

Facebook como herramienta de promoción de la lectura en estudiantes del colegio Pedro Zambrano Barcia

AUTORES: María Cedeño Barcia¹
Jackson Wilfrido Ruiz Mendieta²
Walter José Zambrano Romero³

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: jacksonruiz981@gmail.com

Fecha de recepción: 21 - 09 - 2022

Fecha de aceptación: 13 - 11 - 2022

RESUMEN

La red social de Facebook ha tomado fuerza durante los últimos cinco años, siendo capaz de abarcar los contextos informacionales más usados por los usuarios, que abren una cuenta para la publicación de información de cualquier índole. El orden en el que se desarrolla la aplicación es apto para proporcionar herramientas útiles para múltiples funciones, que van desde el posteo de datos comunes hasta la promoción de páginas con objetivos, económicos, sociales y culturales. El objetivo de la investigación es analizar de qué manera Facebook aporta a la promoción a la lectura y cuál es el nivel de hábito lector de los estudiantes de la institución educativa “Pedro Zambrano Barcia”, para ejecutar este proceso se utiliza una metodología cuantitativa, descriptiva con un contraste de los referentes teóricos para proveer información sobre esta exploración. Los resultados indican que los estudiantes dedican tiempos de 20 minutos a la lectura, y que gran parte de la información que leen está en Facebook. Es significativo que existan páginas dentro de esta red social, que permitan vincular la promoción de la lectura para captar la atención de los usuarios y difundir mediante la red mensajes positivos sobre los hábitos lectores.

PALABRAS CLAVE: Facebook; Hábito lector; Promoción de lectura; Redes sociales.

Facebook as a tool to promote reading in students of the Pedro Zambrano Barcia school

¹ Docente de la Universidad Técnica de Manabí. Ecuador. E-mail: maria.cedeno@utm.edu.ec Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0818-4724>

² Egresado de la carrera de Bibliotecología y Ciencias de la Información. Facultad de Ciencias Humanísticas y Sociales. Universidad Técnica de Manabí. Ecuador. E-mail: jacksonruiz981@gmail.com Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1413-0685>

³ Docente de la Universidad Técnica de Manabí. Ecuador. E-mail: jose.zambrano@utm.edu.ec Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9747-4808>

ABSTRACT

The Facebook social network has gained strength during the last five years, being able to cover the informational contexts most used by users, who open an account for the publication of information of any kind. The order in which the application is developed is apt to provide useful tools for multiple functions, ranging from the posting of common data to the promotion of pages with economic, social and cultural objectives. The objective of the research is to analyze how Facebook contributes to the promotion of reading and what is the level of reading habit of the students of the educational institution "Pedro Zambrano Barcia", to carry out this process a quantitative, descriptive methodology is used with a contrast of the theoretical references to provide information on this exploration. The results indicate that students spend 20 minutes reading, and that much of the information they read is on Facebook. It is significant that there are pages within this social network that allow the promotion of reading to be linked to capture the attention of users and spread positive messages about reading habits through the network.

KEYWORDS: Facebook; Reading habit; Reading promotion; Social networks.

INTRODUCCIÓN

Sin duda alguna las redes sociales han cambiado la vida de los seres humanos de manera positiva, el gestionar información mediante páginas, aplicaciones y sistemas de acceso web se encuentra ponderado entre unos de los niveles más alto para la promoción y difusión de cualquier elemento.

Las redes sociales dejan que la información sea accesible en cualquier momento, de esto depende muchas decisiones que los usuarios tienen al momento de describirse como consumidores para gestionar sus propias necesidades (García & Román, 2019).

De acuerdo con Sánchez (2016) “La comunicación a través de redes sociales virtuales, como Facebook, LinkedIn, Twitter, MySpace y los blogs, entre otras, se ha convertido en uno de los principales medios para estar conectados con amigos, empleados y colegas” (p.9).

La comunicación es un efecto de enviar mensajes con significados claros y claves, para que las personas que se encuentran en este proceso gestionen las formas de comprensión y que exista un producto de información capaz de despejar dudas sobre la función de aquello.

Haciendo énfasis la manifestación de los espacios sociales en red se categorizan a un fenómeno social, que se encuentra integrado en las tecnologías basado en internet, este proceso se da a raíz de la expansión del conocimiento, dadas las circunstancias sobre los accesos que tienen los diferentes usuarios, y esto se basa en que existe el compartimiento de información en múltiples formas del medio virtual (Cándale, 2017).

Entonces si la información es múltiple en el comportamiento de los seres humanos, de estos preceden de manera significativa una función capaz de interconectar las ideas que sean necesarias para la difusión, dentro del proceder informacional las redes sociales cumplen funciones objetivas, es decir traspasan el contexto para gestionar aportes significativos en sus usuarios (...) cuando las redes sociales establecen su definición sobre su propio enfoque estas se vuelven puntuales, es expresar que forman parte de un espacio que se encuentra direccionado virtualmente para formar la interacción entre las personas (Hutt, 2012).

Las redes sociales, en el entorno virtual, son sitios y aplicaciones que operan en niveles diversos: como en lo profesional, en la relación, entre otros, pero siempre permitiendo el intercambio de información entre personas y/o empresas.

Las nuevas generaciones siempre se adaptan mejor a los cambios tecnológicos y demoran menos tiempo en dominar las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) así como a los aparatos derivados de los avances científicos-técnicos Las nuevas generaciones siempre se adaptan mejor a los cambios tecnológicos y demoran menos tiempo en dominar las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) así como a los aparatos derivados de los avances científicos-técnicos

Los nuevos usuarios que se encuentran vinculados al uso de las tecnologías de la información (Tics), y en este caso en el que se desarrollan las aplicaciones web, como es Facebook presentan adaptaciones a sus cambios y que sin duda logran dominar la inquisición que esta herramienta genera, que está derivada desde los avances científicos (Ramos, 2017).

De acuerdo con Bernier (2019). En el contexto educativo actual la Web 2.0 ha generado un alto grado de interconectividad entre las personas, quienes comparten en el espacio virtual información, datos, archivos, gustos, afinidades a través de una amplia variedad de redes sociales como el Facebook.

El uso de las herramientas de comunicación se ha incrementado en los últimos tiempos, a tal punto que se ha convertido en un instrumento clave de comunicación de las empresas. Su destacado crecimiento, acceso y popularidad se presentan como una oportunidad para los profesionales de la Comunicación y esto brinda un mejor soporte a la transparencia informacional (Zeler, 2017).

Con la evolución de las tecnologías de la comunicación, una de las principales que ha dado a conocer su gran variedad de productos y servicios a los diferentes usuarios, sin duda ha sido la red social de Facebook, ya que esta se la puede considerar una de las más demandas y con mayor perpetuación en el mercado. Una ventaja que esta aplicación tiene es que brinda productos corporativos a otras empresas las cuales se benefician de este servicio (Zeler, 2017).

Pero antes de insertarnos en el tema de la red social Facebook, también es transcendental mencionar cual es la importancia que tiene el hábito lector, pero sin duda alguna, la lectura se ha integrado, cada vez en mayor medida, como una competencia de gran valor para el desarrollo sociocultural de los países. Leer es una acción que no se restringe a poralizar las palabras en un texto (López, 2018, p.4).

De acuerdo con el autor Secul (2015). La lectura es una de las herramientas fundamentales para conocer el mundo. Leer es un derecho, pero también es un placer. El hábito de la lectura encierra un universo cercano, sensible y certero para reconocer contextos, reconstruir prácticas y advertir lo que sucede a nuestro alrededor.

En un estudio realizado por Parra, López & Cornejo (2015), “es posible ver en las redes sociales, en Facebook particularmente, la gran oportunidad que representa para potenciar el aprendizaje de los estudiantes. Ellos presentan actitudes positivas hacia las redes sociales, lo que es garantía de interés” (p. 151).

La red social de Facebook, tiende a ser un mecanismo de información completa, que está conectada en la red de publicación de cualquier índole, ahora bien, si esta aplicación cumple con la apariencia

Es decir, se la considera como herramienta tecnológica aquel dispositivo que permite la mejora y la difusión de información que tienen diferentes plataformas, y que es evidente que el compartimiento de sus publicaciones genera ofertas, servicios de manera acertada y gratuita (Sarmiento, 2018).

Desde el ámbito de exposición informacional la red social Facebook, se encuentra configurada para el compartimiento de información y la representación de ésta se vincula con el objeto de promover todo lo que sus usuarios generan en este contexto.

Con la visión de Gelpi (2018), las características generales que tiene Facebook son las siguientes:

- Hacer nuevos amigos.
- Lograr el reencuentro de antiguos amigos.
- Unirte a colectividades virtuales.

Con las perspectivas, anteriores, se puede determinar, que las opciones que ofrece Facebook como herramienta de comunicación ha permitido la efectividad de comunicación mundial, ahora bien, el objeto de esta situación se encuentra basado en que efectividad tiene esta red para promover la lectura.

Con el aporte que menciona García (2016) “Mediante la página de Facebook se comparten reseñas de ciertas obras, y posteriormente se pega el vínculo de descarga o se sube el archivo, aunque esto no sustituye la interacción del grupo de lectura, es una manera de dar acceso a recursos de lectura” (p.39).

La visión que se tiene sobre Facebook, como herramienta de aprendizaje y difusión de esta red añade una fusión directa para consolidar mecanismos o estrategias de promoción lectora, en el proyecto presentado por Mora, Parra & Vargas (2014) propusieron el desarrollo de una página social en la aplicación de Facebook, para que sea de esmero y desarrollo de habilidades comunicativas, lectoras y de observación desde los diferentes ámbitos, culturales, sociales y académicos.

De acuerdo a los antecedentes presentados es importante mencionar, que el identificar el hábito lector en los estudiantes del colegio Pedro Zambrano Barcia es muy importante, porque se puede establecer datos claros sobre qué tiempos dedican a la lectura, y si Facebook permitiría ser una herramienta de promoción lectora. El objetivo de la investigación ha sido el analizar de qué manera Facebook aporta a la promoción de la lectura del colegio antes mencionado.

Los objetivos del presente estudio son analizar de qué manera Facebook aporta a la promoción de la lectura del colegio Pedro Zambrano Barcia e identificar el nivel lector en los estudiantes de la básica superior de la institución

Para realizar la investigación se establecieron los siguientes aspectos: que sería de manera cuantitativa, la cual representa los datos estadísticos de la investigación, que mide los niveles lectores en los estudiantes, a través de una batería que fue aplicada mediante la aplicación del google forms, la segunda fase es la parte descriptiva que sintetiza los elementos de difusión a través de las estrategias propuestas que son los talleres para la difusión de lectura, mediante el uso de la aplicación de Facebook. Con un contraste de los referentes teóricos para proveer información sobre esta exploración de la investigación que tiene como principal fundamento a la red social y que es una herramienta de promoción de lectura. Para ejecutar la investigación se estableció una población de 122 estudiantes, de los cuales 100 fueron los participantes que son pertenecientes a la básica superior de la institución desde el 8vo a 10mo de educación general básica.

Para representar los resultados estadísticos de la investigación se estableció una batería cuantitativa, diseñada con un total de 10 interrogantes de los cuales se seleccionaron 6 para el uso de la investigación sobre el hábito lector y medios en los cuales ellos realizan su lectura y que están marcadas en datos sociológicos de los alumnos participantes. De este banco de pregunta se tomaron en cuenta la dedicación a la lectura, medios de lecturas y que tipo de redes sociales ellos utilizan más. Para esto se representan en las siguientes tablas y figuras para la interpretación de los resultados.

Tabla 1. Edades de los participantes y géneros.

EDAD			
ÍTEMS	CANTIDAD	%	TOTAL
10 años- 12 años	45	45%	45
12- años-14 años	55	55%	55
			100
GÈNERO			
Masculino	50	50%	50
Femenino	50	50%	50

Elaboración propia. Fuente: estudiantes del colegio “Pedro Zambrano Izaguirre”

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 45% de la población de estudio oscilan en edades de 10 a 12 años, mientras que el 55% están en los rangos de 12 a 14 años, esto es de acuerdo a los niveles de la educación general básica de la institución. El género de los participantes se encuentra en iguales, tanto en el 50% son masculinos, mientras el otro 50% son femeninos. En este aspecto es importante resaltar la igualdad, entre las conformaciones educativas, y en este caso el desarrollo de buenas políticas sobre género se ven reflejadas desde una educación en construcción, que demanda la inclusión en igualdades de los niño y niñas de acuerdo con lo que ratifica el Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud alianza de la Universidad de Manizales y el CINDE (2015).

Tabla 2. Dedicación a la lectura.

ÍTEMS	CANTIDAD	%	TOTAL
20 minutos	56	56%	56
30 minutos	24	24%	24
40 minutos	10	10%	10
1 hora	10	10%	10
			100

Elaboración propia. Fuente: estudiantes del colegio “Pedro Zambrano Izaguirre”

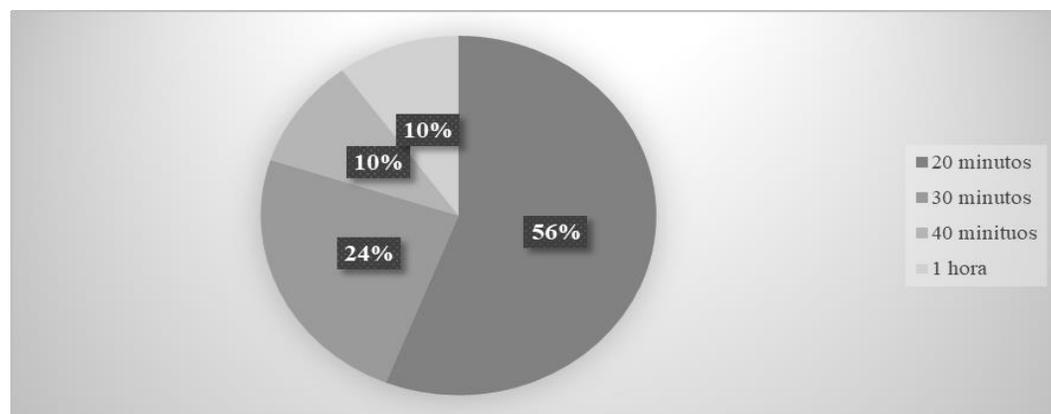


Figura 1. Dedicación a la lectura

En el gráfico 1 se puede observar que el 56% de los participantes dedican 20 minutos a la lectura, mientras el 24% afirmaron que leen 30 minutos, un 10% realiza esta actividad 40 minutos, y otro 10% lo hace durante 1 hora. Esto nos indica que la mayoría de la muestra toma solo lee un promedio corto. De acuerdo con Quilumbaquín (2018) “El dato estadístico de que en el Ecuador se lee poco puede ser a raíz de la certeza de que la lectura en el internet no es lo mismo que la lectura tangible en los libros; la distinción que hay entre buena lectura mecánica y la lectura comprensiva global (p.4).

Tabla 3. Gustos lectores

ÍTEMS	CANTIDAD	%	TOTAL
Cuentos	30	30%	30
Fabulas	9	9%	9
Libros	27	27%	27
Periódicos	25	25%	25
Revistas	9	9%	9
			100

Elaboración propia. Fuente: estudiantes del colegio “Pedro Zambrano Izaguirre”

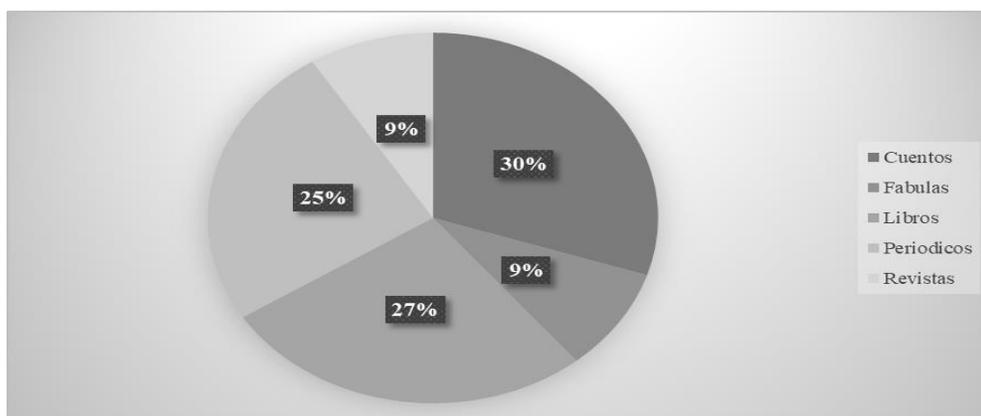


Figura 2. Gustos lectores

En la figura 2 se puede observar, que el 30% de los estudiantes participantes indican que les gusta los cuentos, el 27% le gusta leer libros, el 25% degusta de la lectura continua que se encuentra en los periódicos, mientras que un 9% gusta de leer revistas, y el otro 9% las fabulas. La cuentearía es el arte oral de contar, u oralidad narradora artística, que consiste en comunicar y expresar por medio de la palabra, la voz y el gesto vivo, cuentos y otros géneros imaginarios que el cuentero inventa y/o reinventa (Enríquez, 2018, p.9).

Tabla 4. ¿Qué tipo de aplicación utilizas más para leer?

ÍTEMS	CANTIDAD	%	TOTAL
Whatsaap	30	30%	30
Facebook	50	50%	50
Libro Reading (play store)	20	20%	20
			100

Elaboración propia. Fuente: estudiantes del colegio “Pedro Zambrano Izaguirre”

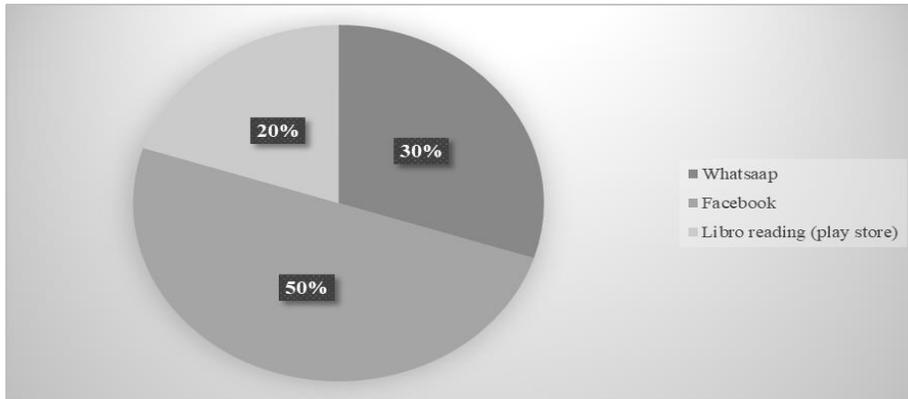


Figura 3. Aplicaciones más utilizadas para leer

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 30% de los estudiantes utilizan la aplicación de whatsapp como medio de lectura, mientras el 50% de los participantes utilizan la red social de Facebook, solo un 20% utilizan la aplicación de libro Reading que se encuentra disponible en el software de play store.

Tabla 5. Tiempo que dedica a la red social de Facebook.

ÍTEMS	CANTIDAD	%	TOTAL
20 minutos	56	56%	56
30 minutos	24	24%	24
40 minutos	10	10%	10
1 hora	10	10%	10
			100

Elaboración propia. Fuente: estudiantes del colegio “Pedro Zambrano Izaguirre”

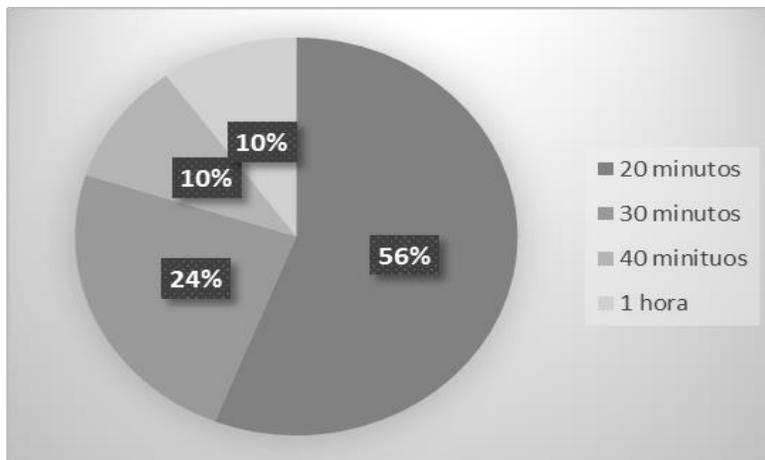


Figura 4. Tiempo de dedicación a la red social Facebook

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 56% de la población indico que pasa un aproximado de 20 minutos en el la red social de Facebook, mientras un 24% 30 minutos, el otro 10 dedica tiempo de 40 minutos, y el otro 10% una hora a esta aplicación.

Tabla 6. ¿Le gustaría una página destinada a la promoción de la lectura?

ÍTEMS	CANTIDAD	%	TOTAL
Si	80	80%	80
No	20	20%	20
			100

Elaboración propia. Fuente: estudiantes del colegio “Pedro Zambrano Izaguirre”

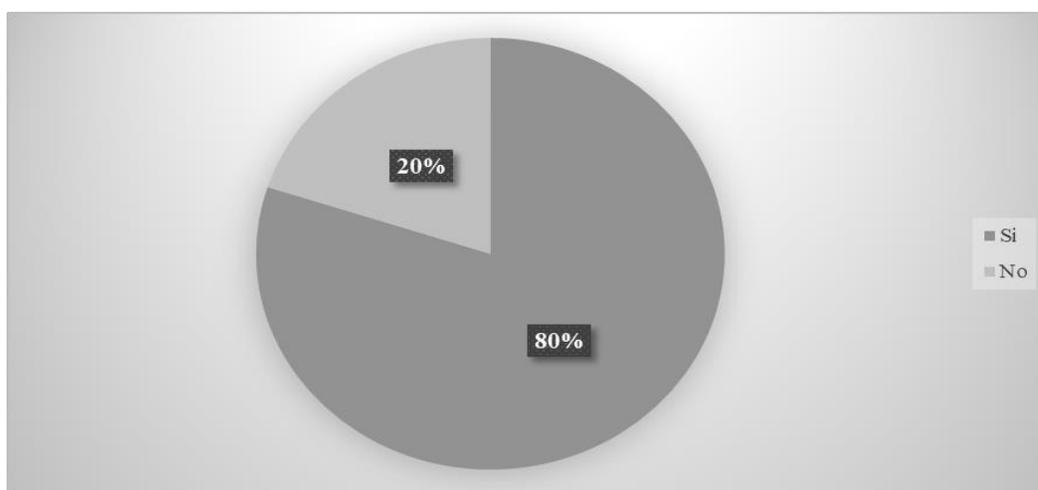


Figura 5. Gusto por una página destinada a la promoción de la lectura

El 80% de las encuestados indicaron que si desean la implementación de una página en Facebook que promueva la lectura. Mientras un 20% indico que no le gustaría la implementación de una página para la promoción de la lectura.

Para el desarrollo y aporte de la investigación se propusieron talleres interactivos en la página de Facebook los cuales se describen a continuación:

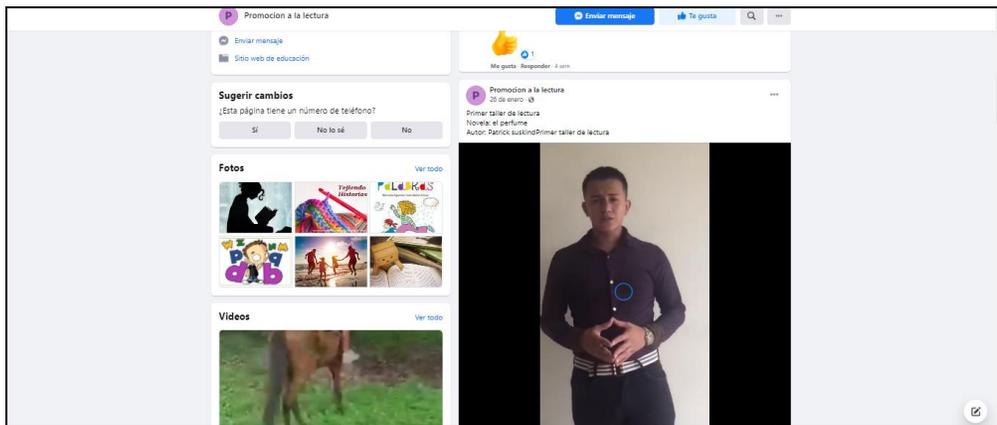
Taller 1. Mi historia de familia



Recuperado de: <https://www.facebook.com/Promocion-a-la-lectura103453508421350>

Descripción: Comienza el taller con detonadores de la charla como: ¿quiénes forman tu familia?, ¿tienes parientes que viven lejos?, ¿qué manías o costumbres son propias de tu familia?, ¿con quién te llevas mejor en tu casa?, ¿has tenido algún conflicto allí?, ¿quién eligió tu nombre?, ¿de dónde eran tus abuelos? • Después de conocer las historias de los asistentes, invítalos a escuchar la lectura de los libros Esta familia que ves o Las lechucitas.

Taller 2. Exposición de la novela del perfume



Recuperado de: <https://www.facebook.com/Promocion-a-la-lectura-103453508421350>

Primer taller de lectura

Novela: el perfume

Autor: Patrick suskind Primer taller de lectura

CONCLUSIÓN

Facebook como herramienta de promoción a lectura, permite mantener una interacción más fuerte con los usuarios. La página de promoción a la lectura que se creó para la investigación, permitió vincular talleres para los estudiantes, dando una función positiva, se ha podido llegar a un número de 163 personas que la utilizan, desde el momento que se creó, y ahora estas visualizaciones siguen aumentando por usuarios que están encontrando la página en sus contactos de esta red.

Los resultados de la encuesta determinaron que lo estudiantes utilizan la herramienta de Facebook, en tiempos preliminares de 20 minutos y solo un 10%, lo hacen ya establecido una hora de usabilidad.

La integración de metodologías para promocionar la lectura en las redes sociales es una manera muy buena para lograr captar la atención de usuarios que son potencialmente activos en las redes sociales, y a que pesar que estas se encuentran diseñadas para promocionar diferentes temas, la animación se

puede establecer con porcentajes de usuarios que permiten la aceptación a través del botón “me gusta”, direccionado interés por ese espacio.

Para futuro se debe implementar talleres de lectura, en donde los títulos de libros deberían ser escogidos para difundir mensajes de concientización y que fomenten la aplicación de valores y la idealización de futuros lectores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bernier, J. (2019). Efectividad educativa del Facebook para el desarrollo de la comprensión lectora. *Telos*, 21 (2). Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/993/99359223005/99359223005.pdf>

Cándale, C. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. Universidad de Bucarest. [Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes \(googleusercontent.com\)](http://www.googleusercontent.com)

Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud alianza de la Universidad de Manizales y el CINDE (2015). Igualdad de género en las instituciones educativas de la primera infancia brasileña. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/alianza-cinde-umz/20150511072628/DanielaFinco.pdf>

Companioni, Cruz, Y, Reyes, R. (2017). Las redes sociales. Impacto en la sociedad moderna. [PDF Las redes sociales. Impacto en la sociedad moderna \(researchgate.net\)](https://www.researchgate.net)

Enríquez, C. (2018). *El cuento como recurso didáctico para el desarrollo del lenguaje oral de los niños de 2 a 3 años del DISTRITO DDQC05 QUITO CENTRO*. (Tesis de posgrado, Universidad Central del Ecuador). Quito, Ecuador. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/16254/1/T-UCE-0010-FIL-011-P.pdf>

García, A, Román, I. (2019). *Redes sociales como herramienta de difusión en inbound marketing para la industria hospitalaria*. (Tesis de pregrado, Universidad San Francisco de Quito, USFQ). Quito, Ecuador. [UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ Redes sociales como herramienta de difusión en inbound marketing para la industria hosp \(googleusercontent.com\)](http://www.googleusercontent.com)

García, A. (2016). Promoción de lectura mediante Facebook entre estudiantes de la Facultad de Contaduría de la Universidad Veracruzana campus Ixtaczoquitlán. (Trabajo recepcional, Universidad Veracruzana). Córdoba Veracruz. [Reporte AgeluzMelissaGarciaFiguro_080316.pdf \(uv.mx\)](http://uv.mx)

Gelpi, R. (2018). Política 2.0: las redes sociales (Facebook y Twitter) como instrumento de comunicación política. Estudio: caso Uruguay. (Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid). Madrid, España. [Política 2.0: las redes sociales \(Facebook y Twitter\) como instrumento de comunicación política. Estudio: caso Uruguay \(ucm.es\)](http://www.ucm.es)

Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 91(2), 121-128. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=729/72923962008>

López, S, y Jarvio, A. (2018). Promoción de la lectura en espacios virtuales: el caso del Portal de Lectores y Lecturas de la Universidad Veracruzana. *Álabe* 18. DOI: 10.15645/Alabe2018.18.3. recuperado de

<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:bcthFRWg5V0J:https://dianet.unirioja.es/descarga/articulo/6491802.pdf+&cd=6&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>

Mora, L, Párraga, S, Vargas, A. (2014). Facebook: una estrategia digital para desarrollar la producción y comprensión textual del género narrativo. (Tesis de pregrado, Corporación universitaria minuto de Dios). Soacha. [THUM_MoraBenavidesLeidyJohana_2013.pdf \(uniminuto.edu\)](#)

Parra, K, López, M, Cornejo, J. (2015). Facebook la red social, un potencializador del aprendizaje y un desafío docente en la sociedad del conocimiento. *Boletín virtual*, 4 (10). 143-146. [Facebook la red social, un potencializador del aprendizaje y un desafío docente en la sociedad del conocimiento \(googleusercontent.com\)](#)

Quilumbaquín, S. (2018). La lectura comprensiva y el bajo rendimiento académico en los estudiantes de 7mo a 10mo año de Educación Básica en el Área de Lengua y Literatura de la Escuela “Ejército de Salvación” en el periodo 2017- 2018. (Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador). Quito, Ecuador. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/16483/1/T-UCE-0010-FIL-114.pdf>

Ramos, H, Cruz, Y, Reyes, R. (2017). Las redes sociales. Impacto en la sociedad moderna. [\(PDF\) Las redes sociales. Impacto en la sociedad moderna \(researchgate.net\)](#)

Sánchez, M, Pinochet, G. (2017). El rol de las redes sociales virtuales en la difusión de información y conocimiento: estudio de casos. *Universidad & Empresa*, 19(32),107-135. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1872/187247578006>

Sarmiento, L. (2018). *La red social Facebook como herramienta comunicacional en la gestión de imagen institucional del Gad Municipal de Pallatanga*. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo). Riobamba, Ecuador. [UNACH-EC-FCP-COM-SOC-2019-0007.pdf](#)

Secul, C, Viñas, M. (2015). Fomento de la lectura a través de las redes sociales. Recuperado de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/48234/Documento_completo.pdf?sequence=1

Zeler, I. (2017). Facebook como instrumento de comunicación en las empresas de América Latina. (Tesis doctoral). Universitat Rovira i Virgili. Tarragona, España. Recuperado de <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/462203/TESI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Zeler, I. (2017). *Facebook como instrumento de comunicación en las empresas de América Latina*. (Tesis doctoral, Universitat Rovira i Virgili). Tarragona. [TESI.pdf \(tesisenred.net\)](#)