novecientos millones) de usuarios.

Esta es una red social usada principalmente para socializar; es decir: hacer nuevos amigos, recobrar contacto y compartir información; entre otras

características. No solo es popular en jóvenes mayores de 13 años, (edad mínima para tener un perfil); sino ahora también en niñas y niños. Esta es una razón por la que dicha red debe tener especial cuidado en esta población y fortalecer los sistemas de seguridad y privacidad.

Existen algunas acciones tomadas al respecto como: el botón de pánico; el cual en el Reino Unido, es una aplicación para que las niñas, niños y adolescentes puedan ponerse en contacto de forma rápida con las autoridades, en caso de detectar un indicio de abuso en línea. Este ejemplo corresponde a una herramienta importante, que debe incluirse en cualquier país del mundo, como un sistema de prevención para la protección de los menores. Mark Zuckemberg, el creador de dicha red social considera que no hay que poner restricción de edad, para tener un perfil en Facebook; mientras se cuente con un sistema completo de seguridad para las personas menores.

Las niñas y niños son personas susceptibles a ser engañadas, por su inocencia: característica básica de un infante. En Internet, principalmente en el uso de las redes sociales, ningún niño está exento de estar expuesto a peligros como el cyberbullying por ejemplo, problema que crece día con día. Por esta razón, se aconseja que estos conozcan información, sobre las políticas de privacidad y su manejo. Las niñas y niños deben saber que toda acción realizada en Internet, al igual que en la vida cotidiana, tiene consecuencias, y que lo publicado en las redes, si no tiene criterios aplicados de privacidad, puede ser visto por cualquier persona. La difusión de información confidencial tiene repercusiones, que atentan contra la integridad física y emocional de los escolares.

Como recomendación general a las madres y padres de familia, es primordial recordar el papel protagónico que tienen estos, con respecto de la formación de sus hijas e hijos, no solo en temas como: valores, disciplina, sexualidad, entre muchos otros; sino ahora también en el uso responsable y seguro de Internet.

Este es un medio que si no se utiliza con fundamento y cuidado, puede ser muy peligroso; sobre todo en niñas y niños menores de edad, por causa de posibles riesgos como: acoso, robo de información confidencial, pedofilia, entre otros. Además, el tema del uso de las redes sociales no se puede dejar de lado. Facebook, ser la red social más utilizada por los infantes, debe incluirse dentro de los temas de formación de las hijas y los hijos. A pesar de que no es “legal”, que las niñas y los niños menores de 13 años puedan tener un perfil, es una realidad que no se puede evitar y que conlleva una serie de lineamientos y normas mencionadas anteriormente, que ellos deben conocer.

Haciendo mención a las recomendaciones anteriores, se sugiere hacer una propuesta integral que constituya: una página de Facebook, un sitio Web y una guía sencilla con información valiosa, sobre el tema de las redes sociales; principalmente Facebook, tanto para las madres y padres de familia como para sus hijas e hijos. El fin principal de esta es que las diferentes poblaciones aprendan, acompañen y supervisen a las niñas y los niños a hacer uso óptimo y seguro de estas, para generar conciencia. La propuesta debe tener un lenguaje: claro y sencillo para que todos puedan comprender los temas por trata; la idea es poder abarcar desde aquellas personas que conocen más del tema, hasta aquellas que tienen un vacío. Se busca un concepto llamativo y moderno, para que sea atractivo para las poblaciones.

Los temas por tratar en la guía deben ser los siguientes: una descripción breve de las redes sociales, usos y fines, riesgos y consejos. Como herramienta adicional es importante, utilizar la página en Facebook donde se publiquen los mismos temas de la guía; pero de forma más detallada, así como: videos, imágenes y demás recursos para que de forma interactiva, las madres, los padres, niñas, niños y docentes puedan aprender a hacer un uso correcto de la red, en la misma red. La idea es que en su perfil puedan estar viendo las actualizaciones de estos temas, para que se haga conciencia en el mismo medio.

Una vez creadas estas dos herramientas, se implementa a manera de taller y puesto en marcha, hacer una alianza con el Ministerio de Educación Pública, para que la propuesta sea avalada por esta institución, le dé credibilidad al proyecto y se puedan hacer campañas masivas en escuelas. Asimismo, es viable el buscar patrocinios en una segunda etapa, para costear los gastos de campañas de educación en centros educativos, acerca del uso correcto de las redes sociales.

Otras recomendaciones generales que se deben tomar en cuenta son las siguientes:

Los centros educativos son por excelencia, espacios para la formación; tanto de madres y padres de familia como profesores, en lo relacionado a temas de los escolares. En este caso; específicamente deben ser voceros en lo que se refiere a los riesgos, a los que se enfrentan los menores de edad en el mundo digital y su prevención.

Los profesores de los centros educativos deben ser un equipo de apoyo y refuerzo de la formación de los infantes. Esto quiere decir que deben fortalecer temas, ojalá contemplados en el planeamiento de las lecciones, como Internet, el *cyberbullying*, el *sexting* y la privacidad. Es de suma importancia que puedan retomar el valor de la información personal y confidencial, por ende las consecuencias de exponerla en los medios digitales.

Las madres y padres de familia y los centros educativos deben apelar al Ministerio de Educación Pública, para que existan mecanismos de resolución de conflictos relacionados con temas y amenazas generadas por la participación en las redes sociales virtuales, y sus entornos para proteger a niñas, niños y adolescentes.

6.3. Recomendaciones para el programa de maestría en Administración de Medios de Comunicación

Como parte de las conclusiones se destacó que las redes sociales están diseñadas para socializar y compartir información, además estas plataformas permiten el intercambio de recursos y la cercanía en los procesos comunicativos y están enfocadas a un público de más edad. Por lo tanto, para finalizar el presente trabajo se elaboró una recomendación general para el programa de maestría en Administración de Medios de Comunicación basándose en el contexto de que las redes sociales ya están siendo utilizadas como herramientas didácticas y son un canal de información ágil y atractivo para los usuarios.

Al ser el programa una modalidad a distancia, la importancia en la integración de las redes sociales aumenta puesto que se vuelve fundamental tener una comunicación más fácil y rápida y estos medios lo permiten.

Para esto es importante fomentar la educación en los docentes y capacitarlos en el tema de las redes sociales para que estén actualizados en medios alternativos educativos y que conozcan sus beneficios y puedan implementarlos en los diferentes cursos de este plan de estudio.

Por lo tanto, se puede decir que la Maestría de Administración de Medios de Comunicación debe estar basada en la educación 2.0; es decir, adaptar el programa a las tecnologías de la Web 2.0. Si bien es cierto, el programa cuenta con plataformas virtuales; generalmente presentan: problemas de ingreso, escasa capacitación a los estudiantes y profesores, y además, es poco amigable y flexible.

Hoy en día, las redes sociales se constituyen como una nueva opción para aprender; tanto por la diversidad de información que se encuentra en el medio, así como gracias al encuentro de personas: alumnos y profesores. Debe existir una iniciativa para utilizarlas dentro de la maestría; sobre todo, porque se trata de una

modalidad a distancia, lo que facilita aún más este tipo de metodología, en donde la Internet se vuelve indispensable.

Las redes sociales en lo que se refiere a la educación, sirven para acercar el aprendizaje informal y el formal. Esto porque permite expresarse de forma coloquial al alumno; siempre y cuando se atiendan las exigencias propias de la educación.

Uno de los principales beneficios es que mantiene en contacto a las y los estudiantes, lo que permite la colaboración y el trabajo en conjunto. Además, facilita la comunicación entre el alumnado y profesorado; porque se dispone de diferentes espacios para comunicarse, a través de mensajes públicos en el “muro” o mensajes privados. De igual forma, permite centralizar en un único medio, la comunicación fluida de los profesores y alumnos de manera sencilla. Por último, incrementa la eficacia del uso práctico de las TIC, al actuar la red como un medio de encuentro de: personas, recursos y actividades.

Una recomendación sería entonces que se abran grupos cerrados (donde se acceda por invitación del profesor) en la red social Facebook, para poder compartir de forma más sencilla materiales y opiniones. La moderación debe estar a cargo del profesor, el cual puede eliminar; tanto el contenido inapropiado de la plataforma, como el bloqueo de los usuarios malintencionados.

En estas plataformas se pueden dar avisos relacionados con las materias, establecer diálogos sobre los temas que se consideren oportunos para aclarar dudas, hacer preguntas, crear foros, compartir mensajes motivacionales, asignar las tareas, compartir notas; entre otros.

Por otro lado, como parte de los contenidos de la maestría, tanto en el énfasis de Administración de Medios de Comunicación como el de Tecnologías de la Información, debe incluirse el tema de las redes sociales, como herramientas importantes de comunicación interpersonal y estratégica.

Este tema puede incluirse en los cursos de: Mercadeo Estratégico, Planificación Estratégica y en los relacionados con las nuevas tecnologías. En definitiva, es un tema actual que no puede dejarse de lado, dentro de los contenidos de los cursos.

Referencias

- Alastruey, R. (2010). *El networking*. Barcelona: Editorial UOC.
- Aranda, D. y Sánchez-Navarro, J. (2011). *Internet como fuente de información para la vida cotidiana de los jóvenes españoles. El profesional de la información*, v. 20. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/15332/1/032-037.pdf>
- Armstrong, G. y Kotler, P. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Beltrán, L.R. (1991). Adiós a Aristóteles. *La Comunicación Horizontal. Comunicación y Sociedad* Nº 6. Ed. Cortez, Sao Paulo.
- Badilla, E. (2009, 05 de Agosto). *Homo Zappiens. La Nación*. Recuperado de http://www.nacion.com/ln_ee/2009/agosto/05/opinion2048706.html
- Benito, M., García, F., Portillo, J. y Romo, J. (2007). *Nativos digitales y modelos de aprendizaje*. [Versión electrónica]. De Universidad de País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU). Recuperado de <http://spdece07.ehu.es/actas/Garcia.pdf>
- Bowman, S. y Willis, C. (2003). *We Media. How audiences are shaping the future of news and information*. Media Center: American Press Institute.
- Calvo, M. y Rojas, C. (2009) *Networking. Uso práctico de las Redes Sociales*. Madrid: Editorial ESIC.
- Caldevilla, D. (2010). *Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual*. [Versión electrónica]. Documentación de las

Ciencias de la Información 2010, vol. 33, P.p. 45-68. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110045A>.

Cardoso, G. (2009). *De la Comunicación de Masa a la Comunicación en Red: Modelos Comunicacionales y la Sociedad de Información*. Portal de la Comunicación InCom. Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado de: http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/51_esp.pdf

Carrión, H. (2011). *Redes sociales: ¿ambiente apto para menores?* Centro de Investigación para la Sociedad de la Información, IMAGINAR. Ecuador.

Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Clarke-Pearson, K y Schurgin, G. (2011). *The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families*. Pediatrics. DOI: 10.1542/peds.2011-0054.

Cocoa Interactive (2010). *Redes sociales*. Recuperado de <http://www.cocoainteractive.com/cocoa/>

Codina, L. (2009). *Ciencia 2.0: Redes sociales y aplicaciones en línea para académicos* [versión electrónica]. Recuperado de <http://www.hipertext.net/Web/pag295.htm>

Craig, G. y Baucum, D. (2001). *Desarrollo Psicológico*. (Octava Edición). México: Pearson Educación.

Chiavenato, I. (2009). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: McGraw Hill.

Christakis, N.A. & Fowler, J.H. (2010). *Conectados*. Madrid: Taurus.

Crucianelli, S. (2009). *Herramientas Digitales para Periodistas*. Universidad de Texas: Centro Knight.

Dans, P. (2010). *Internet Edición 2010*. Madrid: Anaya Multimedia.

Durán, J. y Esquivel, W. (2009). *Expresiones de violencia interpersonal y social en el ciberespacio desde la vivencia del adolescente: estado del arte de la investigación*. Instituto de Investigación para la Justicia (IJ), y la Fundación Paniamor. Recuperada de <http://paniamor.org/interactivo/centrodoc/uit.html>

Facebook en datos y cifras que no conocías (2012, 18 de Mayo). *Univisión.com*. Recuperado de <http://noticias.univision.com/tecnologia/redes-sociales/article/2012-05-18/facebook-en-datos-y-cifras#axzz20knFDIOc>

Fernández, A. (2010). *Nuevos espacios educativos para la socialización infantil*. Mendoza, Argentina: X Congreso Nacional y II Congreso Internacional Repensar la Niñez en el siglo XXI. Recuperada de http://www.feeye.uncu.edu.ar/web/X-CN-REDUEI/eje3/Fernandez_Adriana.pdf

Fornas, J., Becker, K., Bjurström, E., y Ganetz, H. (2009). *Consuming Media: Communication, Shopping and Everyday*. Oxford.

Fournier, M. (2010). *Conocimientos, actitudes y prácticas asociados al uso de Internet en adolescentes*. Fundación Paniamor. Recuperado de <http://paniamor.org/interactivo/centrodoc/uit.html>

Gallego, J. C. (2010). *Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Técnicas básicas*. Madrid: Editorial Editex.

García, F; Portillo, J., y Romo, J. (2007). *Nativos digitales y modelos de aprendizaje. IV Simposio Pluridisciplinar sobre Diseño, Evaluación y Desarrollo de Contenidos Educativos Reutilizables*. Universidad de País Vasco / Euskal Herriko

Unibertsitatea (UPV/EHU). Recuperado de
<http://spdece07.ehu.es/actas/Garcia.pdf>

Gómez, M. (2010). *Elementos de estadística descriptiva*, (3° ed). Costa Rica: Editorial EUNED.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*, (5° ed). Editorial McGraw Hill/Interamericana Editores. S.A. de C.V.

Kukso, F. (2011.). *McLuhan, el profeta accidental. Página 12*. Recuperado de
<http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-7190-2011-07-18.html>

L. Hernández. (Comunicación personal). 13 de abril del 2012.

Lagarde, Marcela (2006). *El género, fragmento literal: La perspectiva de género. Género y feminismo*. Desarrollo humano y democracia, Ed. Horas y HORAS, España, 1996.

Lozares, C. 1996. *La teoría de las redes sociales. Papers 48*. Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Sociologia. Pp. 106-123. Recuperado de
<http://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n48/02102862n48p103.pdf>

Macarthur Foundation. (2008). *New Study Shows Time Spent Online Important for Teen Development*. Recuperado el 6 de octubre del 2011 de
http://www.macfound.org/site/c.1kLXJ8MQKrH/b.4773437/k.3CE6/New_Study_Shows_Time_Spent_Online_Important_for_Teen_Development.htm

Martínez, F. (2010). *La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales*. Ponencia presentada en el 2do Congreso Internacional de Comunicación 3.0. Madrid, España. Recuperado de
<http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/087.pdf>

- Medina, M (2005). *Estructura y Gestión de empresas audiovisuales*. Editorial Universidad de Navarra S. A., Navarra, España, 2005.
- Mcquail, D. y Windahl, S. (1997). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Navarra: Editorial EUNSA.
- Miller, P. et al. (1995). *El desarrollo y la socialización de la conducta prosocial*. Hinde, R. y Groebe, J.O. Cooperación y conducta social. Ed. Visor.
- Muñiz, R. (2012). Marketing en el siglo XXI. III Edición. Recuperado de <http://www.marketing-xxi.com/la-direccion-estrategica-16.htm>
- Observatorio de la Infancia en Andalucía (OIA) (2010, 07 de Junio). *Actividades y usos de TIC entre las chicas y chicos en Andalucía: informe 2010* Sevilla: Observatorio de la Infancia en Andalucía.
- Ortoleva, P. (2004). *O Novo Sistema dos Media. Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação*, Lisboa: Quimera.
- Oviedo, G. (2004). *La definición del concepto de percepción de psicología con base en la teoría Gestalt*. Revista de Estudios Sociales, agosto 08. Bogotá, Colombia.
- Papalia, D., Wendkos, S. y Duskin, R. (2009). *Psicología del desarrollo*. De la Infancia a la Adolescencia. Editorial Mc Graw Hill. Undécima edición.
- Peña, K., Pérez, M. y Rondón, E. (2010). *Redes sociales en Internet: reflexiones sobre sus posibilidades*. *Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*. Pp.173-174. Recuperado de: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/33627/1/articulo9.pdf>

Pérez, R. (2008). Uso de Tecnologías de la Comunicación e Información en Jóvenes de 12 a 18 años del Gran Área Metropolitana. Fundación Paniamor. Recuperado de <http://paniamor.org/interactivo/centrodoc/uit.html>

Pisani, F. y Piotet, D. (2009). *La alquimia de las multitudes. Cómo la web está cambiando el mundo*. Barcelona: Paidós Comunicación.

PortalTIC (2011). *Facebook simplifica su información sobre privacidad*. *Europapress.com*. Recuperado de <http://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-facebook-simplifica-informacion-privacidad-20110301124725.html>

Portal Marketing Directo. (2011). *Breve historia de las redes sociales*. Recuperado de <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/social-media-marketing/breve-historia-de-las-redes-sociales/>

Poveda, M. y Sánchez, A. (2010). *Informe Generación 2.0 Hábitos de los adolescentes en el uso de las redes sociales. Estudio comparativo entre Comunidades Autónomas*. Departamento de Psicología. Universidad Camilo José Celá. Recuperado de <http://estaticos.elmundo.es/documentos/2010/07/06/Generacion20.pdf>

Prensky, M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon*. MCB University Press, Vol. 9. No.6, December. Recuperado de <http://www.marcprensky.com/writing/prensky%20%20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part1.pdf>

Revista Consumer. (2008). Los adolescentes y las redes sociales: Del patio del colegio a la Red desde la habitación. Revista Consumer. Recuperado el 17 de julio del 2011 de <http://revista.consumer.es/web/es/20080601/internet/72607.php>

Rodríguez, A. (2006). Principales modelos de socialización familiar. En: Foro de Educación N° 9, 2007, pp. 91-97 93. Recuperado de: <http://www.forodeeducacion.com/numero9/007.pdf>

Rosales, J (2009). *Elementos de microeconomía*. Editorial EUNED. Primera Edición.

Sánchez, A. & Fernández, M. (2010). *Informe Generación 2.0 2010 Hábitos de los adolescentes en el uso de las redes sociales Estudio comparativo entre Comunidades Autónomas*. Madrid: Universidad Camilo José Celá.

Shaffer, D. y Kipp, K. (2010) *Psicología del Desarrollo. Infancia y Adolescencia*. Editorial Thompsom. Sétima edición.

Solís, B. (2010). *Introducing The Conversation Prism Version 3.0*. Recuperado de <http://www.briansolis.com/2010/10/introducing-the-conversation-prism-version-3-0/>

Teletica. (2010). PANI; *Redes Sociales confirman que jóvenes podrían ser explotados*. Recuperado de <http://www.teletica.com/noticia-detalle.php?id=70894&idp=1>

Teletica. (2010). *Peligro en el Ciberespacio*. Recuperado de <http://www.teletica.com/7dias/reportaje-detalle.php?id=61536>

Turkle, S. (1997). *La vida en la pantalla: La construcción de la identidad en la era de Internet*. Ediciones Paidós Ibérica. S.A.

Unimer. (2010). *1 de cada 5 ticos usa redes sociales*. Recuperado de http://www.unimercentroamerica.com/biblioteca_virtual/Redes_Sociales.pdf

Usan redes para secuestrar (2010, 22 de Octubre). *Al Día*. Recuperado de http://www.aldia.cr/ad_ee/2010/octubre/22/internacionales2563355.html

Vargas, E. (15 de junio de 2012). Entrevista de J.R.Ibarra [Correo electrónico].
Presidente del Colegio de Periodistas de Costa Rica.

Vázquez, M. L. y Ferreira, M. R. (2006). *Introducción a las técnicas cualitativas de investigación aplicadas a la salud*. Editorial Bellaterra, Barcelona. Pp 56-58.

Vélez, G. (2008, marzo-abril). *Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación*. *Razón y Palabra*. N° 61. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>

Anexos

Anexo 1. Guía observación

Nombre de la Escuela:	Fecha de aplicación:
-----------------------	----------------------

OBJETIVO A EVALUAR: Identificar las actitudes, comportamientos, comentarios, entre otros en la aplicación de encuestas en la escuela privada Saint Jude y escuela pública Juan Rafael Mora.

INSTRUCCIONES: Observar si en la aplicación de encuestas e presentan las siguientes acciones. Marcar con una "X" el cumplimiento o no en la columna correspondiente, así mismo es importante anotar las observaciones pertinentes.

No.	Acciones a evaluar	REGISTRO DE CUMPLIMIENTO			OBSERVACIONES
		SI	NO	NA	
1	Relación estudiantes/estudiantes.				
2	Relación estudiantes/docentes.				
3	Preguntas.				
4	Comentarios.				
5	Quejas/molestias.				

Anexo 2. Cuestionario para estudiantes

Universidad Estatal a Distancia

Maestría en Administración de Medios de Comunicación

Percepción de los estudiantes acerca del uso de redes sociales

Hola, estamos haciendo una investigación para la que requerimos el apoyo de los estudiantes de segundo ciclo escolar. Esta trata acerca del uso de las redes sociales; por ello, te solicitamos un ratito para que contestés estas preguntas. Se trata algo muy sencillo. **¡Muchas gracias por tu ayuda!**

Instrucciones generales:

1. Encerrá con un círculo la respuesta que considerés apropiada para cada pregunta.
2. Algunas preguntas traen instrucciones adicionales en **negrita**, para que lo tengás en cuenta.



SECCION #1: SOBRE EL ACCESO A INTERNET

1. ¿Usás Internet?

1. Sí 2. No (Pasá a Pregunta 5)

2. ¿Desde dónde te conectás a Internet? (Podés marcar varias respuestas)

1. Desde mi casa 3. Desde el laboratorio de la escuela 5. Desde un café internet
2. Desde la casa de mis amigos 4. Desde el trabajo de mis papás 6. Otro
(anotá) _____

3. ¿Cada cuánto utilizás Internet?

- 2.1 Todos los días 3. De 2 a 3 veces por semana 5. Otro (anotá) _____
2. De 4 a 5 veces por semana 4. Una vez por semana

4. ¿Para qué actividades utilizás Internet? (Podés marcar varias respuestas)

1. Para chatear con mis amigos 4. Para bajar música o escucharla
2. Para ver videos (musicales, graciosos, etc.) 5. Para enviar o leer correos electrónicos
3. Para buscar información para tareas 6. Otros (anotá) _____

5. ¿Tenés acceso a Internet desde tu casa?

1. Sí 2. No (Pasá a Pregunta 7)

SECCIÓN #2: SOBRE LAS REDES SOCIALES

6. ¿Sabés qué son las redes sociales?

1. Sí 2. No (Pasá a la pregunta 29)

7. ¿Cuáles redes sociales conocés? (Podés marcar varias respuestas)

1. Hi5 3. Google + 5. My Space
2. Facebook 4. Twitter 6. Otra (anotá) _____

8. ¿Sos parte de alguna red social?

1. Sí (Pasá a la pregunta 10)	2. No		
9. ¿Por qué no sos parte de ninguna red social? (Pasá a la pregunta 12)			
1. No me interesa	3. Nadie me ha enseñado		
2. No tengo tiempo	4. Mis papás no me dan permiso		
10. ¿Qué es lo que más te gusta de las redes sociales?			
1. Conocer qué hacen las otras personas	3. Subir fotografías y videos	5. Postear lo que hago	
2. Leer y compartir memes	4. Tener nuevos amigos	6. Otra (anotá)	
11. Para vos, ¿cuál es la <i>principal ventaja</i> de las redes sociales?			
1. Conocer nuevas personas	3. Compartir información		
2. Mantenerse en contacto con amigos o familiares	4. Otra (anotá) _____		
12. ¿Te asustan las redes sociales?			
1. Sí	2. No, ¿por qué? _____ (pasá a la pregunta 15)		
13. ¿Qué es lo que más te asusta de este tipo de redes sociales?			
1. Que alguien tome mis fotos y las use	3. Que alguien postee algo de mí que es privado		
2. Conocer a alguien que me acose	4. Otro (anotá) _____		
SECCION #3: SOBRE FACEBOOK			
14. ¿Tenés una cuenta en Facebook?			
1. Sí	2. No, ¿por qué? _____ (pasá a la pregunta 30)		
15. ¿Cuál es el nombre que usás en Facebook?			
1. Tu nombre completo	3. Tu apellido	5. Otro (anotá) _____	
2. Tu nombre	4. Tu apodo		
16. ¿Qué tipo de cosas publicás en la red?			
1. Fotos personales	3. Videos	5. Sentimientos	7. Chistes
2. Canciones	4. Comentarios	6. Links	8. Otras (anotá) _____
17. ¿Cuántos amigos tenés en Facebook? _____			
18. De esos amigos que tenés, ¿los conocés a todos?			
1. Sí	2. No		
19. ¿Para qué usás Facebook?			
1. Para jugar	3. Para chatear	5. Otras (anotá) _____	
2. Para escribir	4. Para trabajos de la escuela		
20. ¿Usás Facebook para conocer amigos nuevos?			
1. Sí	2. No		
21. ¿Aceptarías amigos nuevos que no conocés?			
1. Sí	2. No		
¿Por qué? _____			
22. ¿Qué requisito debe tener una persona para ser aceptada como amigo o amiga tuya en Facebook?			
1. Ser familiar	3. Ser amigo o amiga de tus amigos	5. No hay requisito, ¿por	

qué? _____	
2. Ser amigo o amiga 4. Ser de tu edad	
23. ¿Desde dónde te conectás a Facebook?	
1. Desde la casa 3. En un café Internet 5. En casa de algún familiar 7. Otras (anotá) _____	
2. Desde la escuela 4. En casa de mis amigos 6. Desde mi celular	
24. ¿Cuándo entrás a Facebook, ¿cuánto tiempo la usás?	
1. Menos de una hora 3. Toda la tarde	
2. Más de una hora 4. Toda la noche	
25. ¿Cuando estás en Internet o en Facebook, ¿tus papás se acercan o te preguntan qué estás haciendo?	
1. Sí 2. No	
26. ¿Conocés algo sobre la privacidad de Facebook?	
1. Sí 2. No	
27. ¿Sabés como se maneja la privacidad en Facebook?	
1. Sí 2. No	
28. ¿Tenés algún comentario o experiencia que nos querás contar?	
SECCIÓN #4: INFORMACION GENERAL	
29. ¿Cuántos años tenés? _____	30. Género: 1. Masculino 2. Femenino
31. Nombre de la Escuela en la que estás: _____	
32. ¿En qué grado estás?	
1. Cuarto 2. Quinto 3. Sexto	
33. ¿En dónde vivís? Provincia: _____	
Barrio: _____	

¡Agradecemos mucho tu colaboración!

Anexo 3. Cuestionario para madres y padres de familia

Universidad Estatal a Distancia
Maestría en Administración de Medios de Comunicación
Graduación

Trabajo Final de

Percepción de los padres de familia acerca del uso de las redes sociales

Le solicitamos su ayuda, ya que estamos realizando una investigación con estudiantes de primaria acerca del uso de las redes sociales. El objetivo de este cuestionario es analizar la percepción de los padres de familia sobre el uso de las redes sociales. **¡Muchas gracias por su ayuda!**

Instrucciones generales:

1. Encierre con un círculo las respuestas en el caso necesario.
2. Algunas preguntas traen instrucciones adicionales en **negrita**.

SECCIÓN #1: Sobre el acceso a Internet

1. ¿Utiliza usted Internet?

1. Sí 2. No, ¿por qué? _____ **(Pase a la pregunta 5)**

2. ¿En qué lugares acostumbra a conectarse a Internet? **(Puede marcar varias respuestas)**

1. En un Café Internet 3. En casa de amigos/familiares
2. En el trabajo 4. Otro _____

3. ¿Cada cuánto utiliza Internet?

1. Todos los días de la semana 3. De 2 a 3 veces por semana 5. Cada 15 días
2. De 4 a 5 veces por semana 4. Una vez por semana 6. Una vez al mes

4. ¿Con qué fin utiliza usted Internet? **(Puede marcar varias respuestas)**

1. Búsquedas generales de información 4. Consulta 7. Otros _____
2. Escuchar música 5. Chat / foros
3. Enviar/Recibir E-mail 6. Bajar y almacenar música

5. ¿Tiene acceso a Internet en su hogar?

1. Sí 2. No **(Pase a Pregunta 7)**

6. ¿Permite usted que sus hijos o hijas utilicen Internet?

1. Sí 2. No **(pase a la SECCION 2, pregunta 8)**

SECCIÓN #3: Sus hijos o hijas en las redes sociales

13. ¿Permite usted que sus hijos o hijas tengan un perfil en alguna red social?

1. Sí 2. No, ¿por qué **(Pase a la pregunta 18)** _____

14. ¿Sabe usted en que red social tienen un perfil sus hijos o hijas?

Anexo 4. Cuestionario para docentes

Universidad Estatal a Distancia

Maestría en Administración de Medios de Comunicación

Trabajo Final de Graduación

Percepción de los profesores acerca del uso de redes sociales

Le solicitamos su ayuda, ya que estamos realizando una investigación a los estudiantes de primaria acerca del uso de las redes sociales. El objetivo de este cuestionario es analizar la percepción de los profesores sobre la problemática, riesgos y consecuencias sobre el uso de las redes sociales. ¡Muchas gracias por su ayuda!

SECCIÓN #1: Experiencia personal de las redes sociales

1. ¿Conoce usted qué son las redes sociales?

1. Sí 2. No (**Pase a la pregunta 14**)

2. ¿Cuáles redes sociales conoce?

1. Hi5 3. Google + 5. Twitter
2. Facebook 4. My Space 6. Otra _____

3. ¿Pertenece usted a alguna red social?

1. Sí 2. No, ¿por qué? _____

4. ¿Con qué fin utiliza usted las redes sociales?

1. Compartir experiencias y sentimientos 3. Encontrar amigos 5. Enviar fotografías, videos, links
2. Conocer información de amigos 4. Saber quiénes son amigos de mis amigos 6. Comunicarme con los estudiantes
7. Otro _____

5. ¿Cuál considera usted que es la *principal ventaja* de las redes sociales?

1. Conocer nuevas personas 3. Compartir información
2. Mantenerse en contacto con amigos o familiares. 4. Otra _____

6. ¿Cuál cree usted que es la importancia de las redes sociales?

SECCIÓN #2: Sobre las redes sociales

7. De las siguientes afirmaciones conteste: (**a. Muy de acuerdo, b. De acuerdo, c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo, d. En desacuerdo, e. Muy en desacuerdo**)

1. Las redes sociales tienen muchos riesgos a() b() c() d() e()
2. Ser acosado es uno de los principales peligros de las redes sociales a() b() c() d() e()

3. La exposición de información confidencial es muy frecuente en las redes sociales	a() b() c() d() e()
4. Las redes sociales crean adicción, sobre todo en los estudiantes	a() b() c() d() e()
8. ¿Conoce usted las políticas de privacidad de las redes sociales?	
1. Sí	2. No (Pase a Pregunta 11)
9. ¿Ha utilizado las políticas de privacidad de las redes sociales?	
1. Sí	2. No (Pase a Pregunta 11)
10. ¿Cuáles políticas de privacidad de las redes sociales ha utilizado?	
1. Conexiones con usuarios	3. Aplicaciones y páginas web
2. Etiquetas	4. Bloqueo de usuarios
5. Otra _____	
11. ¿Ha escuchado usted hablar a sus estudiantes de las redes sociales?	
1. Sí	2. No
12. ¿Cree usted importante hablarles del uso adecuado de las redes sociales a sus estudiantes?	
1. Sí	2. No ¿Por qué? _____
13. ¿De cuáles redes sociales los ha escuchado hablar?	
1. Hi5	3. Google +
2. Facebook	4. My Space
	5. Twitter
	6. Otra _____

SECCIÓN #3: Sobre el acceso a Internet en la escuela

14. ¿Tienen acceso sus estudiantes a Internet en la escuela?		
1. Sí	2. No (Pase a Pregunta 12)	
15. ¿Utilizan Internet en los cursos?		
1. Sí	2. No	
16. ¿En cuáles cursos utilizan Internet?		

17. ¿Cada cuánto utilizan en promedio sus estudiantes Internet en la escuela?		
3. Todos los días de la semana	3. De 2 a 3 veces por semana	5. Cada 15 días
2. De 4 a 5 veces por semana	4. Una vez por semana	6. Una vez al mes
18. ¿Con qué fin se utiliza el Internet en la escuela? (Enumere del 1 al 6 en orden de prioridad, siendo el 1 lo más importante)		
() Búsquedas generales de información		
() Enviar/Recibir E-mail		
() Consulta de documentos		
() Escuchar música		
() Chat / foros		
() Bajar y almacenar música		
() Otros _____		

SECCION #4: Las redes sociales como herramienta didáctica

19. ¿Considera usted que las redes sociales son una herramienta didáctica?

1. Sí 2. No

¿Por qué? _____

20. ¿Le gustaría utilizar las redes sociales como herramienta didáctica?

1. Sí 2. No. ¿Por

qué? _____

21. ¿En qué cursos considera usted que las redes sociales aportarían a la educación de los estudiantes?

22. ¿De qué forma utilizaría las redes sociales como herramienta didáctica?

1. Grupo 3. Mensajes 5. Eventos
2. Página 4. Preguntas 6. Otros _____

23. ¿Siente usted que necesita ayuda o saber algo en específico del tema de las redes sociales?

1. Sí 2. No **(Pase a la SECCIÓN #5, pregunta 25)**

24. ¿Cuál información le gustaría que se le facilitara?

Comente si conoce algún caso de estudiantes afectados por el uso indebido de las redes sociales.

SECCIÓN #5: Información general

25. ¿Cuántos años tiene? _____

26. Género:

1. Masculino
2. Femenino

27. Nombre de la Escuela en la que labora:

28. ¿Qué grado(s) imparte usted?

1. Cuarto 2. Quinto 3. Sexto

Anexo 5. Guía de entrevista a experto en redes sociales

Nombre del experto de redes sociales:	Fecha:
---------------------------------------	--------

OBJETIVO A EVALUAR: Analizar la opinión de un experto en el tema de las redes sociales.

1. ¿Qué impacto han tenido las redes sociales en la sociedad costarricense?
2. ¿Cómo se ha visto modificada la comunicación interpersonal con las redes sociales?
3. ¿Considera usted que han sido un fenómeno homogéneo entre la población?
4. ¿Qué impacto han tenido en los procesos de socialización de los ticos?
5. Desde su punto de vista de experto, ¿Son peligrosas las redes sociales?
6. ¿Han afectado positiva o negativamente los procesos de socialización infantil?
7. ¿Conocen los padres de familia las ventajas y desventajas de permitir que su hijo o hija esté en una red como Facebook aunque no tenga la edad suficiente?
8. ¿Qué tan expuesto a peligros puede estar un menor en una red social?
9. ¿Qué aspectos considera usted que debería conocer un padre de familia para asesorar a su hijo o hija con respecto al uso de las redes sociales?
10. ¿Qué considera que se puede mejorar en las redes sociales con respecto a información, seguridad u otros?
11. Desde su punto de vista, ¿las redes sociales podrían utilizarse como herramientas educativas?

Anexo 6. Tablas de resultados por escuela

Estudiantes de la Saint Jude School

Cuadro No. 1

USO DE INTERNET		
USO DE INTERNET	Cantidad	%
1 SI	121	100.0%
2 NO	0	0%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	385	100.0%

Cuadro No. 2

DESDE DONDE SE CONECTA A INTERNET		
LUGAR	Cantidad	%
1 CASA	117	46.6
2 CASA DE AMIGOS	47	18.5
3 LABORATORIO DE LA ESCUELA	34	13.5
4 OFICINA DE LOS PAPÁS	25	9.9
5 CAFÉ INTERNET	14	5.6
6 OTRO	14	5.6
TOTAL DE RESPUESTAS	251	100.0%

Cuadro No. 2.1

OTROS LUGARES DESDE DONDE SE CONECTA A INTERNET		
LUGAR	Cantidad	%
1 CELULAR	5	22.7
2 IPOD	5	22.7
3 IPHONE	6	27.3
4 IPAD	1	4.5
5 EN UN LUGAR CON INTERNET	1	4.5
6 NO ESPECIFICA	4	18.2
TOTAL DE RESPUESTAS	22	100.0%

Cuadro No. 3

FRECUENCIA DE USO DE INTERNET		
FRECUENCIA	Cantidad	%
1 A DIARIO	74	60.2
2 DE 4 A 5 VECES POR SEMANA	18	14.6
3 DE 2 A 3 VECES POR SEMANA	18	14.6
4 UNA VEZ POR SEMANA	4	3.3
5 OTRO	5	4.1
TOTAL DE RESPUESTAS	123	100.0%

Cuadro No. 3.1

FRECUENCIA DE USO DE INTERNET		
FRECUENCIA	Cantidad	%
1 A VECES	1	11.1
2 CASI TODOS LOS DÍAS	2	22.2
3 NO ESPECIFICA	6	67.7
TOTAL DE RESPUESTAS	9	100.0%

Cuadro No 4

ACTIVIDADES PARA LAS QUE USA INTERNET		
ACTIVIDADES	Cantidad	%
1 CHATEAR CON AMIGOS	88	20.5
2 VER VIDEOS	90	21.0
3 BUSQUEDA DE INFORMACIÓN PARA TAREAS	96	22.4
4 BAJAR MÚSICA O ESCUCHARLA	75	17.5
5 ENVIAR O LEER CORREOS ELECTRÓNICOS	55	12.8
6 OTRO	25	5.8
TOTAL DE RESPUESTAS	429	100

Cuadro No 4.1

OTRAS ACTIVIDADES PARA LAS QUE USA INTERNET		
OTRAS ACTIVIDADES	Cantidad	%
1 JUGAR	4	30.8
2 BUSCAR INFORMACIÓN PASATIEMPOS	1	7.7
3 DIVERTIRME	2	15.4
4 HABLAR CON EL PAPÁ EN EEUU	1	7.7
5 PARA USAR SKYPE	1	7.7
6 PARA USAR T-BOX	4	30.8
TOTAL DE RESPUESTAS	13	100.0%

Cuadro No 5

ACCESO A INTERNET DESDE LA CASA		
ACCESO EN EL HOGAR	Cantidad	%
1 SI	121	100.0%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	121	100.0%

Cuadro No. 6

CONOCIMIENTO DE LAS REDES SOCIALES		
CONOCIMIENTO	Cantidad	%
1 SI SABE QUE SON	107	88.4
2 NO SABE QUE SON	10	8.3
3 NR	4	3.3
TOTAL DE ENTREVISTADOS	121	100.0%

Cuadro No. 7

REDES SOCIALES QUE CONOCEN		
REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 Hi5	27	6.9
2 FACEBOOK	113	28.9
3 GOOGLE +	99	25.3
4 TWITTER	72	18.4
5 MY SPACE	28	7.2
6 OTRA	52	13.3
TOTAL DE ENTREVISTADOS	391	100.0%

Cuadro No. 7.1

OTRAS REDES SOCIALES QUE CONOCEN		
OTRAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 HOTMAIL	1	1.9
2 MESSENGER	1	1.9
3 SKYPE	8	15.1
4 T-BOX	17	32.1
5 YOUTUBE	23	43.4
6 ITUNES	1	1.9
7 NO ESPECIFICA	2	3.8
TOTAL DE RESPUESTAS	53	100.0%

Cuadro No. 8

FORMA PARTE DE ALGUNA RED		
FORMA PARTE	Cantidad	%
1 SI	102	84.3
2 NO	19	15.7
TOTAL DE ENTREVISTADOS	121	100.0%

Cuadro No. 9

RAZONES PARA NO SER PARTE DE ALGUNA RED		
MOTIVOS	Cantidad	%
1 NO ME INTERESA	11	55.0
2 NO TENGO TIEMPO	3	15.0
3 NADIE ME HA ENSEÑADO	2	10.0
4 PAPÁS NO LE DAN PERMISO	4	20.0
TOTAL DE ENTREVISTADOS	20	100

Cuadro No. 10

LO QUE MÁS LE GUSTA DE LAS REDES SOCIALES		
LO QUE MÁS LE GUSTA	Cantidad	%
1 CONOCER QUE HACEN OTRAS PERSONAS	47	19.5
2 LEER Y COMPARTIR MEMES	46	19.1
3 SUBIR FOTOGRAFÍAS Y VIDEOS	51	21.2

4	TENER NUEVOS AMIGOS	62	25.7
5	POSTEAR LO QUE HAGO	21	8.7
6	OTRO	14	5.8
TOTAL DE RESPUESTAS		241	100.0%

Cuadro No. 10.1

OTRAS CARACTERÍSTICAS QUE LE GUSTAN DE LAS REDES SOCIALES		
OTRAS CARACTERÍSTICAS	Cantidad	%
1 CHATEAR CON AMIGOS	3	21.4
2 HABLAR CON MI FAMILIA	1	7.1
3 DIVERTIRME	1	7.1
4 JUGAR	1	7.1
5 ESCUCHAR MÚSICA	1	7.1
6 HABLAR CON AMIGOS	1	7.1
7 POSTEAR VIDEOS DIVERTIDOS	1	7.1
8 NO ESPECIFICA	5	35.7
TOTAL DE RESPUESTAS	14	100.0%

Cuadro No. 11

PRINCIPAL VENTAJA DE LAS REDES SOCIALES		
VENTAJA	Cantidad	%
1 CONOCER NUEVAS PERSONAS	23	16.0
2 MANTENER CONTACTO CON AMIGOS Y FAM.	100	69.4
3 COMPARTIR INFORMACIÓN	16	11.1
4 OTRO	5	3.5
TOTAL DE RESPUESTAS	144	100.0%

Cuadro No. 12

OTRAS VENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES		
VENTAJA	Cantidad	%
1 JUGAR	1	20.0
2 SABER NUEVA INFORMACIÓN	1	20.0
3 NO ESPECIFICA	3	60.0
TOTAL DE RESPUESTAS	5	100.0%

Cuadro No. 12

OTRAS VENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES		
VENTAJA	Cantidad	%
JUGAR	1	20.0
SABER NUEVA INFORMACIÓN	1	20.0
NO ESPECIFICA	3	60.0
TOTAL DE RESPUESTAS	5	100.0%

Cuadro No. 13

SI LE ASUSTAN LAS REDES SOCIALES		
LE ASUSTAN	Cantidad	%
1 SI	51	42.1
2 NO	66	54.5
3 A VECES	3	2.5
4 NR	1	0.8
TOTAL DE ENTREVISTADOS	121	100.0%

Cuadro No. 13.1

RAZONES POR LAS QUE NO LES ASUSTAN LAS REDES		
NO LE ASUSTAN PORQUE	Cantidad	%
1 SE COMO CUIDARME	13	25.0
2 SON SEGURAS, POCO PELIGROSAS	7	13.5
3 SON NORMALES, NO SON MALAS	5	9.6
4 AYUDAN A COMUNICARSE	3	5.8
5 TENGO TODO BLOQUEADO/PRIVADO	12	23.1
6 NO DAN MIEDO	7	13.5
7 NO ESPECIFICA	5	9.6
TOTAL DE RESPUESTAS	52	100.0%

Cuadro No. 14

CARACTERÍSTICA QUE MÁS LES ASUSTA DE LAS REDES		
LO QUE MÁS ASUSTA	Cantidad	%
1 QUE ALGUIEN TOME Y USE SUS FOTOS	33	26.2
2 CONOCER A ALQUIEN QUE LO(A) ACOSE	28	22.2
3 QUE ALGUIEN POSTEE ALGO DE EL O ELLA QUE ES PRIVADO	49	38.9
4 OTRO	16	12.7
TOTAL DE RESPUESTAS	126	100.0%

Cuadro No. 14.1

OTRA CARACTERÍSTICA QUE MÁS LES ASUSTA DE LAS REDES		
OTRA CARACTERÍSTICA QUE LES ASUSTA	Cantidad	%
1 QUE ALGUIEN ME HAGA DAÑO	2	12.5
2 QUE ME ROBEN INFORMACIÓN/ VIRUS DE COMPUTADORA	6	37.2
3 TODO	2	12.5
4 NO ESPECIFICA	6	37.5
TOTAL DE RESPUESTAS	16	100.0%

Cuadro 15

CUENTA EN FACEBOOK		
TIENE CUENTA	Cantidad	%
1 SI	94	77.7
2 NO	24	19.8
3 NO ESPECIFICA	3	2.5
TOTAL DE RESPUESTAS	121	100.0%

Cuadro No. 15.1

NO TIENEN CUENTA EN FACEBOOK		
RAZONES	Cantidad	%
1 NO ME DEJAN	5	38.5
2 NO ME INTERESA/ME ABURRE	3	23.1
3 AUN NO TENGO 13	2	15.4
4 NO TENGO	3	23.1
TOTAL DE RESPUESTAS	13	100.0%

Cuadro No. 16

NOMBRE QUE USA EN FACEBOOK		
NOMBRES	Cantidad	%
1 NOMBRE COMPLETO	49	49.5
2 NOMBRE	29	29.3
3 TU APELLIDO	1	1.0
4 TU APODO	17	17.2
5 NOMBRE FALSO	3	3.0
TOTAL DE RESPUESTAS	99	100.0%

Cuadro No. 17

TIPOS DE PUBLICACIONES EN LA RED		
TIPOS DE PUBLICACIONES	Cantidad	%
1 FOTOS PERSONALES	32	14.3
2 CANCIONES	26	11.7
3 VIDEOS	29	13.0
4 COMENTARIOS	64	28.7
5 SENTIMIENTOS	9	4.0
6 LINKS	22	9.9
7 CHISTES	31	13.9
8 OTROS	10	4.5
TOTAL DE RESPUESTAS	223	100.0%

Cuadro No. 18

CANTIDAD DE AMIGOS EN FACEBOOK		
CANTIDAD	Cantidad	%
1 MENOS DE VEINTE	3	2.9%
2 ENTRE 21 Y 50	10	9.7%
3 ENTRE 51 Y 100	17	16.5%
4 ENTRE 101 Y 150	12	11.7%
5 ENTRE 151 Y 200	7	6.8%
6 ENTRE 201 Y 250	3	2.9%
7 ENTRE 251 Y 300	5	4.9%
8 ENTRE 301 Y 350	3	2.9%
9 ENTRE 351 Y 450	2	1.9%
10 ENTRE 451 Y 500	1	1.0%
11 MAS DE 501	3	2.9%
12 NO RESPONDE	37	35.9%
TOTAL DE RESPUESTAS	103	100.0%

Cuadro No. 19

SI CONOCEN A TODOS LOS AMIGOS QUE TIENEN EN FACEBOOK		
CONOCE A LOS AMIGOS	Cantidad	%
1 SI	90	7.4
2 NO	7	5.8
3 NO RESPONDE	24	19.8
TOTAL DE ENCUESTADOS	121	100.0%

Cuadro No. 20

USOS DE FACEBOOK		
USOS	Cantidad	%
1 JUGAR	46	23.8
2 ESCRIBIR	36	18.7
3 CHATEAR	86	44.6
4 TRABAJOS DE LA ESCUELA	11	5.7
5 OTRO	14	7.3
TOTAL DE RESPUESTAS	193	100.0%

Cuadro No. 20.1

OTROS USOS DE FACEBOOK		
OTROS USOS	Cantidad	%
1 COMENTAR	2	7.7
2 PARA CHISTES	1	15.4
3 CONECTARME CON FAMILIARES	3	23.1
4 PARA ESTAR AL DÍA	1	7.7
5 PARA EXPRESARME	1	7.7
6 PARA SUBIR Y VER FOTOS	4	30.8
7 PARA NADA, ME ABURRE	1	7.7
TOTAL DE RESPUESTAS	13	100.0%

Cuadro No. 21

SI USAN FACEBOOK PARA HACER AMIGOS		
LO USAN PARA HACER AMIGOS	Cantidad	%
1 SI	30	24.8
2 NO	70	57.9
3 NO RESPONDE	21	17.4
TOTAL DE RESPUESTAS	121	100.0%

Cuadro No. 22

SI ACEPTARIAN NUEVOS AMIGOS QUE NO CONOCEN EN FACEBOOK		
SI ACEPTARÍAN AMIGOS	Cantidad	%
1 SI	31	25.6%
2 NO	69	57.0%
3 NO RESPONDE	21	17.3%
TOTAL DE RESPUESTAS	121	100.0%

Cuadro No. 23

REQUISITOS PARA ACEPTAR A ALGIUEN EN FACEBOOK		
REQUISITOS	Cantidad	%
1 SER FAMILIAR	65	36.5
2 SER AMIGO O AMIGA	80	44.9
3 SER AMIGO O AMIGA DE MIS AMIGOS	24	13.5
4 SER DE TU EDAD	8	8.5
5 NO HAY REQUISITO	1	0.6
TOTAL DE RESPUESTAS	178	100.0%

Cuadro No. 24

LUGAR DESDE DONDE SE CONECTA A FACEBOOK		
LUGAR	Cantidad	%
1 CASA	93	45.6
2 ESCUELA	3	1.5
3 CAFÉ INTERNET	8	3.9
4 CASA DE ALGUN AMIGO	27	13.2
5 CASA DE ALGUN FAMILIAR	30	14.7
6 DESDE MI CELULAR	38	18.6
7 OTRO	5	2.5
TOTAL DE RESPUESTAS	204	100

Cuadro No. 24.1

OTROS LUGARES DESDE DONDE SE CONECTA A FACEBOOK		
OTROS	Cantidad	%
1 IPOD	4	80%
2 IPAD	1	20%
TOTAL DE RESPUESTAS	5	100%

Cuadro No. 25

Cuadro No. 21

TIEMPO DE USO DE FACEBOOK DURANTE EL DÍA		
PERIODOS DE USO	Cantidad	%
1 MENOS DE UNA HORA	33	32.4
2 MAS DE UNA HORA	39	38.2
3 TODA LA TARDE	19	18.6
4 TODA LA NOCHE	11	10.8
TOTAL DE RESPUESTAS	102	100%

Cuadro No. 26

SUPERVISIÓN DE LOS PADRES CUANDO EL HIJO ESTÁ EN FACEBOOK		
SUPERVISAN LOS PADRES	Cantidad	%
1 SI	54	44.06
2 NO	47	38.8
3 NO RESPONDE	20	16.5
TOTAL DE RESPUESTAS	121	100%

Cuadro No. 27

CONOCIMIENTO DE LA PRIVACIDAD EN FACEBOOK		
CONOCEN ALGO ACERCA DE LA PRIVACIDAD	Cantidad	%
1 SI	73	60.3
2 NO	28	23.1
3 NO RESPONDE	20	16.5
TOTAL DE RESPUESTAS	121	100%

Cuadro No. 28

CONOCIMIENTO DEL MANEJO DE LA PRIVACIDAD EN FACEBOOK		
CONOCEN COMO SE MANEJA	Cantidad	%
1 SI	66	54.5
2 NO	35	28.9
3 NO RESPONDE	20	16.5
TOTAL DE RESPUESTAS	121	100%

Cuadro No. 29

EDAD EN AÑOS CUMPLIDOS		
EDAD	Cantidad	%
1 9	14	11.6
2 10	38	31.4
3 11	41	33.9
4 12	22	18.2
5 13	5	4.1
6 NO RESPONDE	1	0.8
TOTAL DE RESPUESTAS	121	100%

Cuadro No. 30

GÉNERO		
GÉNERO	Cantidad	%
1 MASCULINO	68	56.19
2 FEMENINO	52	42.98
3 NO RESPONDE	1	00.83
TOTAL DE RESPUESTAS	121	100%

Cuadro No. 31

ESCUELA A LA QUE ASISTE		
ESCUELA	Cantidad	%
1 SAINT JUDE SCHOOL	121	100
TOTAL DE RESPUESTAS	121	100%

Cuadro No. 32

GRADO QUE CURSA		
GRADO	Cantidad	%
1 CUARTO	46	38.0
2 QUINTO	42	34.7
3 SEXTO	33	27.3
TOTAL DE RESPUESTAS	121	100%

Estudiantes de la Escuela Juan Rafael Mora Porras

Cuadro No. 1

USO DE INTERNET		
USO DE INTERNET	Cantidad	%
1 SI	74	87
2 NO	10	11.76
3 NO RESPONDE	1	1.24
TOTAL DE ENTREVISTADOS	85	100.0%

Cuadro No. 2

DESDE DONDE SE CONECTA A INTERNET		
LUGAR	Cantidad	%
1 CASA	61	58.1
2 CASA DE AMIGOS	12	11.4
3 LABORATORIO DE LA ESCUELA	9	8.6
4 OFICINA DE LOS PAPÁS	4	3.8
5 CAFÉ INTERNET	12	11.4
6 OTRO	7	6.7
TOTAL DE RESPUESTAS	251	100.0%

Cuadro No. 2.1

OTROS LUGARES DESDE DONDE SE CONECTA A INTERNET		
LUGAR	Cantidad	%
1 CELULAR	5	71.4
2 CASA DE PRIMO	2	28.6
TOTAL DE RESPUESTAS	7	100.0%

Cuadro No. 3

FRECUENCIA DE USO DE INTERNET		
FRECUENCIA	Cantidad	%
1 A DIARIO	29	36.7
2 DE 4 A 5 VECES POR SEMANA	13	16.5
3 DE 2 A 3 VECES POR SEMANA	18	22.8
4 UNA VEZ POR SEMANA	15	19.0
5 OTRO	4	5.1
TOTAL DE RESPUESTAS	79	100.0%

Cuadro No. 3.1

FRECUENCIA DE USO DE INTERNET		
FRECUENCIA	Cantidad	%
1 A VECES	1	25.0
2 CUANDO ME DEJAN TAREA	1	25.0
3 CUATRO VECES POR MES	1	25.0
4 NO ESPECIFICA	1	25.0

TOTAL DE RESPUESTAS	4	100.0%
---------------------	---	--------

Cuadro No. 4

ACTIVIDADES PARA LAS QUE USA INTERNET		
ACTIVIDADES	Cantidad	%
1 CHATEAR CON AMIGOS	46	23.1
2 VER VIDEOS	45	22.6
3 BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN PARA TAREAS	40	20.1
4 BAJAR MÚSICA O ESCUCHARLA	38	19.1
5 ENVIAR O LEER CORREOS ELECTRÓNICOS	20	10.1
6 OTRO	10	5.0
TOTAL DE RESPUESTAS	199	100.0%

Cuadro No. 4.1

OTRAS ACTIVIDADES PARA LAS QUE USA INTERNET		
OTRAS ACTIVIDADES	Cantidad	%
1 JUGAR	5	50.0
2 VER FOTOS	1	10.0
3 USAR REDES SOCIALES	3	30.0
4 NO ESPECIFICA	1	10.0
TOTAL DE RESPUESTAS	10	100.0%

Cuadro No. 5

ACCESO A INTERNET DESDE LA CASA		
ACCESO EN EL HOGAR	Cantidad	%
1 SI	62	72.9
2 NO	19	22.4
3 NO RESPONDE	4	4.7
TOTAL DE ENTREVISTADOS	85	100.0%

Cuadro No. 6

CONOCIMIENTO DE LAS REDES SOCIALES		
CONOCIMIENTO	Cantidad	%
1 SI SABE QUE SON	65	86.7
2 NO SABE QUE SON	4	5.3
3 NR	6	8.0
TOTAL DE ENTREVISTADOS	85	100.0%

Cuadro No. 7

REDES SOCIALES QUE CONOCEN		
REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 Hi5	31	13.2
2 FACEBOOK	73	31.2
3 GOOGLE +	65	27.8
4 TWITTER	46	19.7
5 MY SPACE	13	5.6
6 OTRA	6	2.6

TOTAL DE RESULTADOS	234	100.0%
---------------------	-----	--------

Cuadro No. 7.1

OTRAS REDES SOCIALES QUE CONOCEN		
OTRAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 HOTMAIL	2	20.0
2 YOUTUBE	5	50.0
3 MEXICO WAP	1	10.0
4 YAHOO	1	10.0
5 NO ESPECIFICA	1	10.0
TOTAL DE RESPUESTAS	10	100.0%

Cuadro No. 8

FORMA PARTE DE ALGUNA RED		
FORMA PARTE	Cantidad	%
1 SI	55	64.7
2 NO	28	32.9
3 NO RESPONDE	2	2.4
TOTAL DE ENTREVISTADOS	85	100.0%

Cuadro No. 9

RAZONES PARA NO SER PARTE DE ALGUNA RED		
MOTIVOS	Cantidad	%
1 NO ME INTERESA	14	43.8
2 NO TENGO TIEMPO	6	18.8
3 NADIE ME HA ENSEÑADO	9	28.1
4 PAPÁS NO LE DAN PERMISO	3	9.4
TOTAL DE RESULTADOS	32	100.0%

Cuadro No. 10

LO QUE MÁS LE GUSTA DE LAS REDES SOCIALES		
LO QUE MÁS LE GUSTA	Cantidad	%
1 CONOCER QUE HACEN OTRAS PERSONAS	19	12.4
2 LEER Y COMPARTIR MEMES	29	19.0
3 SUBIR FOTOGRAFÍAS Y VIDEOS	44	28.8
4 TENER NUEVOS AMIGOS	40	26.1
5 POSTEAR LO QUE HAGO	13	8.5
6 OTRO	8	5.2
TOTAL DE RESPUESTAS	153	100.0%

Cuadro No. 10.1

OTRAS CARACTERÍSTICAS QUE LE GUSTAN DE LAS REDES SOCIALES		
OTRAS CARACTERÍSTICAS	Cantidad	%
1 CHATEAR CON AMIGOS	3	30.0
2 JUGAR	1	10.0
3 COMPARTIR	1	10.0
4 SUBIR FOTOS	1	10.0
5 NO ESPECIFICA	4	40.0
TOTAL DE RESPUESTAS	10	100.0%

Cuadro No. 11

PRINCIPAL VENTAJA DE LAS REDES SOCIALES		
VENTAJA	Cantidad	%
1 CONOCER NUEVAS PERSONAS	21	15.2
2 MANTENER CONTACTO CON AMIGOS Y FAMILIA	52	37.7
3 COMPARTIR INFORMACIÓN	60	43.5
4 OTRO	5	3.6
TOTAL DE RESPUESTAS	138	100.0%

Cuadro No. 11.1

OTRAS VENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES		
VENTAJA	Cantidad	%
1 JUGAR	1	20.0
2 SABER NUEVA INFORMACIÓN	1	20.0
3 NO ESPECIFICA	3	60.0
TOTAL DE RESPUESTAS	5	100.0%

Cuadro No. 12

SI LE ASUSTAN LAS REDES SOCIALES		
LE ASUSTAN	Cantidad	%
1 SI	26	30.6
2 NO	59	69.4
TOTAL DE ENTREVISTADOS	85	100.0%

Cuadro No. 13

CARACTERÍSTICA QUE MÁS LES ASUSTA DE LAS REDES		
LO QUE MÁS ASUSTA	Cantidad	%
1 QUE ALGUIEN TOME Y USE SUS FOTOS	26	33.3
2 CONOCER A ALQUIEN QUE LO(A) ACOSE	23	29.5
3 QUE ALGUIEN POSTEE ALGO DE EL O ELLA QUE ES PRIVADO	23	29.5
4 OTRO	6	7.7
TOTAL DE RESPUESTAS	78	100.0%

Cuadro No. 14

OTRA CARACTERÍSTICA QUE MÁS LES ASUSTA DE LAS REDES		
OTRA CARACTERÍSTICA QUE LES ASUSTA	Cantidad	%
1 QUE ALGUIEN INVENTE COSAS QUE NO HAGO	1	16.7
2 QUE ME BUSQUEN	1	16.7
3 QUE LEAN MIS COSAS PERSONALES	1	16.7
4 NO ESPECIFICA	3	50.0
TOTAL DE RESPUESTAS	6	100.0%

Cuadro No. 15

CUENTA EN FACEBOOK		
TIENE CUENTA	Cantidad	%
1 SI	52	61.2
2 NO	30	35.3
3 NO ESPECIFICA	3	3.5
TOTAL DE RESPUESTAS	85	100.0%

Cuadro No. 15.1

NO TIENEN CUENTA EN FACEBOOK		
RAZONES	Cantidad	%
1 NO ME DEJAN	4	13.3
2 NO ME INTERESA	4	13.3
3 AUN NO TENGO 13	1	3.3
4 NO HE PODIDO HACER CUENTA	2	6.7
5 ALGUIEN ME LO HACKEÓ	1	3.3
6 NO TENGO TIEMPO	1	3.3
6 NO ESPECIFICA	17	56.7
TOTAL DE RESPUESTAS	30	100.0%

Cuadro No. 16

NOMBRE QUE USA EN FACEBOOK		
NOMBRES	Cantidad	%
1 NOMBRE COMPLETO	18	25.4
2 NOMBRE	22	31.0
3 TU APELLIDO	7	9.9
4 TU APODO	19	26.8
5 NOMBRE FALSO	5	7.0
TOTAL DE RESPUESTAS	71	100.0%

Cuadro No. 17

TIPOS DE PUBLICACIONES EN LA RED		
TIPOS DE PUBLICACIONES	Cantidad	%
1 FOTOS PERSONALES	21	13.8
2 CANCIONES	25	16.4
3 VIDEOS	29	19.1
4 COMENTARIOS	34	22.4
5 SENTIMIENTOS	6	3.9
6 LINKS	14	9.2
7 CHISTES	22	14.5
8 OTROS (FOTOS)	1	0.7
TOTAL DE RESPUESTAS	152	100.0%

Cuadro No. 18

CANTIDAD DE AMIGOS EN FACEBOOK		
CANTIDAD	Cantidad	%
1 MENOS DE VEINTE	3	3.8
2 ENTRE 21 Y 50	10	12.7
3 ENTRE 51 Y 100	12	15.2
4 ENTRE 101 Y 150	6	7.6
5 ENTRE 151 Y 200	5	6.3
6 ENTRE 201 Y 250	4	5.1
7 ENTRE 251 Y 300	6	7.6
8 ENTRE 301 Y 500	1	1.3
9 ENTRE 501 Y 1000	3	3.8
10 MAS DE MIL	3	3.8
10 NO RESPONDE	26	32.9
TOTAL DE ENCUESTADOS	79	100.0%

Cuadro No. 19

SI CONOCEN A TODOS LOS AMIGOS QUE TIENEN EN FACEBOOK		
CONOCE A LOS AMIGOS	Cantidad	%
1 SI	51	60.0
2 NO	10	11.8
3 NO RESPONDE	24	28.2
TOTAL DE ENCUESTADOS	85	100.0%

Cuadro No. 20

USOS DE FACEBOOK		
USOS	Cantidad	%
1 JUGAR	40	30.3
2 ESCRIBIR	23	17.4
3 CHATEAR	52	39.4
4 TRABAJOS DE LA ESCUELA	11	8.3
5 OTRO	6	4.5
TOTAL DE RESPUESTAS	132	100.0%

Cuadro No. 20.1

OTROS USOS DE FACEBOOK		
OTROS USOS	Cantidad	%
1 COMPARTIR CON AMIGOS	1	16.7
2 LEER PUBLICACIONES DE AMIGOS	1	16.7
3 PARA PASAR EL RATO	2	33.3
4 SUBIR FOTOS	1	16.7
5 NO INDICA	1	16.7
TOTAL DE RESPUESTAS	6	100.0%

Cuadro No. 21

SI USAN FACEBOOK PARA HACER AMIGOS		
LO USAN PARA HACER AMIGOS	Cantidad	%
1 SI	43	50.6
2 NO	25	29.4
3 NO RESPONDE	17	20.0
TOTAL DE RESPUESTAS	85	100.0%

Cuadro No. 22

SI ACEPTARIAN NUEVOS AMIGOS QUE NO CONOCEN EN FACEBOOK		
SI ACEPTARÍAN AMIGOS	Cantidad	%
1 SI	17	20.0
2 NO	51	60.0
3 NO RESPONDE	17	20.0
TOTAL DE RESPUESTAS	85	100.0%

Cuadro No. 23

REQUISITOS PARA ACEPTAR A ALGUIEN EN FACEBOOK		
REQUISITOS	Cantidad	%
1 SER FAMILIAR	35	31.3
2 SER AMIGO O AMIGA	41	36.6
3 SER AMIGO O AMIGA DE MIS AMIGOS	17	15.2
4 SER DE TU EDAD	10	8.9
5 NO HAY REQUISITO	9	8.0
TOTAL DE RESPUESTAS	112	100.0%

Cuadro No. 24

LUGAR DESDE DONDE SE CONECTA A FACEBOOK		
LUGAR	Cantidad	%
1 CASA	45	33.8
2 ESCUELA	5	3.8
3 CAFÉ INTERNET	18	13.5
4 CASA DE ALGUN AMIGO	12	9.0
5 CASA DE ALGUN FAMILIAR	22	16.1
6 DESDE MI CELULAR	28	21.2
7 OTRO	3	2.3
TOTAL DE RESPUESTAS	133	100

Cuadro No. 24.1

OTROS LUGARES DESDE DONDE SE CONECTA A FACEBOOK		
OTROS	Cantidad	%
1 CELULAR	1	33.33
2 CASA DE PRIMAS	1	33.33
3 NO ESPECIFICA	1	33.33
TOTAL DE RESPUESTAS	3	100%

Cuadro No. 25

TIEMPO DE USO DE FACEBOOK DURANTE EL DÍA		
PERIODOS DE USO	Cantidad	%
1 MENOS DE UNA HORA	16	18.8
2 MÁS DE UNA HORA	28	32.9
3 TODA LA TARDE	17	20.0
4 TODA LA NOCHE	11	12.9
5 NO ESPECIFICA	13	15.3
TOTAL DE RESPUESTAS	85	100%

Cuadro No. 26

SUPERVISIÓN DE LOS PADRES CUANDO EL HIJO ESTÁ EN FACEBOOK		
SUPERVISAN LOS PADRES	Cantidad	%
1 SI	36	42.4
2 NO	33	38.8
3 NO RESPONDE	16	18.8
TOTAL DE RESPUESTAS	85	100%

Cuadro No. 27

CONOCIMIENTO DE LA PRIVACIDA EN FACEBOOK		
CONOCEN ALGO ACERCA DE LA PRIVACIDAD	Cantidad	%
1 SI	25	29.4
2 NO	42	49.4
3 NO RESPONDE	18	21.2
TOTAL DE RESPUESTAS	85	100%

Cuadro No. 28

CONOCIMIENTO DEL MANEJO DE LA PRIVACIDAD EN FACEBOOK		
CONOCEN COMO SE MANEJA	Cantidad	%
1 SI	25	29.4
2 NO	44	51.8
3 NO RESPONDE	16	18.8
TOTAL DE RESPUESTAS	85	100%

Cuadro No. 29

EDAD EN AÑOS CUMPLIDOS		
EDAD	Cantidad	%
1 9 Años	12	14.1
2 10 Años	17	20.0
3 11 Años	27	31.8
4 12 Años	20	23.5
5 13 Años	7	8.2
6 14 Años	2	2.4
TOTAL DE RESPUESTAS	85	100%

Cuadro No. 30

GÉNERO		
GÉNERO	Cantidad	%
1 MASCULINO	39	45.89
2 FEMENINO	46	54.11
TOTAL DE RESPUESTAS	85	100%

Cuadro No. 31

ESCUELA A LA QUE ASISTE		
ESCUELA	Cantidad	%
1 JUAN RAFAEL MORA PORRAS	85	100
TOTAL DE RESPUESTAS	85	100%

Cuadro No. 32

GRADO QUE CURSA		
GRADO	Cantidad	%
1 CUARTO	25	29.41
2 QUINTO	26	30.58
3 SEXTO	33	38.82
TOTAL DE RESPUESTAS	85	100%

Anexo 7. Lugares de residencia de los estudiantes

Lugar de residencia de los estudiantes de la Escuela Juan Rafael Mora Porras

PROVINCIA Y BARRIO DE RESIDENCIA		
BARRIO	Cantidad	%
1 PITHAYA	4	4.7
2 BARRIO CUBA	2	2.4
3 LA CARPIO	26	30.6
4 LOMAS DEL RÍO	4	4.7
5 HATILLOS	4	4.7
6 BARRIO CORAZÓN DE JESUS	2	2.4
7 PAVAS	13	15.3
8 BARRIO MÉXICO	10	11.8
9 BAJO DE LOS ANONOS	3	3.5
10 ALAJUELITA	3	3.5
11 VIDA ESPERANZA	2	2.4
12 BELLO HORIZONTE	1	1.2
13 BARRIO DON BOSCO	2	2.4
14 LIBERTAD 1	1	1.2
15 DESAMPARADOS	1	1.2
16 ROHRMOSER	3	3.5
17 BAJO DE LOS LEDEZMA	1	1.2
18 LEON XIII	1	1.2
19 SANTA FE	1	1.2
20 SAN JOSÉ	1	1.2
TOTAL DE RESPUESTAS	85	100%

Lugar de residencia de los estudiantes de la Escuela Saint Jude

PROVINCIA Y BARRIO DE RESIDENCIA		
Lugar	Cantidad	%
1 ESCAZÚ	28	23.1
2 SANTA ANA	25	20.7
3 SAN JOSE	22	18.9
4 ALAJUELA	13	10.7
5 HEREDIA	12	9.9
6 ROHRMOSER	6	4.5
7 BELEN	4	3.3
8 HATILLO	2	1.6
9 BARRIO MEXICO	2	1.6
10 CIUDAD COLÓN	1	0.8
11 TIBAS	1	0.8
12 MORAVIA	1	0.8
13 PAVAS	1	0.8
14 CURRIDABAT	1	0.8
15 PURISCAL	1	0.8
16 DESAMPARADOS	1	0.8

Anexo 8. Tablas de resultados madres y padres de familia

Padres de familia de la Saint Jude School

Cuadro No. 1

USO DE INTERNET		
USO DE INTERNET	Cantidad	%
1 SI	38	100.0%
2 NO	0	0.00%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

Cuadro No. 2

LUGAR DE CONEXIÓN A INTERNET		
LUGAR DE CONEXIÓN A INTERNET	Cantidad	%
1 EN UN CAFÉ INTERNET	0	00.0%
2 EN EL TRABAJO	21	38.2%
3 EN CASA DE AMIGOS/FAMILIARES	13	23.6%
4 OTRO	21	38.2%
TOTAL DE RESPUESTAS	55	100.0%

Cuadro No. 2.1

LUGAR DE CONEXIÓN A INTERNET		
LUGAR DE CONEXIÓN A INTERNET	Cantidad	%
1 CASA	17	81.0%
2 CELULAR	2	9.6%
3 LUGAR CON INTERNET	1	4.8%
4 NO ESPECIFÓ	1	4.8%
TOTAL DE RESPUESTAS	21	100.0%

Cuadro No. 3

TIEMPO USO INTERNET		
TIEMPO USO INTERNET	Cantidad	%
1 TODOS LOS DÍAS DE LA SEMANA	32	84.1%
2 DE 4 A 5 VECES POR SEMANA	2	5.3%
3 DE A 3 VECES POR SEMANA	2	5.3%
4 UNA VEZ POR SEMANA	0	0.0%
5 UNA VEZ CADA 15 DÍAS	0	0.0%
6 UNA VEZ AL MES	0	0.0%
7 NR	2	5.3%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

Cuadro No. 4

FIN USO DE INTERNET		
FIN USO DE INTERNET	Cantidad	%
1 BÚSQUEDAS GENERALES DE INFORMACIÓN	32	24.8%
2 ESCUCHAR MÚSICA	13	10.1%
3 ENVIAR/RECIBIR E-MAIL	30	23.3%
4 CONSULTA	23	17.9%
5 CHAT/FOROS	14	10.8%
6 BAJAR Y ALMACENAR MÚSICA	7	5.4%
7 OTROS	10	7.7%
TOTAL DE RESPUESTAS	129	100.0%

Cuadro No. 4.1

FIN USO DE INTERNET		
FIN USO DE INTERNET	Cantidad	%
1 ESTUDIAR	2	20.0%
2 TRABAJO	5	50.0%
3 VER PROGRAMAS DE TV	1	10.0%
4 VER VIDEOS	1	10.0%
5 NO ESPECIFICÓ	1	10.0%
TOTAL DE RESPUESTAS	10	100.0%

Cuadro No. 5

ACCESO A INTERNET DESDE EL HOGAR		
ACCESO A INTERNET DESDE EL HOGAR	Cantidad	%
1 SI	38	100.0%
2 NO	0	0.00%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

Cuadro No. 6

PERMISO A HIJOS USO DE INTERNET		
PERMISO A HIJOS USO DE INTERNET	Cantidad	%
1 SI	37	97.4%
2 NO	1	2.6%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

Cuadro No. 7

TIEMPO PERMISO A HIJOS USO DE INTERNET		
TIEMPO PERMISO A HIJOS USO DE INTERNET	Cantidad	%
1 CUANDO QUIERA	13	34.2%
2 UNAS HORAS AL DÍA	15	39.5%
3 DE 2 A 3 VECES POR SEMANA	6	15.8%
4 UNA VEZ POR SEMANA	0	00.0%
5 OTRO	4	10.5%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

Cuadro No. 7.1

TIEMPO PERMISO A HIJOS USO DE INTERNET		
TIEMPO PERMISO A HIJOS USO DE INTERNET	Cantidad	%
1 ES MUY CONSCIENTE DEL USO	1	25.0%
2 MIENTRAS OBEDEZCA	1	25.0%
3 UNA VEZ AL DÍA	1	25.0%
4 DEPENDIENDO DE LAS TAREAS ASIGNADAS	1	25.0%
TOTAL DE RESPUESTAS	4	100.0%

Cuadro No. 8

CONOCIMIENTO DE LAS REDES SOCIALES		
CONOCIMIENTO DE LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 SI	37	97.4%
2 NO	1	2.6%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

Cuadro No. 9

CONOCIMIENTO TIPOS DE REDES SOCIALES		
CONOCIMIENTOS TIPOS DE REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 HI5	11	11.7%
2 FACEBOOK	36	38.3%
3 GOOGLE +	15	16.0%
4 MY SPACE	7	7.4%
5 TWITTER	18	19.1%
6 OTRA	7	7.4%
TOTAL DE RESPUESTAS	94	100.0%

Cuadro No. 9.1

CONOCIMIENTO TIPOS DE REDES SOCIALES		
CONOCIMIENTOS TIPOS DE REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 YOUTUBE	1	14.3%
2 HOTMAIL	1	14.3%
3 SKYPE	2	28.6%
4 LINKEDIN	1	14.3%
5 MESSENGER	1	14.3%
6 GMAIL	1	14.3%
TOTAL DE RESPUESTAS	7	100.0%

Cuadro No. 10

PERTENENCIA A RED SOCIAL		
PERTENENCIA A RED SOCIAL	Cantidad	%
1 SI	33	84.6%
2 NO	1	2.6%
3 NR	1	2.6%
4 OTRO	4	10.3%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	39	100.0%

Cuadro No. 11

FIN USO DE LAS REDES SOCIALES		
FIN USO DE LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 COMPARTIR EXPERIENCIAS Y SENTIMIENTOS	14	26.4%
2 CONOCER INFORMACIÓN DE AMIGOS	10	18.9%
3 ENCONTRAR AMIGOS	8	15.1%
4 SABER QUIÉNES SON AMIGOS DE MIS AMIGOS	10	18.9%
5 ENVIAR FOTOGRAFÍAS, VIDEOS, LINKS	1	1.9%
6 OTRO	10	18.9%
TOTAL DE RESPUESTAS	53	100.0%

Cuadro No. 11.1

FIN USO DE LAS REDES SOCIALES		
FIN USO DE LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 CHATEAR	1	10.0%
2 DAR OPINIONES	1	10.0%
3 HABLAR CON AMIGOS Y FAMILIARES	4	40.0%
4 NETWORKING	1	10.0%
5 NOTICIAS	1	10.0%
6 TRABAJO	2	10.0%
TOTAL DE RESPUESTAS	10	100.0%

Cuadro No. 12

VENTAJA DE LAS REDES SOCIALES		
VENTAJA DE LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 CONOCER NUEVAS PERSONAS	3	6.0%
2 MANTENERSE EN CONTACTO CON AMIGOS Y FAMILIARES	33	66.0%
3 COMPARTIR INFORMACIÓN	10	20.0%
4 OTRA	4	8.0%
TOTAL DE RESPUESTAS	50	100.0%

Cuadro No. 12.1

VENTAJA DE LAS REDES SOCIALES		
VENTAJA DE LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 NEGOCIOS	1	25.0%
2 NETWORKING	1	25.0%
3 COMUNICARSE	1	25.0%
4 OTRA	1	25.0%
TOTAL DE RESPUESTAS	4	100.0%

Cuadro No. 13

PERMISO A HIJOS DE TENER UN PERFIL EN REDES SOCIALES		
PERMISO A HIJOS DE TENER UN PERFIL EN REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 SI	31	81.6%
2 NO	7	18.4%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

Cuadro No. 13.1

RAZONES PARA NO DAR PERMISO A HIJOS DE TENER UN PERFIL EN REDES SOCIALES		
NO PERMISO A HIJOS DE TENER UN PERFIL EN REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 ESTÁ MUY JOVEN	1	14.3%
2 NO TIENE LA MADUREZ	1	14.3%
3 NO ESPECIFICÓ	5	71.4%
TOTAL DE RESPUESTAS	7	100.0%

Cuadro No. 14

CONOCIMIENTO DEL PERFIL EN REDES SOCIALES DE SUS HIJOS		
CONOCIMIENTO DEL PERFIL EN REDES SOCIALES DE SUS HIJOS	Cantidad	%
1 SI	32	84.2%
2 NO	1	2.6%
3 NR	5	13.2%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

Cuadro No. 15

PERFIL EN REDES SOCIALES DE SUS HIJOS		
PERFIL EN REDES SOCIALES DE SUS HIJOS	Cantidad	%
1 HI5	0	0.0%
2 FACEBOOK	31	75.6%
3 GOOGLE +	3	7.3%
4 MY SPACE	1	2.4%
5 TWITTER	3	7.3%
6 SKYPE	2	4.9%
7 T-BOX	1	2.4%
TOTAL DE RESPUESTAS	41	100.0%

Cuadro No. 16.1

FACTORES PARA SUS HIJOS AL UTILIZAR LAS REDES SOCIALES		
TENER CIERTA EDAD	Cantidad	%
1 10 AÑOS	6	15.8%
2 12 AÑOS	4	10.5%
3 18 AÑOS	1	2.6%
4 MÁS DE 7 AÑOS	4	10.5%
5 NO ESPECIFICÓ	2	5.3%
6 NR	21	55.3%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

Cuadro No. 16.2

FACTORES PARA SUS HIJOS AL UTILIZAR LAS REDES SOCIALES		
ESTAR ACOMPAÑADO DE ALGUNA PERSONA ADULTA	Cantidad	%
1 SI	11	28.9%
2 NR	27	71.1%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

Cuadro No. 16.3

FACTORES PARA SUS HIJOS AL UTILIZAR LAS REDES SOCIALES		
SÓLO PUEDE TENER UN PERFIL EN CIERTA RED SOCIAL	Cantidad	%
1 FACEBOOK	12	31.6%
2 NO ESPECIFICÓ	1	2.6%
3 NR	25	65.8%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

Cuadro No. 16.4

FACTORES PARA SUS HIJOS AL UTILIZAR LAS REDES SOCIALES		
NO PUEDE COMPARTIR INFORMACIÓN PERSONAL O FOTOS SOLO CON AMIGOS Y FAMILIARES, DEBE TENER	Cantidad	%
1 RESTRICCIONES	1	2.6%
2 NO ESPECIFICÓ	12	31.6%
3 NR	25	65.8%

TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%
------------------------	----	--------

Cuadro No. 17

SUPERVISIÓN AL USAR SUS HIJOS LAS REDES SOCIALES		
SUPERVISIÓN AL USAR SUS HIJOS LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 SI	25	65.8%
2 NO	8	21.1%
3 NR	5	13.2%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

Cuadro No. 18

CONOCIMIENTO RIESGOS DE LAS REDES SOCIALES		
CONOCIMIENTO RIESGOS DE LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 SI	38	100.0%
2 NO	0	0.0%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

Cuadro No. 19

PREOCUPACIÓN DE LAS REDES SOCIALES		
PREOCUPACIÓN DE LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 EXPONER INFORMACIÓN CONFIDENCIAL	29	43.3%
2 SER ACOSADOS	20	29.9%
3 NO CONOCER EL USO QUE SE LE DA A LAS REDES SOCIALES PORNOGRAFÍA, COMENTARIOS INADECUADOS, FOTOS,	16	23.9%
4 VIDEOS, ETC	2	3.0%
TOTAL DE RESPUESTAS	67	100.0%

Cuadro No. 20

EXPLICACIÓN USO DE LAS REDES SOCIALES A SUS HIJOS		
EXPLICACIÓN USO DE LAS REDES SOCIALES A SUS HIJOS	Cantidad	%
1 SI	35	92.1%
2 NO	2	5.3%
3 NR	1	2.6%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

Cuadro No. 21

CONOCIMIENTO DE LAS POLÍTICAS DE PRIVACIDAD DE LAS REDES SOCIALES		
CONOCIMIENTO DE LAS POLÍTICAS DE PRIVACIDAD DE LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 SI	32	84.2%
2 NO	5	13.2%
3 NR	1	2.6%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

Cuadro No. 22

CONOCIMIENTO DEL MANEJO DE LA PRIVACIDAD DE LAS REDES SOCIALES			
CONOCIMIENTO DE LAS POLÍTICAS DE PRIVACIDAD DE LAS REDES SOCIALES		Cantidad	%
1	SI	27	71.1%
2	NO	6	15.8%
3	NR	5	13.2%
TOTAL DE ENTREVISTADOS		38	100.0%

Cuadro No. 23

INVESTIGACIÓN SOBRE LAS POLÍTICAS DE PRIVACIDAD DE LAS REDES SOCIALES			
INVESTIGACIÓN SOBRE LAS POLÍTICAS DE PRIVACIDAD DE LAS REDES SOCIALES		Cantidad	%
1	SI	20	52.6%
2	NO	13	34.2%
3	NR	5	13.2%
TOTAL DE ENTREVISTADOS		38	100.0%

Cuadro No. 24

AYUDA EN EL TEMA DE LAS REDES SOCIALES			
AYUDA EN EL TEMA DE LAS REDES SOCIALES		Cantidad	%
1	SI	11	28.9%
2	NO	26	68.4%
3	NR	1	2.6%
TOTAL DE ENTREVISTADOS		38	100.0%

Cuadro No. 25

INFORMACIÓN QUE LE GUSTARÍA SE LE FACILITARE		
Bloqueo de la información y protección de menores.		
Detalles específicos del uso de las redes sociales.		
Los últimos adelantos e información acerca de la seguridad.		
Sobre la privacidad.		

Cuadro No. 26

EDAD			
EDAD		Cantidad	%
1	MENOS DE 35	6	15.8%
2	DE 35 A 40	16	42.1%
3	DE 40 A 50	7	18.4%
4	MÁS DE 51	1	2.6%
5	NR	8	21.1%
TOTAL DE ENTREVISTADOS		38	100.0%

Cuadro No. 27

SEXO		
SEXO	Cantidad	%
1 FEMENINO	2	5.3%
2 MASCULINO	36	94.7%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

Cuadro No. 28

ESCUELA		
ESCUELA	Cantidad	%
1 SAINT JUDE	38	100.0%
2 NO ESPECÍFICO	0	0.0%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

Cuadro No. 29

GRADO ESCOLAR DE LOS HIJOS		
GRADO ESCOLAR DE LOS HIJOS	Cantidad	%
1 CUARTO	19	47.5%
2 QUINTO	12	30.0%
3 SEXTO	9	22.5%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

COMENTARIOS

No me parece que los niños utilicen las redes sociales en la escuela.
Bajo supervisión y buenas explicaciones se pueen manejar bien las redes sociales.

Padres de familia de la escuela Juan Rafael Mora Porras

Cuadro No. 1

USO DE INTERNET		
USO DE INTERNET	Cantidad	%
1 SI	37	75.5%
2 NO	12	24.50%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	49	100.0%

Cuadro No. 1.1

NO USO DE INTERNET		
RAZONES DE NO USO DE INTERNET	Cantidad	%
1 NO ME GUSTA	2	20.0%
2 NO NECESITO	1	10.0%
3 NO SÉ USARLO	2	20.0%
5 NO TENEMOS PRESUPUESTO	1	10.0%
6 NO TENEMOS INTERNET	4	40.0%
TOTAL DE RESPUESTAS	10	100.0%

Cuadro No. 2

LUGAR DE CONEXIÓN A INTERNET		
LUGAR DE CONEXIÓN A INTERNET	Cantidad	%
1 EN UN CAFÉ INTERNET	7	15.2%
2 EN EL TRABAJO	11	23.9%
3 EN CASA DE AMIGOS/FAMILIARES	1	2.2%
4 OTRO	27	58.7%
TOTAL DE RESPUESTAS	46	100.0%

Cuadro No. 2.1

LUGAR DE CONEXIÓN A INTERNET		
LUGAR DE CONEXIÓN A INTERNET	Cantidad	%
1 CASA	18	66.7%
2 CELULAR	8	29.6%
3 NO ESPECIFÓ	1	3.7%
TOTAL DE RESPUESTAS	27	100.0%

Cuadro No. 3

TIEMPO USO INTERNET		
TIEMPO USO INTERNET	Cantidad	%
1 TODOS LOS DÍAS DE LA SEMANA	16	38.1%
2 DE 4 A 5 VECES POR SEMANA	5	11.9%
3 DE A 3 VECES POR SEMANA	7	16.7%
4 UNA VEZ POR SEMANA	5	11.9%

5	UNA VEZ CADA 15 DÍAS	2	4.8%
6	UNA VEZ AL MES	5	11.9%
7	NR	2	4.8%
TOTAL DE RESPUESTAS		42	100.0%

Cuadro No. 4

FIN USO DE INTERNET		
FIN USO DE INTERNET	Cantidad	%
1 BÚSQUEDAS GENERALES DE INFORMACIÓN	31	26.3%
2 ESCUCHAR MÚSICA	11	9.3%
3 ENVIAR/RECIBIR E-MAIL	21	17.8%
4 CONSULTA	18	15.3%
5 CHAT/FOROS	10	8.5%
6 BAJAR Y ALMACENAR MÚSICA	17	14.4%
7 OTROS	10	8.5%
TOTAL DE RESPUESTAS	118	100.0%

Cuadro No. 4.1

FIN USO DE INTERNET		
FIN USO DE INTERNET	Cantidad	%
1 ENTRETENIMIENTO	1	20.0%
2 TAREAS DE MI HIJO	2	50.0%
3 TRABAJO	5	10.0%
4 VER VIDEOS DE MÚSICA	1	10.0%
5 NO ESPECIFICÓ	1	10.0%
TOTAL DE RESPUESTAS	10	100.0%

Cuadro No. 5

ACCESO A INTERNET DESDE EL HOGAR		
ACCESO A INTERNET DESDE EL HOGAR	Cantidad	%
1 SI	29	59.2%
2 NO	20	40.8%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	49	100.0%

Cuadro No. 6

PERMISO A HIJOS USO DE INTERNET		
PERMISO A HIJOS USO DE INTERNET	Cantidad	%
1 SI	38	77.6%
2 NO	8	16.3%
3 NR	3	6.1%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	49	100.0%

Cuadro No. 7

TIEMPO PERMISO A HIJOS USO DE INTERNET		
TIEMPO PERMISO A HIJOS USO DE INTERNET	Cantidad	%
1 CUANDO QUIERA	18	36.7%
2 UNAS HORAS AL DÍA	9	18.4%
3 DE 2 A 3 VECES POR SEMANA	10	20.4%
4 UNA VEZ POR SEMANA	5	10.2%
5 OTRO	7	14.3%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	49	100.0%

Cuadro No. 7.1

TIEMPO PERMISO A HIJOS USO DE INTERNET		
TIEMPO PERMISO A HIJOS USO DE INTERNET	Cantidad	%
1 SOLO CUANDO LES DAN CLASES EN LA ESCUELA	1	14.3%
2 CUANDO TIENEN PLATA PARA IR A UN INTERNET CAFÉ	1	14.3%
3 CUANDO VA A BUSCAR UNA TAREA	4	57.1%
4 SI TERMINARON TAREAS Y ESTUDIARON	1	14.3%
TOTAL DE RESPUESTAS	7	100.0%

Cuadro No. 8

CONOCIMIENTO DE LAS REDES SOCIALES		
CONOCIMIENTO DE LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 SI	40	81.6%
2 NO	8	16.3%
3 NR	1	2.0%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	49	100.0%

Cuadro No. 9

CONOCIMIENTO TIPOS DE REDES SOCIALES		
CONOCIMIENTOS TIPOS DE REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 HI5	16	13.9%
2 FACEBOOK	38	33.0%
3 GOOGLE +	31	27.0%
4 MY SPACE	8	7.0%
5 TWITTER	15	13.0%
6 OTRA	7	6.1%
TOTAL DE RESPUESTAS	115	100.0%

Cuadro No. 9.1

CONOCIMIENTO TIPOS DE REDES SOCIALES		
CONOCIMIENTOS TIPOS DE REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 YOUTUBE	1	14.3%
2 HOTMAIL MESSENGER	1	14.3%
3 SKYPE	1	14.3%
4 SONICO	1	14.3%
5 WAPDAM-DILANDAN	1	14.3%
6 MÉXICO WAP	1	14.3%
7 WHATSAPP	1	14.3%
TOTAL DE RESPUESTAS	7	100.0%

Cuadro No. 10

PERTENENCIA A RED SOCIAL		
PERTENENCIA A RED SOCIAL	Cantidad	%
1 SI	26	53.1%
2 NO	8	16.3%
3 NR	3	6.1%
4 OTRO	12	24.5%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	49	100.0%

Cuadro No. 10.1

RAZONES DE NO PERTENENCIA A RED SOCIAL		
RAZONES DE NO PERTENENCIA A RED SOCIAL	Cantidad	%
1 NO CONOZCO NADA DE LA COMPUTADORA	1	8.3%
2 NO ES NECESARIO, SOLO CON EL CORREO ELECTRÓNICO	1	8.3%
3 NO LE PRESTO MUCHA ATENCIÓN	2	16.7%
4 NO ME GUSTAN	6	50.0%
5 NO TENGO CONFIANZA	1	8.3%
6 SE PIERDE MUCHO TIEMPO EN ESO	1	8.3%
TOTAL DE RESPUESTAS	12	100.0%

Cuadro No. 11

FIN USO DE LAS REDES SOCIALES		
FIN USO DE LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 COMPARTIR EXPERIENCIAS Y SENTIMIENTOS	12	23.5%
2 CONOCER INFORMACIÓN DE AMIGOS	9	17.6%
3 ENCONTRAR AMIGOS	10	19.6%
4 SABER QUIÉNES SON AMIGOS DE MIS AMIGOS	5	9.8%
5 ENVIAR FOTOGRAFÍAS, VIDEOS, LINKS	5	9.8%
6 OTRO	10	19.6%
TOTAL DE RESPUESTAS	51	100.0%

Cuadro No. 11.1

FIN USO DE LAS REDES SOCIALES		
FIN USO DE LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 COMUNICARSE CON FAMILIA Y AMIGOS	4	40.0%
2 REVISAR INFORMACIÓN QUE SE COMPARTE EN EL MEDIO PARA ESTAR EN CONTACTO CON FAMILIARES QUE VIVEN LEJOS	1	10.0%
3 PARA BAJAR MÚSICA, JUEGOS INFANTILES Y VIDEOS MUSICALES	3	30.0%
4 VINEAR	1	10.0%
5	1	10.0%
TOTAL DE RESPUESTAS	10	100.0%

Cuadro No. 12

VENTAJA DE LAS REDES SOCIALES		
VENTAJA DE LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 CONOCER NUEVAS PERSONAS	6	12.2%
2 MANTENERSE EN CONTACTO CON AMIGOS Y FAMILIARES	29	59.2%
3 COMPARTIR INFORMACIÓN	11	22.4%
4 PARA TAREAS Y TRABAJOS	1	2.0%
4 OTRA	2	4.1%
TOTAL DE RESPUESTAS	49	100.0%

Cuadro No. 13

PERMISO A HIJOS DE TENER UN PERFIL EN REDES SOCIALES		
PERMISO A HIJOS DE TENER UN PERFIL EN REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 SI	30	61.2%
2 NO	19	38.8%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	49	100.0%

Cuadro No. 13.1

RAZONES PARA NO DAR PERMISO A HIJOS DE TENER UN PERFIL EN REDES SOCIALES		
NO PERMISO A HIJOS DE TENER UN PERFIL EN REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 ESTÁ MUY JOVEN	4	50.0%
2 NO ME GUSTA	2	25.0%
3 NO ESPECIFICÓ	2	25.0%
TOTAL DE RESPUESTAS	8	100.0%

Cuadro No. 14

CONOCIMIENTO DEL PERFIL EN REDES SOCIALES DE SUS HIJOS		
CONOCIMIENTO DEL PERFIL EN REDES SOCIALES DE SUS HIJOS	Cantidad	%
1 SI	29	59.2%
2 NO	5	10.2%
3 NR	15	30.6%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	49	100.0%

Cuadro No. 15

PERFIL EN REDES SOCIALES DE SUS HIJOS		
PERFIL EN REDES SOCIALES DE SUS HIJOS	Cantidad	%
1 HI5	3	7.9%
2 FACEBOOK	29	76.3%
3 GOOGLE +	4	10.5%
4 MY SPACE	0	0.0%
5 TWITTER	1	2.6%
6 MÉXICO WAP	1	2.6%
TOTAL DE RESPUESTAS	38	100.0%

Cuadro No. 16.1

FACTORES PARA SUS HIJOS AL UTILIZAR LAS REDES SOCIALES		
TENER CIERTA EDAD	Cantidad	%
1 10 AÑOS	2	4.1%
2 11 AÑOS	1	2.0%
3 12 AÑOS	1	2.0%
4 18 AÑOS	4	8.2%
5 MÁS DE 12 AÑOS	1	2.0%
7 NO ESPECIFICÓ	4	8.2%
8 NR	36	73.5%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	49	100.0%

Cuadro No. 16.2

FACTORES PARA SUS HIJOS AL UTILIZAR LAS REDES SOCIALES		
ESTAR ACOMPAÑADO DE ALGUNA PERSONA ADULTA	Cantidad	%
1 SI	22	44.9%
2 NR	27	55.1%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	49	100.0%

Cuadro No. 16.3

FACTORES PARA SUS HIJOS AL UTILIZAR LAS REDES SOCIALES		
SÓLO PUEDE TENER UN PERFIL EN CIERTA RED SOCIAL	Cantidad	%
1 FACEBOOK	4	8.2%
2 NO ESPECIFICÓ	2	4.1%
3 NR	43	43.0%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

Cuadro No. 16.4

FACTORES PARA SUS HIJOS AL UTILIZAR LAS REDES SOCIALES		
NO PUEDE COMPARTIR INFORMACIÓN PERSONAL O FOTOS	Cantidad	%
1 FOTOS SI PERO NO INFORMACIÓN PERSONAL	1	2.0%
2 NO ESPECIFICÓ	9	18.4%
3 NR	39	79.6%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	49	100.0%

Cuadro No. 17

SUPERVISIÓN AL USAR SUS HIJOS LAS REDES SOCIALES		
SUPERVISIÓN AL USAR SUS HIJOS LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 SI	27	55.1%
2 NO	8	16.3%
3 NR	14	28.6%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	49	100.0%

Cuadro No. 18

CONOCIMIENTO RIESGOS DE LAS REDES SOCIALES		
CONOCIMIENTO RIESGOS DE LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 SI	41	83.7%
2 NO	7	14.3%
3 NR	1	2.0%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	49	100.0%

Cuadro No. 19

PREOCUPACIÓN DE LAS REDES SOCIALES		
PREOCUPACIÓN DE LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 EXPONER INFORMACIÓN CONFIDENCIAL	25	35.7%
2 SER ACOSADOS	25	35.7%
3 NO CONOCER EL USO QUE SE LE DA A LA INFORMACIÓN	17	24.3%
4 OTRO	3	4.3%
TOTAL DE RESPUESTAS	70	100.0%

Cuadro No. 20

EXPLICACIÓN USO DE LAS REDES SOCIALES A SUS HIJOS		
EXPLICACIÓN USO DE LAS REDES SOCIALES A SUS HIJOS	Cantidad	%
1 SI	38	77.6%
2 NO	8	16.3%
3 NR	3	6.1%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	49	100.0%

Cuadro No. 21

CONOCIMIENTO DE LAS POLÍTICAS DE PRIVACIDAD DE LAS REDES SOCIALES		
CONOCIMIENTO DE LAS POLÍTICAS DE PRIVACIDAD DE LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 SI	28	57.1%
2 NO	16	32.7%
3 NR	5	10.2%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	49	100.0%

Cuadro No. 22

CONOCIMIENTO DEL MANEJO DE LA PRIVACIDAD DE LAS REDES SOCIALES		
CONOCIMIENTO DE LAS POLÍTICAS DE PRIVACIDAD DE LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 SI	22	44.9%
2 NO	12	24.5%
3 NR	15	30.6%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	49	100.0%

Cuadro No. 23

INVESTIGACIÓN SOBRE LAS POLÍTICAS DE PRIVACIDAD DE LAS REDES SOCIALES		
INVESTIGACIÓN SOBRE LAS POLÍTICAS DE PRIVACIDAD DE LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 SI	19	38.8%
2 NO	14	28.6%
3 NR	16	32.7%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	49	100.0%

Cuadro No. 24

AYUDA EN EL TEMA DE LAS REDES SOCIALES		
AYUDA EN EL TEMA DE LAS REDES SOCIALES	Cantidad	%
1 SI	11	36.7%
2 NO	26	49.0%
3 NR	1	14.3%
TOTAL DE ENTREVISTADOS	38	100.0%

Cuadro No. 25

INFORMACIÓN QUE LE GUSTARÍA SE LE FACILITARE
Cómo manejar la privacidad de las personas.
Cómo no ser acosados.
Cuando suben fotos de coquetería qué riesgos tienen.
Los padres debemos acompañar a nuestros hijos cuando utilizan las redes sociales para saber qué es lo que hacen y enseñarles a usarlas debidamente.
Desearía saber los riesgos a los que se exponen los hijos por los amigos que no son muchas veces lo que parecen.
El acceso restringido a la información privada de los contactos.
Hasta que punto las redes sociales se hacen responsables de la información confidencial de uno.
Para qué sirven.
Que pueden hacer los administradores con la información porque crean adicción.
Conocer más sobre los riesgos que existen de las redes sociales.

Cuadro No. 26

EDAD		
EDAD	Cantidad	%
1 MENOS DE 30	8	16.3%
2 DE 30 A 40	20	40.8%
3 DE 41 A 50	8	16.3%

4	MÁS DE 50	0	0.0%
5	NR	13	26.5%
TOTAL DE ENTREVISTADOS		49	100.0%

Cuadro No. 27

SEXO			
SEXO	Cantidad	%	
1 FEMENINO	12	24.5%	
2 MASCULINO	34	69.4%	
3 NR	3	6.1%	
TOTAL DE ENTREVISTADOS		49	100.0%

Cuadro No. 28

ESCUELA			
ESCUELA	Cantidad	%	
1 JUAN RAFAEL MORA PORRAS	49	100.0%	
2 NO ESPECÍFICO	0	0.0%	
TOTAL DE ENTREVISTADOS		49	100.0%

Cuadro No. 29

GRADO ESCOLAR DE LOS HIJOS			
GRADO ESCOLAR DE LOS HIJOS	Cantidad	%	
1 CUARTO	19	36.5%	
2 QUINTO	14	26.9%	
3 SEXTO	19	36.5%	
TOTAL DE RESPUESTAS		52	100.0%

COMENTARIOS

Conocer de internet y de las redes sociales es muy importante porque hay que estar actualizado y si se maneja con precaución ayudaría bastante.

Es importante saber cuáles son los riesgos que los hijos no estén con personas mayores en internet, los riesgos que pueden pasar que uno sabe.

Excelente porque se observa el comportamiento de los jóvenes y los padres sobre el internet.

Los padres debemos acompañar a nuestros hijos cuando utilizan las redes sociales para saber qué es lo que hacen y enseñarles a usarlas debidamente.

Anexo 9. Entrevista a José Rodolfo Ibarra

1. ¿Qué impacto han tenido las redes sociales en la sociedad costarricense?

Al igual que le resto del mundo ha transformado el sistema para informarse, para comunicarse y para hacerlo en doble vía de manera instantánea. Solo para citar algunos ejemplos: un hijo se entera de qué está cocinando su madre, porque ella lo posteó en Twitter en el primer piso donde está la cocina y él estudiaba en la planta alta. Otro se enteró de haber ganado un recurso de amparo, porque yo recibí la información y de inmediato lo twittí. Las redes sociales son el medio de comunicación del siglo XXI.

2. ¿Considera usted que han sido un fenómeno homogéneo entre la población?

A lo mejor no aún, pero hacia eso avanza.

3. ¿Qué impacto han tenido en los procesos de socialización de los ticos?

Alguna red social es más permisiva que otras en ese sentido. Definitivamente ahora es más fácil encontrar viejos amigos, viejos amores, viejos compañeros, pero no hay duda en que esta facilidad se da también en encontrar nuevo amigos, nuevos amores, nuevos infieles. Es más fácil una convocatoria a una fiesta que hacer llamadas telefónicas. Es más fácil también denigrar a alguien o a algo y hasta provocar divorcios, renunciaciones, caídas, o cualquier otra herramienta de terror social digital.

4. Desde su punto de vista de experto, ¿Son peligrosas las redes sociales?

Las RS son como un parque, ud llega ahí y ahí encuentra de todo. Desde el maleante que espera a la víctima hasta al nuevo amor o el amor de su vida, desde la oportunidad de negocios, hasta el típico estafador. Alguien decía también que es como llegar a una fiesta, donde ud empieza a conocer a los invitados y se presenta a

si mismo, obviamente, dando o intentando dar la mejor impresión, a final de cuentas, la primera impresión. Asimismo, como en el parque o como en la fiesta, los riesgos y peligros existen, existen en todas partes y las RS no escapan a ello, lo que hará la diferencia será su propia capacidad para evitar los peligros o saber enfrentarlos cuando se presenten, en fin estar preparados.

5. ¿Han afectado positiva o negativamente los procesos de socialización infantil?

Con los cuidados de ley han afectado positivamente. Hoy en día se dice que los pequeños vienen con el chip incorporado. Son genios frente a un computador, la generación de nativos digitales saben ya a que vienen a este mundo de las nuevas tecnologías. Solo hay que saber cuidarlos mientras son especialmente vulnerables.

6. ¿Conocen los padres de familia las ventajas y desventajas de permitir que su hijo o hija esté en una red como Facebook aunque no tenga la edad suficiente?

Hay una gran brecha digital, y en esto los padres son los principales protagonistas. En cualquier red social hay coyotes digitales esperando que pase su presa. Lamentablemente hay que hacer más alfabetismo digital para que los padres conozcan las puertas por donde el ladrón puede meterse y que puedan tomar las medidas restrictivas necesarias.

7. ¿Qué tan expuesto a peligros puede estar un menor en una red social?

Tanto como cualquier otra persona. a veces pensamos mucho en el menor y es cierto que es especialmente vulnerable, pero si los padres supervisan la situación, se capacitan, se educan digitalmente, estos riesgos se reducen en un altísimo porcentaje.

8. ¿Qué aspectos considera usted que debería conocer un padre de familia para asesorar a su hijo o hija con respecto al uso de las redes sociales?

Primero dominar al menos la red social en la que se desenvuelve su hijo. Segundo conocer aplicaciones de control parental. Tercero no dejarlo solo, orientarlo, guiarlo. Cuarto y no por ello menos importante, inculcar valores, porque no siempre se estará con él en la computadora, los valores que inculquemos en nuestros hijos serán siempre nuestro principal control parental.

9. ¿Qué considera que se puede mejorar en las redes sociales con respecto a información, seguridad u otros?

Estar pendientes siempre de contar con antivirus efectivos, saber armar una buena clave segura, saber guardar adecuadamente las claves, pero sobre todo en el área social creo que ya es necesaria la creación de una policía cibernética o digital, que se mueva en el mismo ámbito de las nuevas tecnologías, interactúe y pueda con el mismo lenguaje ser el vigilante de la zona digital.

10. Desde su punto de vista, ¿las redes sociales podrían utilizarse como herramientas educativas?

Si, sin la más mínima duda. Desde que la información es educación, a las RS le es natural la formación. Hay aplicaciones para estos casos, sobre todo en la educación a distancia, pero así como están también se pueden utilizar. recuerde que las RS son como una arma, ahí están pero depende de quién las use, así será el producto, si la usa un policía para proteger a alguien es bueno, si la usa un maleante para asesinar a una persona es malo, esto es lo que yo llamo la plasticidad de la red social.

Anexo 10. Materiales Gráficos de la Propuesta Facebukeate

Fan Page en Facebook

facebook Buscar personas, lugares y cosas Facebukeate Inicio

Las redes sociales NO son un juego, son una realidad

FACEBUKEATE

Facebukeate
A 3 personas les gusta esta página

Asesoría/Servicios empresariales
Las redes sociales no son un juego, son una realidad... ¡Facebukeate!

FACEBUKEATE

Me gusta 3

Videos

Notas 2

Las redes sociales son un juego, son ¿Qué son las Redes sociales? Son platafo

Crear una página

Las redes sociales no son un juego, son una realidad... ¡Facebukeate!

Me gusta · A Facebukeate le gusta esto.

Haz publicidad de tu página

Ahora Fundación

Estado Foto / video Evento, Hito +

¿Qué estás pensando?

Facebukeate compartió un enlace.
18 de Julio

¿Ya conocías las reglas de Internet? Dale clic a este video y aprendé con Phineas & Ferb.

Reglas para el ciberespacio con Phineas & Ferb
Phineas & Ferb te las cuentan

Me gusta · Comentar · Compartir

Facebukeate compartió un enlace.
18 de Julio

Les compartimos un video que nos enseña la importancia de la publicación de contenidos en las redes sociales.

Antes de publicar, ¡piénsatelo!

Antes de publicar, piénsatelo
Antes de publicar un video o fotos en alguna red social, piénsatelo dos veces.

Me gusta · Comentar · Compartir

Facebukeate
18 de Julio

¡Bienvenidos a Facebukeate!

Me gusta · Comentar · Compartir

Actividad Reciente

Facebukeate se ha unido a Facebook.

Facebukeate
18 de Julio

Las redes sociales no son un juego, son una realidad

¿Qué son las Redes sociales?
Son plataformas de comunidades virtuales que proporcionan información e interconectan a personas con intereses en común.

¿Para qué sirven las redes sociales?
Sirven para entretener e informar a los usuarios, m...

Continuar leyendo ...

Me gusta · Comentar · Compartir

Facebukeate
18 de Julio

Consejos para el adecuado uso de las redes sociales

Si bien es cierto que los sitios Web de redes sociales pueden ampliar el círculo de amigos, al ofrecer la posibilidad de interactuar unos con otros de forma más rápida y fácil, también pueden ampliar la exposición a otras personas con inten...

Continuar leyendo ...

Me gusta · Comentar · Compartir

Facebukeate
18 de Julio

Facebukeate es un proyecto de capacitaciones en redes sociales para niños, padres, madres y docentes para potenciar su uso correcto y reducir los posibles riesgos que se podrían presentar.

Me gusta · Comentar · Compartir

Ve tu anuncio aquí
Facebukeate

FACEBUKEATE

Las redes sociales no son un juego, son una realidad...

Me gusta · A Facebukeate le gusta esto.

Ve tu anuncio aquí
Facebukeate

FACEBUKEATE

Las redes sociales no son un juego, son una realidad... ¡Facebukeate!
Me gusta · A Facebukeate le gusta esto.

Manual/desplegable.

Lado A.

Me gusta · Comentar · Compartir

¿Para qué sirven las redes sociales?

Sirven para entretener e informar a los usuarios, mantener y conocer nuevas amistades, agrupar una comunidad mediante interacciones, dar esparcimiento a los usuarios...

Me gusta · Comentar · Compartir

¿Qué son las Redes sociales?

Son plataformas de comunidades virtuales que proporcionan información e interconectan a personas con intereses en común.

Lo más destacado

Facebookeate Acerca de ▾

Información Básica

Fundación 2012

Servicios Capacitaciones para el uso adecuado de las redes sociales

Información de contacto

Correo electrónico facebookeate@gmail.com

Sitio web <http://facebookeate.com>

Historial por año

2012 Se fundó en el 2012

Me gusta · Comentar · Compartir

Facebookeate es un proyecto de capacitaciones en redes sociales para niños, padres, madres y docentes para potenciar su uso correcto y reducir los posibles riesgos que se podrían presentar.

Las redes sociales NO son un juego, son una realidad

Actividad Reciente

Facebookeate te invita a aprender

Albumes

Like

Lado B.

Estado Foto / video Eventos, Más +

Escribe algo...

Consejos para tu seguridad en las redes sociales

Las redes sociales pueden ampliar tu cantidad de amigos, pero también pueden ampliar la exposición a otras personas con intenciones poco amigables.

Te brindamos algunas recomendaciones para socializar en línea de manera segura:

- No reveles tu nombre completo, domicilio, número de teléfono ni información sobre los números de las cuentas bancarias o de tarjeta de crédito.
- Controla que tu screen name o nombre de pantalla no revele mucha información sobre ti.
- Coloca en línea solamente la información sobre tu persona que desees que sea vista y conocida por otros.
- Piénsalo bien antes de colocar tu foto en el sitio Web ya que podría ser alterada y difundida de modos que no te hagan muy feliz.
- Ten mucho cuidado si un nuevo amigo que has conocido en línea desea conocerte personalmente. Si decides conocer a esta persona, encuéntrate con ellos en un lugar público durante las horas del día y en compañía de amigos de confianza. Dile a un adulto responsable adónde vas.

Like · Comentar · Compartir

Lo más destacado ▾

Consejos para madres y padres de familia

Las madres y padres pueden y deben prevenir los riesgos que podrían representar las redes sociales para los niños.

Recomendamos lo siguiente:

- Tener conocimientos básicos sobre las redes para saber cómo funcionan y poder enseñar a los niños cómo se usan de manera segura.
- Establecer algunas medidas de seguridad, como el instalar antivirus, filtros y programas que bloqueen el acceso a determinadas webs o programas. Algunos permiten incluso no mandar datos personales.
- Dialogar, explicar e informar a los niños de los riesgos que puede implicar el uso de las redes para que estén atentos ante situaciones sospechosas.
- Compartir con los niños el uso de Internet, de este modo les enseñamos a utilizarlo.
- Es necesario enseñarles que el tiempo que debe pasarse en las redes sociales debe ser limitado y controlado para evitar que caigan en la adicción.
- Situar la computadora en una zona común para poder controlar o monitorear qué están haciendo.

Like · Comentar · Compartir

Like

Consejos para docentes

Las redes sociales son nuevos métodos para estimular el aprendizaje y potenciar la creatividad de los estudiantes utilizando.

Asimismo, para los que temen por temas de privacidad, Facebook da información muy detallada de cómo proteger, controlar y bloquear personas desde cualquier cuenta. Para empezar a usar Facebook en el aula debes crear una página o crear un grupo o puedes utilizar ambas opciones:

- Crear una página (Facebook Page) donde estudiantes, padres y profesores pueden conectarse haciéndose fan y recibir todas las publicaciones en sus cuentas. Este es el sitio para compartir fácilmente enlaces web educativos como artículos en periódicos, videos online, el blog de la clase, etc. Es una buena manera de extender el aprendizaje más allá del horario escolar.
- Crear un grupo o varios grupos. Esto permite enviar un correo electrónico a los miembros que se desea invitar y solamente pueden unirse al grupo con tu previa aprobación. En general, son privados asegurando la privacidad de los estudiantes. Esta es la mejor manera para que estos trabajen en un proyecto colaborativo.

Like · Comentar · Compartir

Sitio web

Get a WIX site

[INICIO](#) [QUIENES SOMOS](#) [FACEBUKEATE](#) [CONSEJOS](#) [EVENTOS](#) [NOTICIAS](#) [CONTÁCTENOS](#)



[QUIENES SOMOS](#) | LEER MÁS |

[FACEBUKEATE](#) | LEER MÁS |

[CONSEJOS](#) | LEER MÁS |

[EVENTOS](#) | LEER MÁS |

LAS REDES SOCIALES NO SON UN JUEGO, SON UNA REALIDAD

¿Qué son las Redes sociales?
Son plataformas de comunidades virtuales que proporcionan información e interconectan a personas con intereses en común.



Peligros redes sociales

Actualmente, empresas de tecnología informática alertan sobre diversos peligros que existen en las redes sociales,

¿Para qué sirven las redes sociales?
Sirven para entretener e informar a los usuarios, mantener y conocer nuevas amistades, agrupar una comunidad mediante interacciones, dar esparcimiento a los usuarios, generar comunidades de lealtad, entre otros.

Tipos de redes sociales
Se pueden clasificar en personales, que agrupan a un conjunto de contactos y amigos con intereses en común, y las profesionales, las cuales se centran más en la creación de contactos profesionales afines a cada usuario.



especialmente en Facebook. En ella, gran número de herramientas enganchan a los usuarios, sobre todo menores, para robarles información personal de manera discreta, entre otros riesgos.

[Leer más](#)

San José
Costa Rica
Apartado: 85-1200

Correo electrónico:
irebonilla@gmail.com
elsy.vargas@gmail.com

Teléfonos:
(506) 8897-8269
(506) 8301-8349

Síguenos en:

