



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**“PROCESOS DE COMUNICACIÓN ESTUDIANTIL Y EL LENGUAJE EN
LAS REDES SOCIALES DE LAS ESTUDIANTES DE LA UNIDAD
EDUCATIVA RODRÍGUEZ ALBORNOZ DE LA CIUDAD DE AMBATO”**

Trabajo de Investigación previa a la obtención del Título de Licenciada en
Comunicación Social.

AUTORA:

Valverde Olmedo Laura Alejandrina

TUTOR

Dr. Mg. Walter Francisco Viteri Torres

Ambato – Ecuador

2018

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

El suscrito, Dr. Mg. Walter Francisco Viteri Torres, CERTIFICA: Que la señorita LAURA ALEJANDRINA VALVERDE OLMEDO portadora de la C. C. 1804263349, está habilitado para obtener el Título de Tercer Nivel; ha concluido su trabajo de Titulación, Modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; sobre el Tema: “PROCESOS DE COMUNICACIÓN ESTUDIANTIL Y EL LENGUAJE EN LAS REDES SOCIALES DE LAS ESTUDIANTES DE LA UNIDAD EDUCATIVA RODRÍGUEZ ALBORNOZ DE LA CIUDAD DE AMBATO”, previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social, por lo que en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico de la autenticidad del mencionado Trabajo, y de haberle orientado durante todo el proceso.

Ambato, 28 de septiembre del 2017

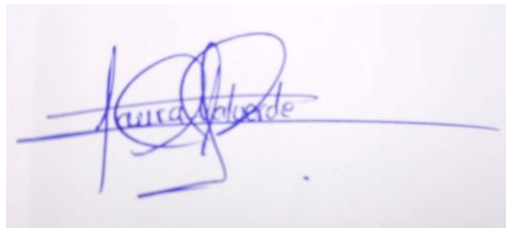
Dr. Walter Viteri Torres, Mg.

TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los contenidos, criterios, análisis, conclusiones, recomendaciones y propuestas emitidos en el trabajo de investigación: “**PROCESOS DE COMUNICACIÓN ESTUDIANTIL Y EL LENGUAJE EN LAS REDES SOCIALES DE LAS ESTUDIANTES DE LA UNIDAD EDUCATIVA RODRÍGUEZ ALBORNOZ DE LA CIUDAD DE AMBATO**” son de exclusiva responsabilidad del autor.

Ambato, 28 de septiembre del 2017



LAURA ALEJANDRINA VALVERDE OLMEDO

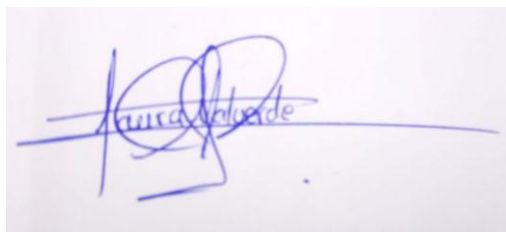
AUTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación según las normas de la institución.

Cedo los derechos en líneas patrimoniales de mi trabajo de investigación con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este documento dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, 28 de septiembre del 2017



LAURA ALEJANDRINA VALVERDE OLMEDO

AUTOR

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: “**PROCESOS DE COMUNICACIÓN ESTUDIANTIL Y EL LENGUAJE EN LAS REDES SOCIALES DE LAS ESTUDIANTES DE LA UNIDAD EDUCATIVA RODRÍGUEZ ALBORNOZ DE LA CIUDAD DE AMBATO**”, presentado por la Srta. Laura Alejandrina Valverde Olmedo, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, de 2018

Para constancia firman

.....

Presidente

.....

Miembro

.....

Miembro

DEDICATORIA

En todo este tiempo he sido una planta, llegué tan solo como una semilla, primero sembraron mis raíces, con el tiempo fui creciendo, no puedo negar que al principio el miedo me embargaba, las dudas me acorralaban, pero allí estuvieron ustedes familia Rojas mi sustento, los que me acompañaron y nunca se rindieron conmigo.

Fue un trabajo compartido con mis docentes, guías que en el transcurso se volvieron amigos, colegas y mentores, a mis amigos que forman parte de mis alegrías, tristezas a todos ustedes les dedico por entero este esfuerzo.

***LAURA ALEJANDRINA VALVERDE
OLMEDO***

AGRADECIMIENTO

“Así que no temas, porque yo estoy contigo; no te angusties, porque yo soy tu Dios. Te fortaleceré y te ayudaré; te sostendré con mi diestra victoriosa” Isaías 41:10.

Primero agradezco a Dios por ser mi fortaleza y mi guía todo este tiempo, gracias a ustedes docentes, a la universidad Técnica de Ambato y a la carrera de Comunicación Social por abrirme las puertas, también a la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz que fue parte de mi investigación y ahora yace como un sueño cumplido.

***LAURA ALEJANDRINA VALVERDE
OLMEDO***

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

CONTENIDO

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRACT.....	xv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	3
TEMA DE INVESTIGACIÓN	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:	3
CONTEXTUALIZACIÓN	3
MACRO.....	3
MESO.....	5
MICRO.....	6
ÁRBOL DE PROBLEMA	7
ANÁLISIS CRÍTICO	8
PROGNOSIS	8
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	9
PREGUNTAS DIRECTRICES	9
DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN	9
JUSTIFICACIÓN	10
OBJETIVOS	10
Objetivo General	10
Objetivos Específicos	11

CAPÍTULO II	12
MARCO TEÓRICO.....	12
ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	12
Fundamentación Filosófica:	15
Fundamentación Epistemológica:	15
Fundamentación Axiológica:	15
Fundamentación Ontológica:	16
Fundamentación legal:	16
Fundamentación teórica:	23
Variable Independiente	23
Comunicación Social	23
Comunicación de masas.....	26
Proceso de comunicación.....	30
Modelos de comunicación.....	33
Modelos de comunicación Digital:	43
Niveles de comunicación	48
Tipos de comunicación	49
Lenguaje.....	50
Signo Lingüístico	51
SEGUNDA VARIABLE	54
Internet:	54
Web 2.0	58
Redes sociales	58
CAPÍTULO III.....	62
METODOLOGÍA	62
ENFOQUE INVESTIGATIVO	62
MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	62
NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	63
POBLACIÓN Y MUESTRA.....	63
Selección de la muestra.	64
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	69
PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	69
PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	70
CAPÍTULO IV.....	71

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	71
CAPÍTULO V	93
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	93
CONCLUSIONES:	93
CAPÍTULO VI.....	95
PROPUESTA.....	95
BIBLIOGRAFÍA	114
Anexos	
PAPER	

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: ÁRBOL DE PROBLEMAS	7
GRÁFICO 2 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	20
GRÁFICO 3: CONSTELACIÓN DE IDEAS VARIABLE INDEPENDIENTE	21
GRÁFICO 4: CONSTELACIÓN DE IDEAS VARIABLE DEPENDIENTE	22
GRÁFICO 5: MODELOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS	27
GRÁFICO 6: MODELO DE GALEANO	34
GRÁFICO 7: MODELO SHANNON Y WEAVER	35
GRÁFICO 8: MODELO DE HAROLD D. LASSWELL	36
GRÁFICO 9: MODELO DE MELVIN DE FLEUR	37
GRÁFICO 10: MODELO DE OSGOOD Y SCHRAMM	38
GRÁFICO 11: MODELO HELICOIDAL DE DANCE	39
GRÁFICO 12: MODELO DE GERHARD MALEZTKE 1963	40
GRÁFICO 13: MODELOS RETICULARES	40
GRÁFICO 14: MODELO DE GERBNER (1956)	41
GRÁFICO 15: MODELO DE WESTLE Y MCLEAN (1957)	42
GRÁFICO 16: MODELOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL	46
GRÁFICO 17: MODELOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES PARA AMBIENTE COMUNICATIVOS GLOBALES	47
GRÁFICO 18: MODELO CONCEPTUAL DE LA SOCIEDAD	47
GRÁFICO 19: PREGUNTA 1	71
GRÁFICO 20: PREGUNTA 2	72
GRÁFICO 21: PREGUNTA 3	73
GRÁFICO 22: PREGUNTA 4	74
GRÁFICO 23: PREGUNTA 5	75
GRÁFICO 24: PREGUNTA 6	76
GRÁFICO 25: PREGUNTA 7	77
GRÁFICO 26: PREGUNTA 8	78
GRÁFICO 27: PREGUNTA 9	79
GRÁFICO 28: PREGUNTA 10	80
GRÁFICO 29: PREGUNTA 11	81
GRÁFICO 30: PREGUNTA 12	82

GRÁFICO 31: PREGUNTA 13	83
GRÁFICO 32: PREGUNTA 14	84
GRÁFICO 33: PREGUNTA 15	85
GRÁFICO 34: PREGUNTA 16	86
GRÁFICO 35: PREGUNTA 17	87
GRÁFICO 36: PREGUNTA 18	88
GRÁFICO 37: PREGUNTA 19	89
GRÁFICO 38: LOGOTIPO	109
GRÁFICO 39: AFICHE	110
GRÁFICO 40: CAMISETAS	111

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: VARIABLE INDEPENDIENTE	66
TABLA 2: VARIABLE DEPENDIENTE	68
TABLA 3: PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	70
TABLA 4: PREGUNTA 1	71
TABLA 5: PREGUNTA 2	72
TABLA 6: PREGUNTA 3	73
TABLA 7: PREGUNTA 4	74
TABLA 8: PREGUNTA 5	75
TABLA 9: PREGUNTA 6	76
TABLA 10: PREGUNTA 7	77
TABLA 11: PREGUNTA 8	78
TABLA 12: PREGUNTA 9	79
TABLA 13: PREGUNTA 10	80
TABLA 14: PREGUNTA 11	81
TABLA 15: PREGUNTA 12	82
TABLA 16: PREGUNTA 13	83
TABLA 17: PREGUNTA 14	84
TABLA 18: PREGUNTA 15	85
TABLA 19: PREGUNTA 16	86
TABLA 20: PREGUNTA 17	87
TABLA 21: PREGUNTA 18	88
TABLA 22: PREGUNTA 19	89
TABLA 23: RESUMEN DEL PROCESAMIENTO DE LOS CASOS	91
TABLA 24: RECuento	91
TABLA 25: RECuento	92
TABLA 26: PRUEBAS DE CHI-CUADRADO	92
TABLA 27: RECURSOS MATERIALES	100
TABLA 28: FACTIBILIDAD TÉCNICA	100
TABLA 29: MODELO OPERATIVO	105
TABLA 30: EVALUACIÓN Y CONTROL	112
TABLA 31: PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN	113

RESUMEN EJECUTIVO

La escritura siempre ha sido considerada un arte, si nos trasladamos a la época paleolítica los escribas eran quienes usaban con el fin de registrar, contabilizar, realizar documentos y conectarse con otras personas a largas distancia mediante las famosas cartas o escritos, es así como comprobamos que el uso del lenguaje escrito siempre existió y perdurará en nuestros tiempos.

En la actualidad el lenguaje escrito está inmerso con la tecnología y en el proceso de la comunicación indistintamente cual sea su intencionalidad, sin embargo el uso de este en espacios virtuales como son las redes sociales han traído como resultado variaciones lingüísticas muy graves que en la mayoría de ocasiones se utilizan de manera errónea, otras son apoyadas por emoticones, abreviaturas, o el famoso auto corrector que tiene la función de facilitar la comunicación sin tomar en cuenta sus normas.

El proceso de la comunicación en este caso con modelos digitales nos permite tener una visión amplia y el cambio que produce en ellos en un inicio se analizaba el proceso comunicación tradicional, ahora existe es una evolución y un análisis muy profundo que va desde el comportamiento social, cultural, creencia que se desarrollan ya desde un entorno virtual

.El presente trabajo de investigación se realizó desde un enfoque investigativo cualitativo y cuantitativo en relación con las variables utilizadas, la misma que fue verificada con una investigación de campo mediante el uso de encuestas a la muestra seleccionada que son la estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz (UERA) de la ciudad de Ambato, las mismas que permitió analizar cuáles eran los espacios que más se utilizaban para comunicarse y el problema que presenta el uso inadecuado del lenguaje dentro de estas.

Se realizó un cuestionario que contenía preguntas claras y precisas, cuyos resultados justifican la propuesta desarrollada que permitirá crear conciencia en las estudiantes mediante una campaña a social que se denomina “Escribe Red”.

Palabras Claves: Comunicación, Proceso de Comunicación, Redes Sociales, Lenguaje Escrito, Campaña Social.

ABSTRACT

Writing has always been considered an art, if we move to the Paleolithic era those who used it were the scribes in order to record, count, make documents and connect with other people at long distance through the famous letter or written, that is how we verify that the use of written language always existed and will last in our times.

Nowadays the written language is immersed with technology and the process of communication regardless of their intentionality, however the use of this in virtual spaces such as social networks have resulted in very serious linguistic variations that in most of occasions they are used in a wrong way, other ones are supported by emoticons, abbreviations, or the famous self-corrector that has the function of facilitating communication without considering its norms.

The process of communication in this case with digital models allows us to have a broad vision, and the change it produces in them. In the beginning, the traditional communication process was analyzed, now there is an evolution and a very deep analysis that goes from the social, cultural behavior, beliefs that are already developed from a virtual environment.

The present investigation work was done from a qualitative and quantitative research approach in relation to the variables used, which was verified with a field investigation through the use of surveys to the selected sample that are the students of the Rodriguez Albornoz Educational Unit (UERA) of Ambato city, which allowed us to analyze which were the most used spaces to communicate and the problem presented by the inappropriate use of language inside them.

A questionnaire was done that contained clear and precise questions, whose results justify the developed proposal that will create awareness in the students through a social campaign called "Write Network".

KEY WORDS: Communication, Communication Process, Social Networks, Written Language, Social Campaign.

INTRODUCCIÓN

Este estudio se basa en la realidad que se vive actualmente en los espacios digitales como son las redes sociales y el uso del lenguaje que se da en ellas para aquello he visto necesario concientizar a las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz sobre el buen uso del lenguaje, tomando en cuenta que es la carta de presentación de cada persona.

La Universidad Técnica de Ambato a través de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales ha contribuido con la sociedad en general con proyectos encaminados al buen vivir, demostrando la capacidad de sus estudiantes al servicio de la colectividad. Por ello esta investigación orienta a la realidad que se vive en el uso de las normas de escritura y las variaciones lingüísticas en las diferentes aplicaciones de mensajería y redes sociales.

La campaña “ESCRIBE RED” se desea realizar es con el motivo de concientizar a las estudiantes cuán importante es escribir bien, esta se desea llevar a cabo en toda la institución con el apoyo de las autoridades y la coordinadora del el Área de Lengua y Literatura.

Es así que el capítulo I de este estudio contextualiza el problema de la investigación en cual se ha determinado la falta el uso inadecuado de las abreviaturas, la sintaxis, coherencia y coordinación del lenguaje en las redes sociales con el apoyo de emoticones.

El capítulo II de esta investigación corresponde al Marco Teórico de la misma, donde se establece antecedentes del estudio y el sustento filosófico y legal; además se apoya en fundamentación teórica con base al estudio de artículos que tengan similitud desarrollada en el marco de Latinoamérica. En este capítulo también se encuentra la hipótesis de la investigación, la cual se muestra como es mínima la importancia del buen uso del lenguaje en las redes sociales y como el proceso de la comunicación es importante de las estudiantes en la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz.

En el capítulo III se desarrolla la metodología que se ejecutó para elaborar la investigación y llevar el estudio de una forma clara y precisa, adicional a aquello se ha implementado temas de sustento, tipo y nivel de investigación, las técnicas e instrumentos a utilizar y el proceso para determinar la población de estudio y su muestra.

El capítulo IV contiene en análisis e interpretación de resultados que se obtuvieron por la investigación, esto mediante la tabulación de los datos recogidos y la elaboración de cuadros y gráficos estadísticos. Cabe señalar que en esta etapa de la investigación se elabora la verificación de la hipótesis, donde mediante el estudio se establece la Hipótesis Alterna comprobando que los procesos de comunicación y el lenguaje no son utilizados correctamente en las redes sociales por las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz.

El capítulo V presenta las conclusiones y recomendaciones obtenidas por la investigación ejecutada, que se han convertido en la herramienta principal para la elaboración de la propuesta posible.

Finalmente, el capítulo VI establece la propuesta, donde se manifiestan los lineamientos de factibilidad para tratar de solucionar el problema inicial, problema inicial, cual se realizará una campaña social “ESCRIBERED” donde permita concientizar a las estudiantes del buen manejo de las normas de escritura.

Líneas De Investigación: Comunicación Y Redes Sociales.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

TEMA DE INVESTIGACIÓN

“Procesos de comunicación estudiantil y el lenguaje en las redes sociales de las estudiantes de la unidad educativa Rodríguez Albornoz de la ciudad de Ambato”.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

CONTEXTUALIZACIÓN

MACRO

Los procesos de la comunicación dentro del ámbito estudiantil se han convertido en piezas claves para el desarrollo del estudiante y un gran apoyo para los docentes dentro de las instituciones educativas, las mismas que han llegado complementarse de mejor manera con el avance de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y con la prestación de sus herramientas (Blog, chat) (Aguado Terron, 2007).

En el Ecuador los procesos de comunicación han cambiado de una manera increíble donde empresas, organizaciones civiles, instituciones académicas y organismos gubernamentales están configurados dentro de una sociedad que prevalece las redes sociales, estas permiten acelerar el ritmo de transmisión de información, incentiva a ser rápidos y precisos con sus mensajes en muchas ocasiones.

En la actualidad según cifras del informe Cisco Visual Networking Index el crecimiento de los internautas en las redes sociales alcanzan el 50% de la población en el mundo, llegando a millones de usuarios para diferentes actividades entre ellas; profesional, educación o simplemente entretenimiento, en todo el planeta es sorprendente como: “En el 2017 habrá cerca de 3.600 millones de usuarios, más del 48% de la población (7.600 millones de habitantes) a diferencia del 2012 el número global de internautas era de 2.300 millones, el 32% de la población del total de (7.200 millones de personas). En el 2017 habrá más de 19.000 millones de conexiones a la red mundial (dispositivos personales fijos y móviles, conexiones y máquina y otros dispositivos)”.

En nuestro país no es una excepción el uso de la tecnología y los beneficios que se derivan de ellas, así lo señalan las cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC): “En el 2016 se calculó 4.2 millones de usuarios que utilizan las redes sociales lo que equivale al 25,28% de la población económicamente activa, el 98% de personas que están sobre la edad de los 12 años tienen una cuenta de Facebook o en alguna red social, también muestran que el 38,0% de las personas usaron el internet como fuente de información, mientras el 31,5% lo utilizan como medio general”.

Algo que debemos dejar en claro es que el término de red social no se adopta recién, es una expresión que existe desde mucho antes de conocer a las TIC como tal, según el documento impacto de las redes sociales en el internet terminan: “desde nuestro nacimiento, vivimos y actuamos a través de redes sociales (entendidas como la relación social entre dos o más personas). Las redes están presentes en nuestra vida cotidiana de distintas maneras; por ejemplo cuando nos transportamos de un lugar al otro (red de comunicaciones) e incluso al pensar (dado que requerimos una de conexiones neuronales)” (Manpower, 2009).

Entre las principales actividades del 2017 que realizan los internautas en las redes sociales en el país según Juan Pablo del Alcázar Ponce en su blog: “comunicación personal, entretenimiento, investigación de información, noticias, acceso a recursos

de estudio o empresa y actualidad deportiva como categorías destacadas” (Ponce, 2017).

Hablar de redes sociales en procesos de comunicación estudiantil para la orientación académica, significa formar parte activa del lenguaje y al mundo que rodea a los estudiantes, según la fundación Atenas “tres de cada diez escolares están conectados al internet mientras estudian, un 80% participa en redes sociales, un 90% tiene el móvil encendido cuando están con los quehaceres de la escuela” (Ponce, 2017).

Con la llegada del Internet y el uso frecuente de las redes sociales en la vida cotidiana, también se ha visto afectado el lenguaje, debido a las constantes variaciones que la sociedad manifiesta, lo cual es notable en mayor porcentaje en estudiantes de primaria, secundaria y sobre todo en jóvenes universitarios, por eso la real Academia de la Lengua Española (RAE) y otras organizaciones del lenguaje, nos explican la manera actual y errónea que usan las letras b, v, s, c, z, mayúsculas, minúsculas, eliminación de vocales, incluso se halla la “oralidad escrita” y la “escritura oralizada” es decir que se escribe como se habla o se habla como se escribe, también se encuentran los cambios intencionales de las palabras heterografías, también ha surgido la necesidad de abreviar las palabras por ahorro de tiempo y espacio como en twitter; xp (porque) tqm (te quiero mucho), rt (retuitar), xoxo (besos y abrazos), además entramos a los emoticono cuyo objetivo es hacer el mensaje más expresivo” hoy a los emoticones se los conoce como lenguaje virtual, que busca expresar emociones, gestos y sensaciones.

MESO

En la provincia de Tungurahua cada día son más las personas que hacen uso de las redes sociales como; profesionales, estudiantes, amas de casa, trabajadores, estos sitios de internet permiten a los usuarios mantenerse en contacto con otras personas, comunicarse sea a larga o corta distancia, participar en la compra de productos, informarse lo que ocurre en el mundo o le que sucede a la vuelta de la esquina en un sólo clip, y ejecutar diferentes actividades ya sean profesionales, educativas o simplemente de entretenimiento.

El uso de las redes sociales se ha convertido en sitios formados por comunidades que facilita el desarrollo de las habilidades comunicativas y pueden ser utilizadas como técnicas de aprendizaje por parte de los estudiantes, según los resultados que arroja el INEC en el 2016 “55,6% de personas utilizan computadoras, 56,3 tienen teléfono celular activado el 55,9% utilizan internet”.

En nuestra provincia la red social más común es Facebook, se utiliza para estar en contacto con compañeros de clase, conocidos, amigos que no se ve hace mucho tiempo, o simplemente para entretenerse o informarse de lo que sucede a su alrededor, y entre las aplicaciones más utilizadas de mensajería está el whatsapp donde nos permite compartir, fotos, imágenes, videos, audios en incluso se puede realizar videoconferencias, lo que hace de la comunicación activa y que exista retroalimentación.

MICRO

En la unidad Educativa Rodríguez Albornoz según manifiesta Sor María José Viteri docente y coordinador del departamento de Pastoral de la institución el 75% de las estudiantes hacen uso de las redes sociales para comunicarse con sus compañeras de clase y amigas, es el medio más común para ponerse de acuerdo con lo que respecta a tareas y trabajos escolares.

De las diferentes actividades que realizan dentro de la institución, sean estas académicas o hobbiales son publicadas en las redes sociales, estas se realizan sin supervisión alguna, es allí, donde podemos observar los cambios que se han dado en el uso del lenguaje dentro las redes sociales, mediante las publicaciones que realizan las colegialas.

Si bien es cierto que las redes sociales han abierto una ventana al mundo, pero ahora son una especie de “bitácora virtual, en la cual expresan sus vivencias, pero también nos han expuesto a variaciones de la escritura tanto correcta como errónea que pueden influir o confundir en el uso de la lengua” lo expresa la licenciada Jaqueline Eugenio docente de la asignatura de Lengua y Literatura de la Unidad Educativa.

ÁRBOL DE PROBLEMA

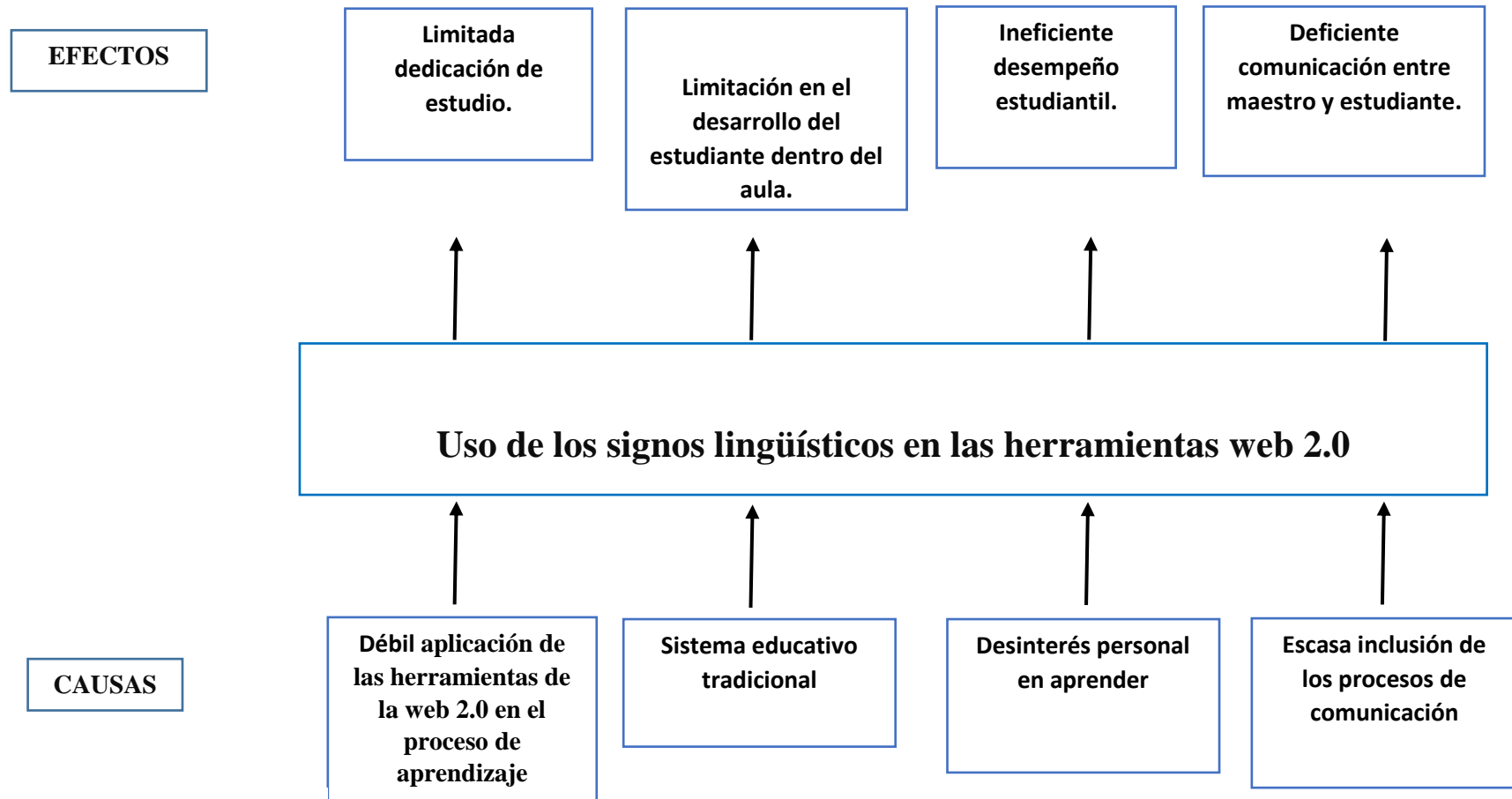


Gráfico 1: Árbol de Problemas
Elaboración: Laura Valverde

ANÁLISIS CRÍTICO

Las herramientas que nos ofrece la web 2.0 con sus plataformas gratuitas y accesibles, son instrumentos fundamentales para la innovación, creación y producción de información, en su gran parte no son utilizadas ya sea por desconocimiento o miedo a desenfocar al estudiante en su aprendizaje, no obstante, son los propios profesores los que crean un abismo y limitan su imaginación y pierden el control de los jóvenes en el ámbito académico.

El permanecer en el mismo sistema educativo tradicional donde el maestro (emisor) dicta sus clases magistrales y el estudiante (receptor) simplemente anota apuntes, hace que el proceso de comunicación se torne aburrida, el estudiante pierda la creatividad y el interés de generar nuevas opiniones y soluciones que sean de beneficio para la sociedad.

Una dificultad nunca pasará de moda y siempre estará presente dentro de las aulas, es el desinterés personal de las señoritas estudiantes al no tener un buen uso del lenguaje en las redes sociales y en la mayoría de las aplicaciones de mensajería; todos los días se observa el uso inadecuado de las normas de la escritura las mismas que conllevan a problemas de fondo como son: el formar ideas de manera ordenada, coherente y sin faltas de ortografía.

Por último, la utilización de los procesos de comunicación en pocas asignaturas por parte de los maestros hace de su clase monótona, fría; las clases deben ser interesantes, reales y que llamen la atención, pero estamos ante el caso de un estudiantado que parecen grabadoras sin pensamiento crítico, porque no se dan el interés de conocer más allá, no analizan ni debaten y peor aún desarrollan su propia información.

PROGNOSIS

De no dar atención al presente problema en la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz, tendremos como consecuencia estudiante que usen el lenguaje de una manera errónea en las redes sociales, sus mensajes no tengan coherencia, ni precisión, y aun más que la brecha entre maestro y estudiante cada vez sea más grande por el hecho de no determinar la importancia y ventajas que tiene el proceso de comunicación estudiantil dentro del aula.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo se utiliza los procesos de comunicación estudiantil y el lenguaje en las redes sociales de las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz de la ciudad de Ambato?

PREGUNTAS DIRECTRICES

Interrogantes

- ¿Cómo son los procesos de comunicación estudiantil en de la unidad educativa Rodríguez Albornoz de la ciudad de Ambato?
- ¿Cómo se usa del lenguaje en las redes sociales de la unidad educativa Rodríguez Albornoz de la ciudad de Ambato?
- ¿Existe alguna alternativa de solución existen al problema de investigación?

DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

DELIMITAR

Campo: Comunicación Social

Área: Comunicación

Aspecto: lingüística

Espacial: Unidad Educativa Rodríguez Albornoz (UERA) cantón Ambato provincia de Tungurahua-Ecuador.

Temporal: el trabajo de investigación realizará durante el período Mayo- septiembre del 2017.

Unidades de Observación

Estudiantes (UERA)

Docentes de la unidad educativa (UERA)

Padres de familia de la unidad educativa (UERA)

JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto de investigación es importante, porque permitirá encaminar a las estudiantes al buen uso del lenguaje en las redes sociales como medio de interacción y complementar sus habilidades con los procesos de comunicación dentro y fuera de las aulas, ellas deben ser capaz de escribir de manera; clara concisa, sin faltas ortográficas y haciendo buen uso de los signos lingüísticos, tomando en cuenta que este será su carta de presentación ante la sociedad, sin olvidar que también puede convertirse en un referente para la realización de futuras investigaciones.

Es de interés, por la razón que determina los procesos de comunicación estudiantil y el uso del lenguaje en las redes sociales en las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz, ya que el estudio nos permitirá generar ideas de solución para escribir correctamente en estos medios de comunicación.

Es factible, cuenta con la colaboración de las autoridades y cada uno de los miembros de la institución, los mismos que serán fuentes de información y generadores de datos que sean necesarios para la elaboración del proyecto, también con la ayuda bibliográfica como; repositorio de la Universidad Técnica de Ambato y otras universidades del mundo.

Los beneficiarios, serán las señoritas estudiantes, docentes y padres de familia de la Unidad Educativa Rodríguez Albornos, donde se fortalecerá los procesos de comunicación y el uso adecuado de ser difusoras de buenas normas de escritura y cortesía.

OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar cómo los procesos de comunicación estudiantil intervienen en el uso del lenguaje en las redes sociales de las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz de la ciudad de Ambato.

Objetivos Específicos

- Analizar el proceso de comunicación estudiantil que se desarrolla en la unidad educativa Rodríguez Albornoz de la ciudad de Ambato.
- Estudiar el lenguaje que se usa en las redes sociales de la unidad educativa Rodríguez Albornoz de la ciudad de Ambato
- Diseñar una alternativa al problema que se presenta en la unidad educativa Rodríguez Albornoz de la ciudad de Ambato.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Una vez realizada la investigación en el repositorio de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, se determinó la existencia de un proyecto de investigación que está relacionado directamente con el tema, lo que fundamenta los antecedentes investigativos referente a procesos de comunicación y uso del lenguaje en las redes sociales.

El trabajo presentado de Parra Mayorga Jessica Estefanía con el tema “El uso de las redes sociales on-line y la decodificación de mensajes en los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato” tuvo como objetivo determinar como el uso de las redes sociales on-line interfieren en la decodificación de los mensajes de los estudiantes, la conclusión: “Se diagnosticó que las redes sociales si interfieren en la decodificación de mensajes puesto que el 83% de estudiantes utiliza las redes sociales on-line en horas de clase, el 69% se considera que, cuando usan redes sociales, si se ve afectada la comprensión de los mensajes; el 74% admiten prestar menos atención a su entorno cuando revisan sus redes sociales on-line en su celular. Finalmente el 58% son conscientes que el uso de las sociales se convierten en una interferencia en sus procesos de comunicación” (Mayorga, 2016, págs. 80-90).

Mientras que Tóala Poaquiza José Daniel de la Facultad de Ciencias Humanas de la Educación, Carrera de Educación Básica, Universidad Técnica de Ambato con el tema “El uso de las redes sociales y su afectación en la ortografía de los y las estudiantes de octavo, noveno, y décimo año de educación básica de la Unidad Educativa Casahuala, de la parroquia de Quisapincha del cantón Ambato, provincia de Tungurahua” la conclusión que nos presenta es la siguiente: “La mayoría de estudiantes no utilizan los signos de puntuación, exclamación e interrogación

adecuadamente al escribir en la red social facebook, indicando esto que no escriben conscientemente al utilizar las redes sociales, lo que trae como consecuencia una deficiente ortografía, los docentes consideran que las redes sociales no ayudan a mejorar la ortografía, mientras más tiempo pasen en el Facebook utilizan inadecuadamente las reglas ortográficas y así distorsionando la ortografía y el lenguaje” (Daniel, 2015)

Sin embargo he visto pertinente consultar en repositorios de otras universidades que estén dentro fuera del país, para tener antecedentes globales así ampliar el panorama que estén relacionados con nuestro proyecto de investigación entre estos tenemos a Marilyn Sobeida Cevallos Cabrera Universidad de Guayaquil Facultad de Comunicación Social, carrera de Comunicación Social con el tema “Análisis de la influencia de la red social Facebook en la aplicación correcta de la ortografía en la escritura entre los adolescentes del colegio Nacional Francisco de Orellana del cantón Guayaquil”, la cual tiene como objetivo investigar por qué se presenta en los adolescentes el problema de no usar correctamente la ortografía, concluye lo siguiente: “Está visto que os jóvenes se ven influenciadas por el uso el chat, ya que mediante este medio de comunicación utilizan códigos, signos y abreviaturas innecesarias, la que conlleva a los adolescentes a mal tratar su forma de escribir y las faltas ortográficas crezcan entre ellos” (Cabrera, 2015).

El entorno social en el que se ven vinculados los adolescentes, juega un papel importante en su desarrollo profesional, algo relevante es que si la persona no tiene hábitos de lectura no tendrán buenos resultados en su ortografía.

Por otro lado Lizeth Rodríguez de la universidad Autónoma de Aguascalientes, Centro de Ciencias Sociales y humanidades con el tema “La apropiación del ciberlenguaje en jóvenes y adultos concluye que: “Es evidente que el lenguaje de las recientes tecnologías de la información y comunicación han contribuido en gran medida para que los usuarios creen sus propios códigos lingüísticos, intentando combinar matices del lenguaje hablado y el lenguaje escrito, creando de esta forma su propia forma de comunicación” (Gonzáles, 2015).

De esta forma es como emerge el término ciberlenguaje precisamente como un medio de comunicación escrito en los que los usuarios buscan remplazar la usencia física que existe, para intentar escribir como si se tratara de una conversación cara a cara, a fin de representar las emociones, los gestos, el tono de voz y otras formas similares de interacción, es decir se crea un lenguaje icónico y audiovisual que transforman la escritura audiovisual.

Para finalizar con esta revisión de los antecedentes nombraré al trabajo presentado en el artículo de Berlanga, Inmaculada, Martínez, Estrella en la revista Venezolana de la información, tecnología y conocimiento “Ciberlenguaje y principios de retórica clásica” la cual indica que: “La jerga utilizada en la red por estos usuarios no son especializados en ciberlenguaje, es decir el lenguaje de géneros como el chat y los mensajes enviados por teléfono móvil, que se caracteriza por recurrir a las abreviaturas de modo poco canónico por emplear los emoticones o smiles (sonrisas) para expresar sentimiento y emociones que confieren sensibilidad al mensaje” (Berlanga & Martínez, 2010).

Es así como no cabe duda que el grafismo sencillo y de fácil interpretación es la razón de su universalidad, como es un lenguaje que se redacta sin excesivo respeto ortográfico ni por las reglas sintácticas, fomenta el desinterés generalizado por la escritura adecuada, sobre todo entre los más jóvenes.

Los jóvenes manifiestan su peculiar visión del mundo se identifican como miembros de un grupo, los rasgos más caracterizados de esta jerga juvenil se aprecian en el plano léxico- semántico: neologismo, expresiones que indican vaguedad, comodines tópicos o frases hechas, palabras sin concluir, entre otros. Abundan las digresiones, los cambios de tema, las repeticiones y las redundancias debido a que la información no se estructura con antelación.

Fundamentación Filosófica:

El presente proyecto de investigación se ubica en el paradigma crítico-propositivo, ya que esta metodología permite la interpretación, comprensión y explicación de los fenómenos sociales que ocurren en nuestro entorno.

Crítico por que surge la necesidad de cuestionar los procesos de comunicación y el uso del lenguaje en las redes sociales de las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz dentro del medio cotidiano y propositivo porque orientara al análisis de los datos obtenidos durante la investigación, la cual nos permite plantear diversas alternativas de solución.

La corriente filosófica utilizar es el positivismo porque surge del hecho, va a la formulación teórica de carácter hipotético y somete a prueba.

Fundamentación Epistemológica:

La investigación fue asumida desde un enfoque epistemológico, considerando que el conocimiento es el conjunto de todas las informaciones que describen y explican el mundo natural y social que nos rodea, igualmente estudia el modo en que el individuo actúa para desarrollar sus estructuras de pensamiento.

Es así como esta investigación pretende conocer las bases y fundamentos teóricos del proceso de comunicación y cómo es el uso del lenguaje en las redes sociales, para plantear soluciones adecuadas con el objetivo de conseguir una transformación positiva tanto del objeto como del sujeto de estudio.

Fundamentación Axiológica:

En cuanto a la axiología, nos permitirá reflexionar los valores y juicios valorativos que deben estar presente en el proyecto de investigación tomando en cuenta que existen valores positivos y negativos al momento de construir un mensaje, ya que

este tiene la importancia de analizar, la forma de pensar, vivir y actuar del ser humano dentro de su hábitat.

El comportamiento juega un papel muy importante en el proceso de comunicación ya que este puede lograr un dialogo abierto y fluido entre emisor y receptor o simplemente tener efectos contrarios, creando una barrera entre ellos.

Para aquello queremos resaltar valores como la responsabilidad, excelencia, transparencia, respeto y compromiso en el uso del lenguaje en las redes sociales y así fomentar la creación de nuevas ideas con el manejo correcto de la lengua.

Fundamentación Ontológica:

Estudiar al ser humano en todos sus contextos y en sus diversos cambios es interesante, pero a la vez complejo, toda persona actúa de diferente manera sea para expresar lo que siente o con el fin de ser parte de un grupo social, una de las necesidades que tiene el hombre es formar parte de un grupo o vinculo la misma que le permite desarrollar habilidades en el proceso de comunicación.

Así pues, la presente investigación toma en cuenta que cada estudiante es un ser humano único e irrepetible, que debe ser partícipe de un grupo en el que se tome en cuenta sus necesidades, aspiraciones, metas y objetivos de la misma manera le permitan crecer como persona y desarrollar su identidad y no perderla ante nada ni nadie.

Fundamentación legal:

La presente investigación está sustentada en la Constitución de la República del Ecuador y la ley Orgánica de la Comunicación.

Los artículos de la constitución que respaldan el proyecto de investigación son:

Art. 16.- Todas las personas en forma individual o colectiva tienen derecho a:

- Una comunicación libre intercultural, incluyente, diversa y participativa en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

- El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
- El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a
- otras que permitan la inclusión de las personas con discapacidad.

Art. 18.-Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

Art. 20.- El estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

Art. 22.- Las personas tiene derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias, artísticas de su autoría.

Art. 44.- Las niñas, niños y adolescentes tendrán derecho a su desarrollo integral, entendido como proceso de crecimiento, maduración y despliegue de su intelecto y de sus capacidades, potencialidades y aspiraciones, en un entorno familiar, escolar, social, y comunitario de efectividad y seguridad. Este entorno permitirá la satisfacción de sus necesidades sociales, efectivo- emocional y cultural, con el apoyo de políticas intersectoriales nacionales y locales.

Art.66.- Se reconoce y garantiza a las personas:

- El derecho al libre desarrollo de la personalidad, sin más limitaciones que los derechos de los demás.
- El derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones.

- El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.

Art. 340.- El sistema se compone de los ámbitos de la educación, salud, seguridad social, gestión de riesgos, cultura física y deporte, hábitat y vivienda, cultura, comunicación e información disfrute del tiempo libre, creencia y tecnología, población, seguridad humana y transporte.

Art. 347.- Será responsabilidad de Estado:

- Erradicar el analfabetismo puro, funcional y digital, y apoyar los procesos de post- alfabetización y educación permanente para personas adultas, y la superación del rasgo educativo.
- Incorporar las tecnologías de la información y comunicación en el proceso educativo y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas y sociales.
- Garantizar la participación activa de estudiantes, familias y docentes en los procesos educativos.

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión y fortalecerá la participación ciudadana.

Art. 385.- El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía tendrá como finalidad:

- Generar, adaptar y difundir el conocimiento científico y tecnológico.

Este proyecto también se sustenta con la Ley Orgánica de Comunicación, LOC:

Art. 4.- Contenidos personales de internet. - Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición nos excluye las acciones penales o civiles en las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet.

Art.5.-Mesios de comunicación Social.- Par efectos de esta ley, se consideran medio de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y

comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y video por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Art. 17.-Derecho a la libertad de expresión y opinión. - todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

Art. 29.-Libertad de información. -Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos cualquier tipo.

Art. 31.-Derecho a la protección de las comunicaciones personales. - Todas las personas tienen derecho a la inviolabilidad y al secreto de sus comunicaciones personales, ya sea que éstas se hayan realizado verbalmente a través de las redes y servicios de telecomunicaciones legalmente autorizadas o estén soportadas en papel o dispositivos de almacenamiento electrónico.

Art. 32. –Protección Integral de las niñas, niños y adolescentes. - Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la expresión de sus ideas, pensamientos, sentimientos y acciones desde sus propias formas y espacios en su lengua natal, sin discriminación ni estigmatización alguna.

Art. 35.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación. - Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.

CATEGORÍAS DE VARIABLES

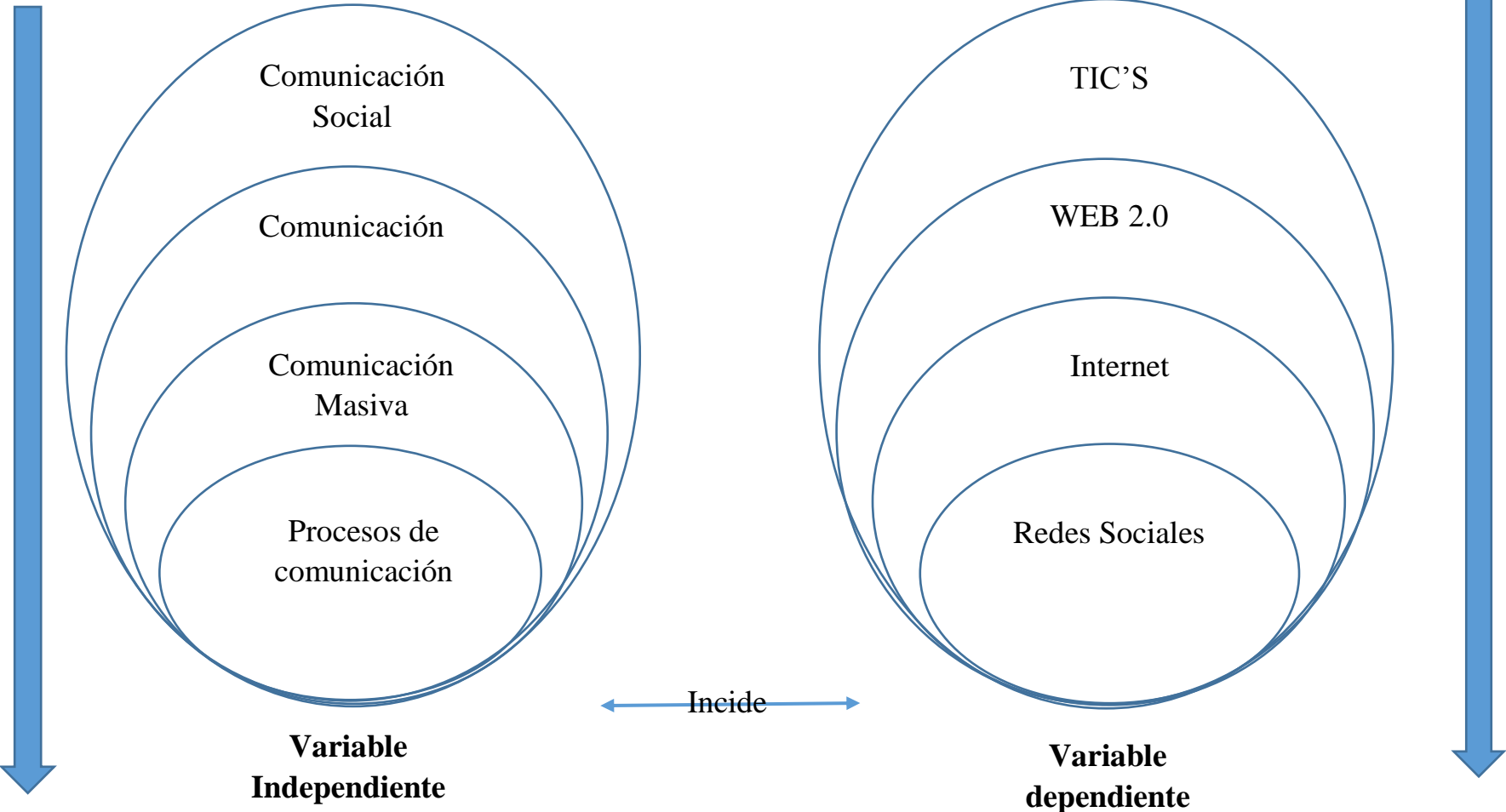


Gráfico 2 Categorías Fundamentales
Fuente: Laura Valverde
Elaboración: Laura Valverde

CONSTELACIÓN DE IDEAS VARIABLE INDEPENDIENTE.

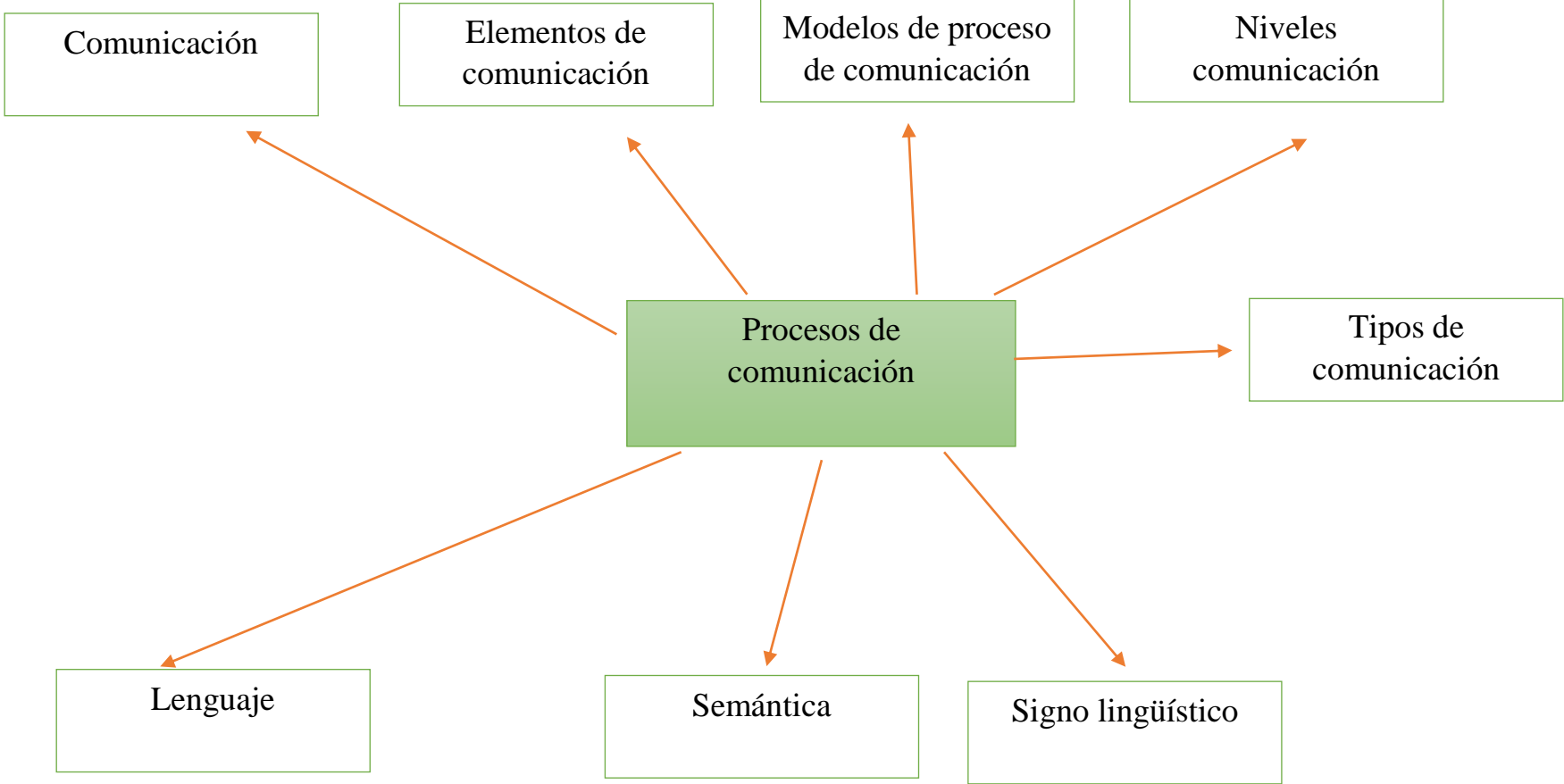


Gráfico 3: Constelación de Ideas variable Independiente

Elaboración: Laura Valverde

CONSTELACIÓN DE IDEAS VARIABLE DEPENDIENTE.

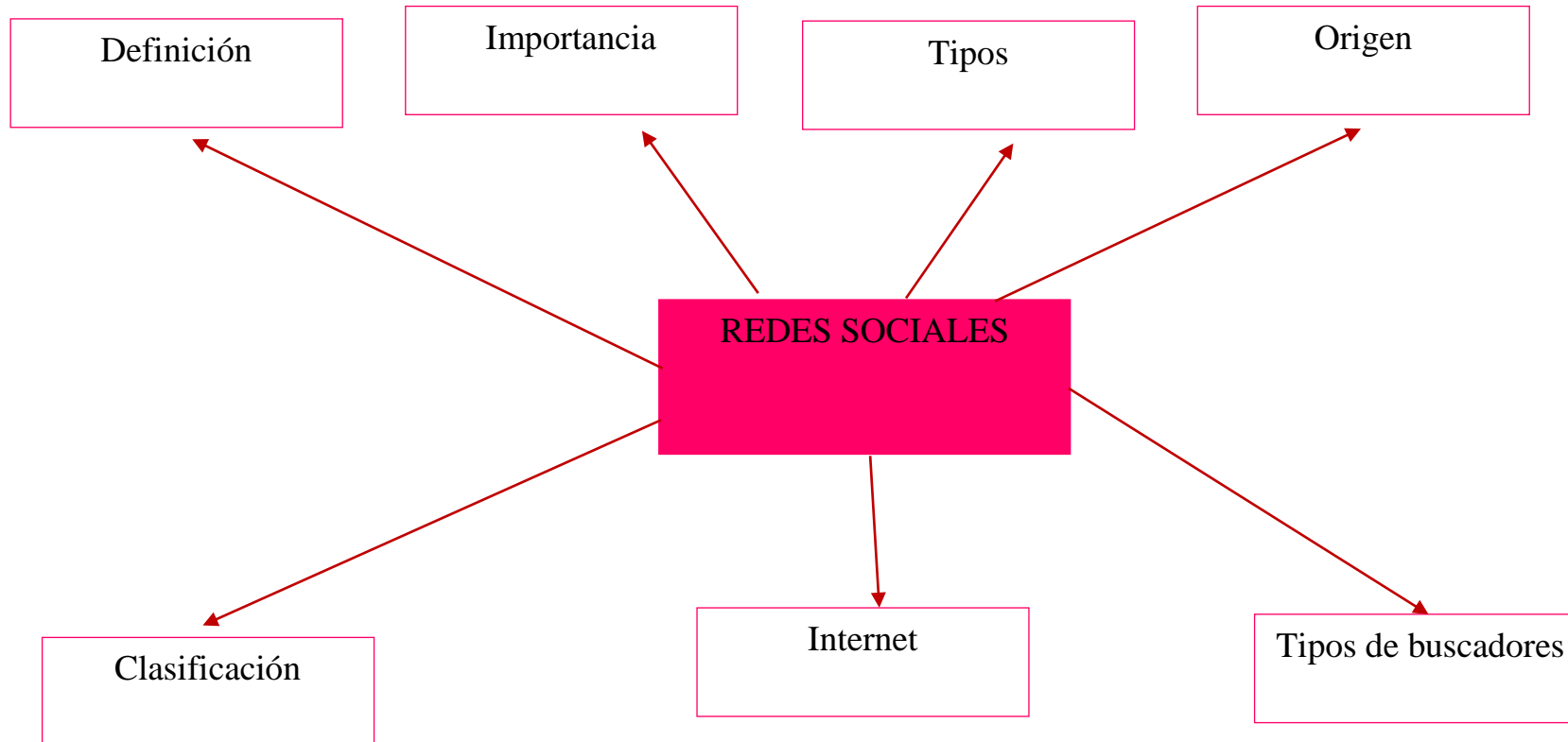


Gráfico 4: Constelación de Ideas variable Dependiente

Fuente: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Fundamentación teórica:

Variable Independiente

Comunicación Social

En el campo de la comunicación social toda persona o grupo de personas son participantes principales en la producción de mensajes públicos, destinados a la difusión por un medio de comunicación social, sea de modo creativo, configurador, selectivo o controlador.

Es el proceso por el cual grupos sociales especiales utilizan medios técnicos (prensa cine, radio, televisión, internet) para transmitir a un gran número de personas heterogéneas y muy diseminadas, contenidos simbólicos” (Maletzke, 1992, pág. 21). El hombre es siempre receptor de la comunicación social, la misma que se entiende como el mecanismo por medio del cual existen y se desarrollan relaciones humanas como lo indica el libro de Psicología de la Comunicación Social “todos los símbolos de la mente junto con los medios para transmitirlos a través del espacio y preservarlos en el tiempo” (Maletzke, 1992, pág. 45).

La invención de la imprenta se le considera como uno de los pasos más importantes de la comunicación social moderna, la misma que permitió por primera vez multiplicar en tiempo muy corto un mensaje y replicarlo a un gran número de personas en la misma forma.

El proceso de la comunicación social se debe entender como un sistema dinámico complicado de dependencias e interdependencias de los factores participantes, los medios se acercan al receptor con una oferta extremadamente grande de mensajes; El receptor siempre se halla integrado a numerosas relaciones sociales ambientales de carácter general en este proceso es el escoge alguna idea y deja que actúe sobre él o simplemente rechaza y deja desatendida, mediante este acto selectivo él toma una parte activa en la totalidad del proceso el mismo que determina el alcance y la clase de los mensajes.

El comunicador (persona, grupo) es el que produce y difunde toda clase de mensaje, en muchos casos es el que co-determina por la circunstancia de como mira el panorama, en la mayoría de ocasiones se debe adaptar a una colectividad funcional y a subordinarse a una institución productiva.

El artículo de Tipología y Análisis de la Comunicación Social nos menciona un dato muy importante que nos permite entender de mejor manera nuestro estudio, la existencia de dos tipos de comunicación social “El primero es la comunicación interpersonal como representación conceptual de los procesos de intercambio de mensajes entre actores sociales y el segundo es individuales que se sirven de ellos como datos, conocimientos, ideas y emociones sobre el mundo en el que operan y cuyo proceso es instrumento con él y porque operan como seres sociales en medio de sociedades” (Maria Trinidad, 2008, pág. 19).

Es así como afirmamos que la comunicación social es inseparable del carácter social de todo ser humano siempre y cuando los emisores y receptores de la comunicación tengan el mismo código común y compartan una serie de normas como: economía, cultura e incluso religión.

Comunicación

La interacción entre los seres humanos es gracias a la comunicación, la comunicación es tan antigua como la humanidad, desde épocas muy remotas el hombre se ha comunicado a través de gestos, sonidos, instrumentos musicales, aves, animales hasta con señales de humo. No obstante desde etapas muy tempranas se quiso ir perfeccionando de tal manera que los egipcios fueron los primeros en plasmar su escritura en piedra y en pared para evitar ser olvidadas “La comunicación es una actividad muy antigua: la aptitud para servirse de la información en la interacción la poseen especies animales que han antecedido al hombre en millones de años” (Piñuel , Serrano, Sanz, & Arias, 1982, pág. 18).

Comunicar proviene del vocablo latín communis, que significa “común” compartir algo, mientras que por común se entiende por comunidad, tanto las personas como los animales constantemente estamos recopilando datos de nuestro entorno, lo procesamos y compartimos con nuestros semejantes esperando siempre una reacción.

Comunicación es un proceso dinámico, inevitable, irreversible, bidireccional, donde actúan dos o más personas que transmiten y reciben información como: datos, ideas, opiniones y actitudes mediante un canal, hay que tomar en cuenta que para que la comunicación sea fluida, los actores deben tener el mismo código como dice: “la Teoría de la comunicación reconocerá la aptitud para comunicar en todo ser vivo capaz de relacionarse con otro ser vivo, recurriendo a un comportamiento comunicativo” (Piñuel, Serrano, Sanz, & Arias, 1982, pág. 19).

En el libro Manual De Comunicación (Satz, Enero 2009, pág. 8) nos brinda una explicación de ¿por qué? la comunicación es un proceso dinámico: porque está en continuo movimiento; inevitable: requiere para la transmisión de significados; irreversible: una vez realizada, no puede regresar, borrarse o ignorarse; bidireccional: existe una respuesta en ambos lados, verbal y no verbal: implica la actuación de ambos lenguajes.

Es un fenómeno de carácter social según (García, 2007): “La comunicación como el propio sistema de transmisión de mensajes o informaciones, entre personas físicas o sociales, o de una de estas a una población a través de medios personalizados o de masas, mediante un código de signos fijados de forma arbitraria”.

Para entender la comunicación es importante conocer sus formas y entre ellas tenemos:

Directa E Indirecta: Cada comunicación se puede realizar sea directa: inmediata, sin intermediarios, cara a cara; indirecta: mediante transmisión a través de una distancia de espacio- tiempo entre las partes de la comunicación” (Maletzke, 1992, pág. 48).

Recíproca y Unilateral: En toda comunicación social los actores cambian los papeles continuamente de emisores a receptores y viceversa, aquí las partes están unidas siempre a través de un medio técnico y este medio está construido en tal forma que los mensajes son transmitidos solo a una dirección; es decir que los papeles de las partes no pueden cambiar a voluntad sino que están preestablecidos por las características de los medios (Maletzke, 1992, pág. 51).

Privada y Público: Los círculos de los perceptores no están estrechamente delimitados ni claramente definidos por el informante, la comunicación tiene el carácter personal o público.

Finalmente, la comunicación es tan sustancial dentro de nuestra interacción diaria porque permite informar, expresar y sobre todo relacionarnos dentro de un entorno.

Comunicación de masas

Se considera como uno de los diversos procesos de la comunicación a escala de toda una sociedad, según nos menciona McQuail en su libro en *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas* nos indica: “es un recurso de poder, un instrumento potencial de influencia control e innovación en la sociedad es el modo primario de transmisión y fuente de información esencial para el funcionamiento de la mayoría de las instituciones sociales” (McQuail, 1994, pág. 28).

Es una esfera donde se desarrollan muchos asuntos de la vida pública, tanto nacionales como internacionales, es una fuente muy importante para definiciones de la realidad social y lugar donde se construye, almacena y expresa de manera más visible la cultura y los valores cambiantes de la sociedad y de los grupos humanos.

El término de comunicación de masas apareció hasta finales de la década de los treinta, en un inicio el proceso solía ser calculador y manipulador por parte del emisor, el contenido simbólico o mensaje transmitido en la comunicación de masas a menudo manufacturado de forma estándar y la relación entre el emisor y receptor no solía ser moral, simplemente se lo veía como un servicio prestado o un trato comercial.

La característica principal de la comunicación de masas es que implica a menudo un contacto entre emisor y numerosos receptores y tienen un potencial de impacto inmediato y uniforme del que las otras formas de comunicación carecen.

El proceso de comunicación se basa en la producción, reproducción y distribución en distintos medios y cabe establecer cuatro modelos: primero modelo de la transmisión: acontecimientos y voces en la sociedad (emisor), canal/papel del

comunicador, mensajes, y receptores según esto es un proceso que retransmiten a una audiencia su propia descripción de los acontecimientos que suceden en el entorno (noticias) o dan acceso a la opiniones y voces quieren llegar a un público más amplio; segundo modelo ritual o expresivo: depende de dos conceptos y emociones compartidas, el mensaje suele ser latente, ambiguo y depende de asociaciones y símbolos que no son escogidos por los participantes, sino que difunde la cultura; tercer modelo publicitario: la relación entre emisor y receptor es neutral, ni tampoco implica forzosamente transferencia o creación de significados; cuarto modelo de recepción: consiste en ubicar en el receptor la atribución y la elaboración de significados, los mensajes mediáticos son siempre polisémicos abiertos e interpretados en función de la cultura y el contexto de sus receptores.

	Orientación del	
	Emisor	Receptor
Modelo de transmisión.	Transferencia de significado.	Proceso cognitivo.
Modelo de expresión o ritual.	Actuación.	Consumación/experiencia compartida.
Modelo publicitario.	Exhibición competitiva.	Prestar atención/ser espectador.
Modelo de recepción.	Codificación preferente.	Descodificación/construcción diferenciales de significados.

Gráfico 5: Modelos de Comunicación de Masas

Fuente: (McQuail, 1994)

“Si bien permite numerosos tipos de relaciones entre los emisores mediáticos y las audiencias como receptores, el caso paradigmático o típico lo establece la naturaleza de las múltiples tecnologías de la reproducción y transmisión, junto con la organización social y los factores económicos de la operación” (McQuail, 1994, pág. 77).

La teoría media céntricas consideran a los medios de comunicación de masas como agentes esenciales en el cambio social, también son impulsores del desarrollo y su objetivo principal es captar y cautivar la atención visual o auditiva.

Es así, como los medios de comunicación juegan un papel importante y a la vez dependen esencialmente de la sociedad y en particular de sus instituciones de poder política y económica, de la misma manera depende gran parte del momento y del lugar; estas pueden ser utilizadas para fines individuales, personales u organizacionales porque permiten transmitir mensajes a grandes audiencias para fines públicos, emiten noticias personales, mensajes de apoyo, información y cultura.

Los medios de comunicación como: la prensa escrita, radio, televisión e internet tienen como actividad principal la producción y distribución de contenidos simbólicos, cada uno de los medios han quedado fijados en función tanto de las circunstancias como la historia, por aquello es pertinente hablar de cada uno de manera breve.

Los Medios De Comunicación Impresos: “Con la aparición de la imprentas se produjo un cambio de contenidos dentro del entorno social, son conocidos como los grandes impulsores de boletines dedicados principalmente a la difusión de noticias, acontecimientos relacionados con el comercio y los negocios internacionales que circulaban con los rudimentarios servicios y postales de la época” (McQuail, 1994, pág. 45).

El boletín comercial fue la forma que más influyó en la configuración del periódico, representa más un servicio para todos los lectores anónimos como un instrumento de propagandistas o potentados, se publicaba regularmente con frecuencia con una libertad de expresarse.

En la actualidad “la institucionalización de la prensa en un sistema de mercado actúa como una forma de control, y el periódico moderno, como cualquier gran empresa comercial, es vulnerable a más tipos de presiones o intervenciones que sus precursores más humildes” (McQuail, 1994, pág. 46).

La prensa desde sus inicios tiene un papel muy importante dentro de la política ya que es instrumento para los partidos políticos y la propaganda, mientras que la presa

burguesa que tuvo acogida a finales del siglo XIX la que contribuyó en gran medida a la visión moderna de lo que es ahora un periódico.

Como nos menciona (McQuail, 1994, pág. 48): “la características principales de esta nueva prensa es la independencia formal respecto al estado y a intereses particulares; reconocimiento como institución importante de la vida política y social sobre todo como autoproclamado como formador de opinión y voz del pueblo; sentido desarrollado de la responsabilidad social y ética y aparición del periodista como profesional dedicado a la descripción de la “objetividad” de acontecimiento”.

CINE: dentro de medios de comunicación fue una innovación para el entretenimiento (ocio) que apareció a finales del siglo XIX como una novedad tecnológica, este ofrecía relatos, espectáculos, música, teatro, humor y efectos especiales, al consumo popular para disfrutar entre familia en dichos tiempos libres, es así como el cine permitió a la clase media de trabajadores disfrutar de algunas ventajas culturales de las que disfrutaban solo las clases sociales de elite. Los factores propios del cine eran sus capacidades para llegar a una gran cantidad de personas y manipular la realidad del mensaje fotográfico sin pérdida de credibilidad.

Radio y Televisión: estas dos partieron ya de tecnologías existentes como el teléfono, el telégrafo, la fotografía fija y en movimiento y la grabación del sonido, dos función buscar una respuesta para el público y llegar así a grandes masas de manera inmediata, lo importante de estos dos medios era el observar, transmitir, y grabar de manera inmediata los acontecimientos a medida que iba ocurriendo dando así una posibilidad de dar a conocer lo que pasaba en nuestro entorno e incluso fuera del mismo.

Se caracterizan por la producción, ámbito y alcance muy amplio; hay una presentación de contenidos audiovisuales; la tecnología y organizaciones complejas; naturaleza pública con mucha regulación, carácter nacional e internacional y sobre todo formas de contenidos muy diversas y atractivos para el radio escucha y el televidente.

Medios Electrónicos: también llamados los medios telemáticos porque combinan telecomunicaciones e informática son un conjunto de tecnologías electrónicas con diversas aplicaciones, aparecieron desde la década de los sesenta con la intervención de diferentes tipos de tecnología como nos indica: “transmisión (cable o satélite), de miniaturización de almacenamiento y recuperación de información, representación (mediante combinaciones flexibles del texto y gráficos y control (por ordenador) ” (McQuail, 1994, pág. 54).

Los principales caracteres son: desnaturalizados, gran capacidad, interactividad, intercambiar, en estas influye los videojuegos, la realidad virtual y todo tipo de grabación con video, la ventaja más grande esta es que se puede utilizar un mismo medio indistintamente y puedan ser de uso público o privado.

En conclusión los medios de comunicación de masas tienen implicaciones grandes en los cambios de una sociedad por la razón que poseen gran alcance e impacto, son apoyo a las nuevas políticas democráticas y a los movimientos de reforma social, fueron y son considerados una fuerza potencial para un nuevo tipo de cohesión, capaz de conectar individuos dispersos con una experiencia compartida, se considera sobre todo como un artilugio eficaz para hacer llegar un mensaje, ya que se da publicidad, propaganda política o de información pública a un gran número de personas.

Proceso de comunicación

Dentro del proceso de comunicación intervienen varios elementos, para determinar cada uno, tomaré como referencia a David. K. Berlo, quien en su libro “El proceso de la comunicación” (Berlo, 1984), permitirá examinar y hacer referencia cada uno de ellos:

Fuente (codificador): es el origen del mensaje; puede ser cualquier persona, grupo o institución que genere un mensaje para transmitirlo.

1. Emisor: Codifica, es la persona que emite el mensaje, fuente y emisor se consideran un solo elemento cuando la persona que idea y crea el mensaje es la misma que transmite.

2. Receptor (Decodificador): Es la persona o el grupo de personas a quien se dirige el mensaje, es el destinatario o la audiencia objetivo de la comunicación y todo aquel que capta el mensaje. El emisor como el receptor cuentan con las mismas capacidades par decodificar el mensaje responder, entre ellas están:
 - a. Habilidades: Implican oír, procesar información, leer escribir y hablar.
 - b. Conocimientos: sobre el tema, el entorno, la situación de lo que lo rodea.
 - c. Sistema Social: Grupo en la que pertenece se está; región o país donde o entorno donde se encuentra el emisor y receptor.

Mensaje: Es el contenido expresado y trasmitido por el emisor y receptor, el cual está integrado por tres elementos:

- a. Código: Es el sistema estructurado de signos, como son los lenguajes como el español, inglés, chino, alemán, francés, o bien otros tipos de lenguaje como el de la música.
- b. Contenido: Son las ideas que constituyen el mensaje; es lo que se comunica.
- c. Tratamiento: Es la lección de un estilo o modo de decir las cosas, con el objetivo de facilitar la comprensión del mensaje, debido a la probabilidad de que, si el lenguaje es inapropiado, el contenido de ideas puede no tener significado para el receptor.

Canal: Es el medio o vehículo por el cual se envía y viaja el mensaje. Una carta es un medio escrito que viaja a través de un sistema de correo, fax o de una persona; un libro, el cine la televisión, el periódico, una revista, la computadora son medios que transmiten mensajes. Los mismos sentidos físicos son canales que transportan información al cerebro. La voz es un medio que usamos para enviar mensajes que viajan por el aire hasta llegar a los oídos del receptor, no hay que olvidar que más directo sea el canal a

utilizar, y más sentidos sean los que se estimulen mayor impacto producirá el mensaje en el destinatario.

Retroalimentación: Este es el elemento clave sin duda, ya que propicia la interacción o transacción entre el emisor y el receptor, este permite confirmar que ambas partes fueron recibidos y compartido el mensaje. Se da gran cantidad de retroalimentación no verbal cuando las personas se hablan cara a cara, en forma directa e inmediata; llega a haber retroalimentación posterior al acto comunicativo, es decir en forma inmediata a través de diversos medios como: mensaje de texto, correo electrónico, carta o cara a cara, en el libro nos confirman que el contestar un mensaje es una fuente de retroalimentación.

Ruido: En un proceso de comunicación siempre estarán presentes las barreras de comunicación o los obstáculos que no permiten entender al mensaje de una manera clara y provocan malos entendidos, confusiones y puede llegar al desinterés e incluso impiden que el mensaje llegue a su destino. Los ruidos más comunes que alteran la comunicación se clasifican de acuerdo con el elemento del proceso de comunicación al que afectan en forma directa, existen varios tipos:

- a.** Ruido psicológico: Se presenta en el emisor y receptor, es un estado anímico mental o emocional producido por la situación que se vive entre ellos tenemos: tensión, tristeza, angustia, enojo, apatía.
- b.** Ruido fisiológico: Consiste en molestias o discapacidades del organismo humano del emisor y receptor, por ejemplo, pérdida de vista, del oído, ronquera, diversos malestares corporales, hambre, cansancio, falta de respiración.
- c.** Ruido semántico: Se presenta en el mensaje en el contenido. Las palabras empleadas pueden tener un significado confuso, equivocado o desconocido del receptor.
- d.** Ruido técnico: Se presentan en el medio o el canal que transmiten el mensaje, entre los que pueden ser: manchones de tinta en texto

- impresos, palabras ilegibles o borrosas, falta de sonido en el radio, interferencias en el sonido y la imagen del televisor o la computadora.
- e. Ruido ambiental: Son alteraciones naturales del ambiente, como lluvia, truenos, calor, frío, también se debe tomar en cuenta en las alteraciones artificiales producidas por máquinas y artefactos como aviones, autos, martillos, campanas teléfonos.

Contexto: Es el ambiente físico, la situación social y el estado psicológico en que se encuentran emisor y receptor en el momento de la comunicación.

- a. Físico: Se refiere al lugar o a las condiciones físicas en que se realiza el proceso de comunicación.
- b. Social: Tiene que ver con las diferentes áreas o los campos de actividad de una sociedad, las normas y los patrones de conducta de los grupos son determinados por el contexto social; el lenguaje y los significados varían conforme a la interpretación hacen las personas de acuerdo con la situación social y cultural en donde se realiza la comunicación.
- c. Psicológico: es el estado o el ambiente emocional que se genera debido al carácter, los comportamientos o las actitudes del emisor y receptor.

Modelos de comunicación

Los modelos de comunicación son estructuras simplificadas que tienen como objetivo reunir los caracteres básicos de la comunicación social tal y como la conciben diversos investigadores, aquí tomaremos como referencia a diferentes autores que nos ayudaran a explicar de una manera clara y concisa los diversos modelos de comunicación.

Para la siguiente explicación tomaré como referencia a los autores (Galeano, Modelos de comunicación, 1997), (Alonso & Saladrigas, 2006), (Alsina, 2014), (Aguado Terron, 2007) en sus libros y artículos de modelos de comunicación:

“La comunicación empezó como investigación de la comunicación de masas después de la Primera Guerra Mundial (1914-1918). Los primeros modelos fueron denominados como modelos de aguja hipodérmica modelos de estimula y respuesta (E-R)” (Galeano, Modelos de Comunicación, 1997, pág. 18).

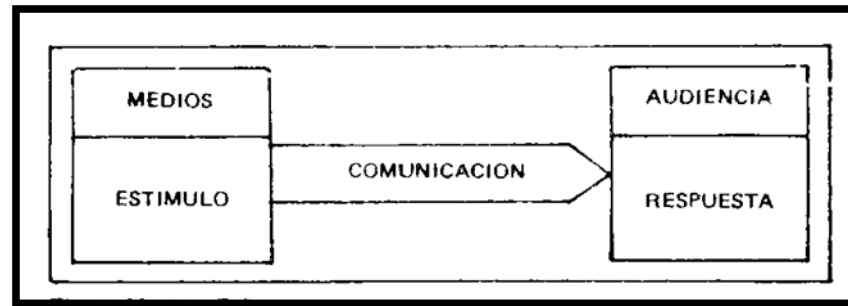


Gráfico 6: Modelo De Galeano

Fuente: (Galeano, Modelos de comunicación, 1997).

Modelos lineales:

Son los modelos con un proceso unidireccional entre dos ápices característico; emisor y receptor, aquí no existe ningún tipo de mediación, el emisor adopta el papel activo mientras que el receptor es el pasivo, estos aparecieron entre la primera y segunda guerra mundial.

a. Modelos de Shannon y Weaver

Este fue el paradigma dominante que duro muchos años, ellos lanzaron la teoría matemática de la comunicación según (Alonso & Saladrigas, 2006, pág. 15) “el modelo desarrollado por Claude Shannon y Warren Weaver dentro de la denominada teoría matemática de la comunicación o teoría de la información, sería el más representativo de esta tendencia, que trascendió la influencia original del esquema para convertirse en un paradigma dominante”.

La finalidad de este modelo era pasar a través del canal la máxima información que fuese posible con las mínimas interferencias y la máxima economía de tiempo y energía.

El modelo de Shannon y Weaver se representan por un esquema compuesto por cinco elementos: fuente, un transmisor, canal, receptor, destino, dentro del mismo se

incluye ruido, a la vez es muy atractivo debido a su relativa sencillez y flexibilidad, pero explica muy poco sobre la comunicación humana (Galeano, Modelos de comunicación, 1997, págs. 5 -7).

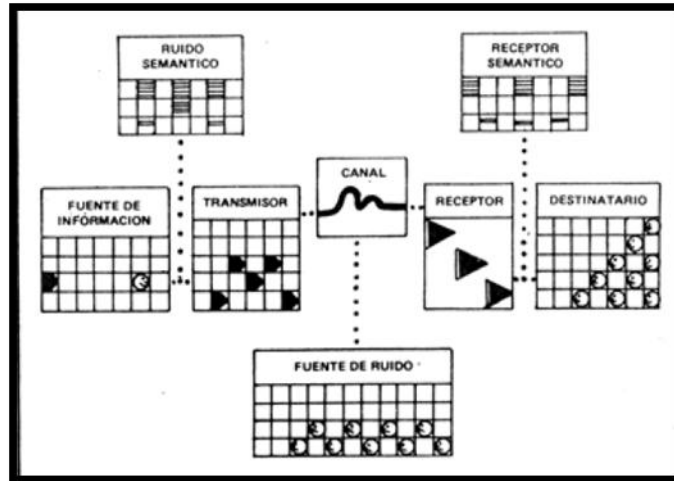


Gráfico 7: Modelo Shannon y Weaver

Fuente: (Galeano, Modelos de Comunicación, 1997).

b. Modelo de Harold D. Lasswell

Este modelo anticipa y adapta el modelo de Shannon y Weaver a la comunicación social, ya que esta conserva los elementos esenciales como son: emisor, mensaje, canal y receptor, la sencillez y la claridad junto con su carácter eminente funcional, ha llevado a convertirse en un esquema comunicativo general para contribuir en la base de la mayoría de investigaciones en comunicación colectiva.

En 1948 el profesor Laswell, de la Universidad de Yale en los Estados Unidos, publicó la revista *The communication of Ideas*, un artículo que tuvo el gran mérito de plantear claramente los elementos que están en juego en un proceso de la comunicación, proponía allí una fórmula de concatenación o encadenamiento lineal de cinco preguntas, programa: “¿Quién dice? ¿Qué dice? ¿Por cuál canal? ¿A quién dice? ¿Con qué efecto dice?, fue el punto de partida de varias mejoras, modificaciones y precisiones por parte de otros investigadores” (Galeano, Modelos de comunicación, 1997)

Este plantea una idea intervencionista y manipuladora de la comunicación, donde el emisor determina el poder y la capacidad de influencia sobre el receptor dejándole nuevamente en un estado pasivo.

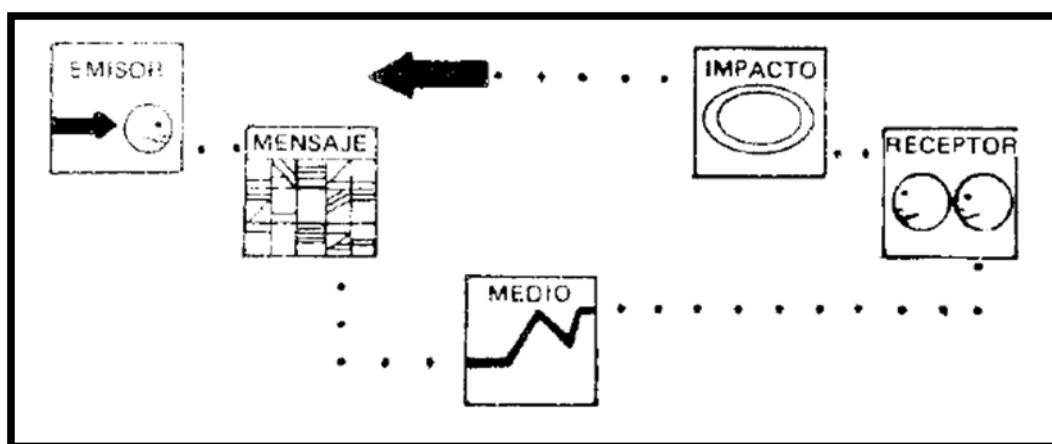


Gráfico 8: Modelo de Harold D. Lasswell

Fuente: (Galeano, Modelos de Comunicación, 1997).

Modelos Circulares:

Esta perspectiva se difundirá por casi todos los modelos, especialmente funcionalistas de la comunicación social, aquí se ve la introducción del feed-back como retroalimentación.

a. Modelo de Melvin De Fleur

Es una versión desdoblada de los modelos de Shannon y Weaver, aquí se considera a los participantes en el proceso de comunicación, transforman el significado en mensaje del mensaje en señal y a la inversa teniendo como resultado una retroalimentación (Feed-back). El objetivo es recuperar la comunicación como fenómeno humano y entender como el ruido no afecta solo al medio técnico si no al proceso de comunicación en sí.

En el libro de introducción a las teorías de la comunicación y la información cita las siguientes características “ primero poseen instrumentos y procesos que cuenta el público para ser llegar a los medios su reacción a la comunicación, segundo los propios procesos sociales suscitados a raíz de la comunicaciones y finalmente las reacciones cuantificables del público (tendencia en el consumo de medios, índices y perfiles de audiencia) (Aguado Terron, 2007).

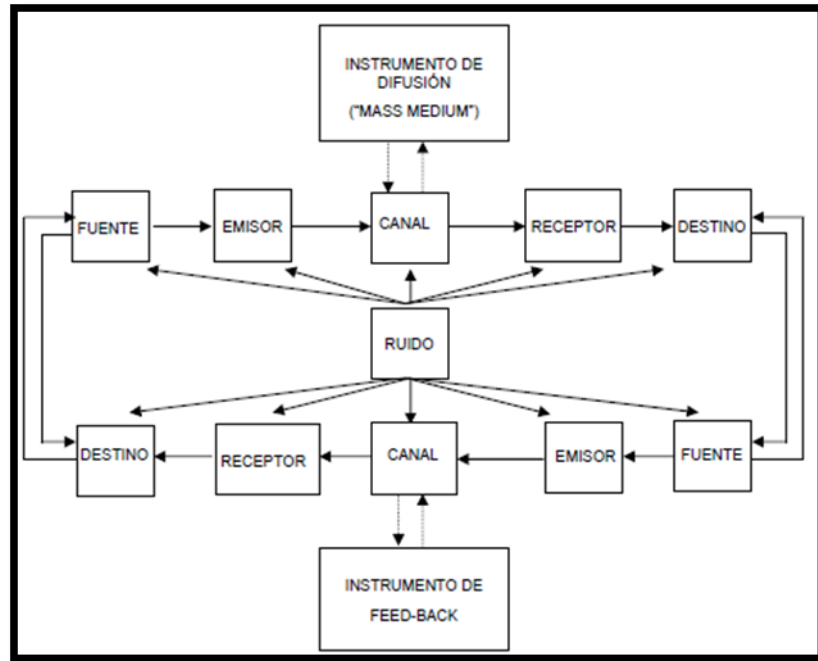


Gráfico 9: Modelo de Melvin De Fleur

Fuente: (Aguado Terron, 2007, pág. 203).

b. Modelo de Usgos y Schramm

Destacados investigadores que son ubicados en la escuela estructural funcionalista, ellos concentran su atención en los actores de la comunicación (emisor y receptor) ya que son considerados como punto de origen y destino de la comunicación, pero no diferencian sus funciones. Este presta especial atención a los actores de la comunicación, tratándolos como puntos de origen y destinos idénticos, es muy útil para una comunicación interpersonal, pero no tanto para comunicación colectiva o de masas.

“Se desarrolla la idea que el propio Shannon consideraría al afirmar que el procesos de la comunicación es interminables, puesto que no empieza ni acaba en ningún sitio concreto” (Aguado Terron, 2007, pág. 204).

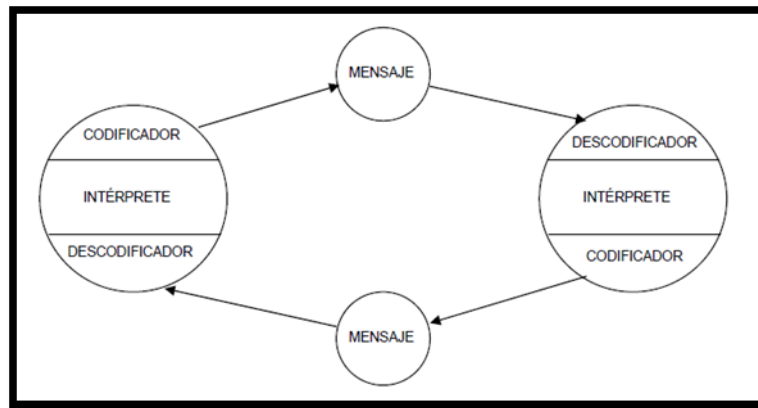


Gráfico 10: Modelo de Osgood y Schramm

Fuente: (Aguado Terron, 2007, pág. 204).

c. Modelo Helicoidal de Dance

Un modelo que fue planteado por Fran Dance principios de la década de los sesenta, traza la proyección de circularidad de la comunicación a un modelo espiral, se centra en el proceso comunicativo y muy poco en los elementos. Marca un carácter dinámico cambiante de la comunicación, aquí cada acontecimiento incide sobre el siguiente, lo que permite una comunicación evolutiva que tiene como objetivo incrementar el grado de entendimiento y la relación comunicativa entre los actores.

La comunicación helicoidal representa la característica básica del ser humano, no es una comunicación absoluta, ni determinante por lo que presenta un progreso constante e interminable, la misma que se puede desarrollar a nivel individual o colectivo.

“El helicoide combina los rasgos deseables de la línea recta y del círculo, evitando a la vez los puntos débiles de ambos y da una variedad bastante atractiva de posibilidades de forma gráfica a los aspectos patológicos de la comunicación” así lo afirman (Omar Álvarez, Dellarossa, Gaete, & Reyes, 2005, págs. 12,13) el profesor y los estudiantes en el informe de comportamiento Organización: comunicación.

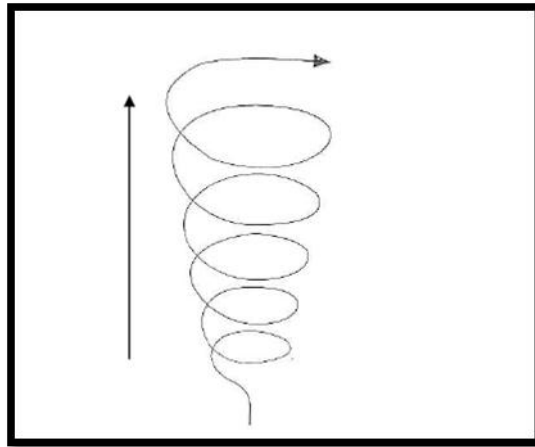


Gráfico 11: Modelo Helicoidal de Dance

Fuente : (Aguado Terron, 2007, pag. 205).

d. Modelo de Gerhard Maleztko 1963

Presenta interacciones demasiadas complejas entre las partes del proceso de comunicación (estructura circular y reticular), concibe a la comunicación como un proceso psicosocial que articula las relaciones de influencia, aquí busca los elementos que sean relevantes,

Parte de un esquema elemental que progresivamente va aumentando la complejidad hasta obtener un resultado, la comunicación se puede apreciar inicialmente como un mensaje la cual es emitida por un comunicador que da lugar a una vivencia (efecto) en el receptor.

“En este modelo se considera aspectos que configuran desde la naturaleza del receptor como: su auto-imagen, la estructura de su personalidad, su pertenencia a una audiencia determinada y su entorno social; el proceso de producción del mensaje: supone la selección y estructuración del contenido; modelo completo: pone en relación las dos partes anteriores mediante un feedback en el que se encuentran la imagen que el comunicador tiene del receptor y el receptor que tiene del comunicación” (Aguado Terron, 2007, págs. 205-207).

a. Modelo de Gerbner (1956)

Este modelo expresa la dinámica de la comunicación en todas sus formas (interpersonal, grupal, masiva) concibe a la comunicación como una negociación o intercambio y sobre todo presta una especial atención a la fuente.

Se inspira en el modelo de Laswell, al que añade nuevos elementos como “alguien que percibe un acontecimiento y reacciona en una situación a través de medios con el fin de hacer disponibles algunos materiales con cierta forma y en un contexto transmitiendo un contenido con ciertas consecuencias” (García Avilés, 20015 , pág. 200).

Se centra en el proceso de la comunicación y muy poco o casi nada en los elementos que intervienen, encadena dos acciones principales la percepción y la producción y se reconoce que la reacción del público (receptor) casi nunca es uniforme.

“El sistema de comunicación es abierto y por tanto los procesos de comunicativos son variables, hasta cierto punto, impredecibles. Su versatilidad le permite ser aplicado a diversas clases de comunicación humana así como dispositivos mecánicos” (Aguado Terron, 2007, pág. 211).

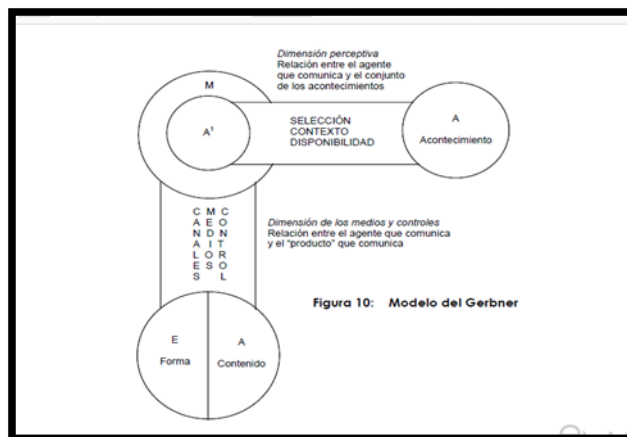


Gráfico 14: Modelo de Gerbner (1956)

Fuente: (Aguado Terron, 2007, pág. 210).

C. Modelo de Westle y Mclean (1957).

Es un modelo conocido sobre el proceso de comunicación de masas en el que se integran todos los elementos que determinan la lógica comunicacional entre las fuentes y receptores, el objetivo de ellos es resaltar la complejidad de los procesos de la comunicación colectiva y la importancia que es tratarlos por separado.

Westle y Mclean plantean un modelo de comunicación interpersonal conforme a los supuestos modelos de Newcomb “el objeto (X) para comunicarse con (B), que a su vez puede tener un acceso independiente de (A) ese mismo (X) y que retroalimenta la comunicación con A (feed- back de B a A). Mientras que el segundo modelo que representa la comunicación colectiva incluye un nuevo elemento: el canal o comunicador (C), que actúa como selector o Gatekeeper en la transmisión entre la fuente (A) y el público (B) y cuya misión es interpretar las necesidades de público y satisfacerlas” (Aguado Terron, 2007, págs. 211,212).

Es un modelo que se centra en el receptor, aquí no se pretende educar mucho menos persuadir, simplemente se le da a la audiencia lo que piden.

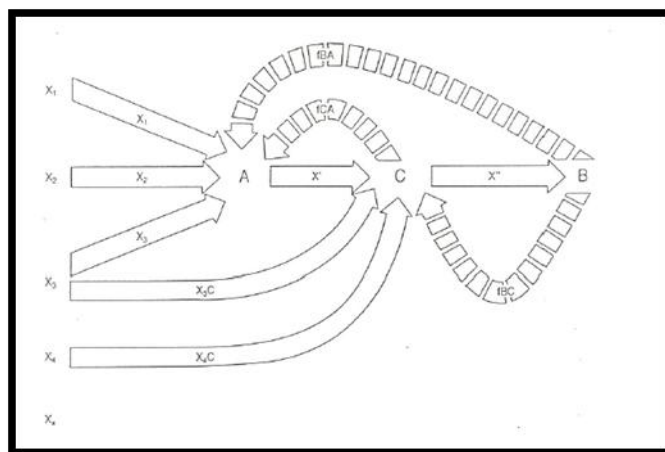


Gráfico 15: Modelo de Westle y Mclean (1957)

Fuente: (Aguado Terron, 2007, pág. 212).

Modelos de comunicación Digital:

El uso intensivo de las TICS, la expansión del internet y los teléfonos celulares a todas partes del mundo han dado como resultado un cambio drástico en el modo de comunicarnos como lo menciona (Marín, 2006) en su artículo Cambios en el Modelos de Comunicación: “Con la aparición de distintos modelos explicativos de sus elementos constitutivos y con sus consecuencias teóricas y prácticas”.

La comunicación de hoy es muy distinta a la comunicación de años atrás, primero las civilizaciones tradicionales se comunicaban mediante señales, símbolos, signos; más tarde por el lenguaje oral que se caracteriza por ser cara a cara; lenguaje escrito o escritura alfabética junto con la invención de la imprenta; civilización audiovisual desarrollada por la radio, cine, televisión, y más tarde la llegada del internet.

Aterrizando en pleno siglo XXI la manera de comunicarse es realmente diferente con la aparición del internet y su panorama de redes sociales, portales, motores de búsqueda, páginas y sitios, blogs, wikis se convierten en un campo de interacción y convirtiéndose en medio de medios. La manera de intercambiar experiencias e información ahora se lo hace a través de una pantalla o de una máquina y los actores principales adoptan un nombre internautas (personas que navegan por internet o red de redes) por la misma razón cambia el modelo de comunicación y al mismo tiempo encontramos nuevos modelos que surgen desde el uso de los dispositivos y herramientas virtuales.

“La influencia de la virtualidad en la comunicación cara a cara evidencia la transformación comunicativa de los seres humanos: los hábitos sus usos, las herramientas, los canales, los espacios y las prácticas son elementos de la comunicación se han valido de estos cambios constantes en las tendencias y en las prácticas para construir nuevos enfoque que permitan ahondar en el campo de estudio de la comunicación como fenómenos sociales” (Sánchez Zuluaga , Botero Montoya , & Giraldo Dávila , 2012, pág. 20).

La importancia es analizar los procesos del modelo de comunicación con la integración de la tecnología y la transformación sobre las interacciones humanas a través de la interface virtual “la interface virtual conecta a las personas con la máquinas de un dispositivo que posibilite la construcción de comunidades, grupos u organizaciones cuales se ven altamente influidas en sus interacciones por el aporte que ofrece la virtualidad” (Sánchez Zuluaga , Botero Montoya , & Giraldo Dávila , 2012, pág. 30).

Lo que nos ofrece la interface virtual es hablar de manera simultánea, con dos o más interlocutores a través del mismo computador, en el mismo tiempo y en el mismo espacio, el interlocutor no es uno si no varios, no está fijo se encuentra en varios lugares, lo más lindo de estos modelos es que se puede interactuar con varias personas a la vez y todo se realiza solo con presionar un clic, dejamos de lado por un momento el modelo tradicional de Harold Laswell o del modelo matemático de Shannon y Weaver, sino desde múltiples modelos las identidades en la red son cambiantes y se modifican cotidianamente.

La forma en que la esfera virtual interviene en las relaciones personales y sociales ha transformado algo tan importante como es la lingüística debido a diversas causas como: el surgimiento de nuevas palabras, la comodidad que implica la misma, y la brevedad con las que se hace las cosas actualmente con lo que no nos permite a detenernos un segundo.

Una de los cambios que se caracteriza en la realidad social y que son trasladadas a una esfera virtual son: símbolos, imágenes, iconos, códigos, el uso de la comunicación digital y por aquello es muy importante el campo virtual para el ciudadano de hoy como su dimensión real.

Como nos enfatiza Uriel Sánchez en el libro Modelos de Comunicación Digital los nuevos modelos de comunicación deben ser descritos a partir de tres parámetros: “primero medir el vínculo entre la plataforma virtual con la realidad; lo segundo analizar las relaciones dadas entre los procesos informáticos y la ciencias humanas; tercero reflexionar sobre la transformación del dilema del público- privado en una sociedad conectada por la virtualidad” (Sánchez Zuluaga , Botero Montoya , & Giraldo Dávila , 2012, pág. 45).

La importancia es analizar los procesos de transformación tecnológicos sobre las interacciones humanas, hay que decir que la comunicación en la actualidad se concibe desde múltiples modelos cuyo común denominador radica en establecer niveles de comunicación sean estas superiores o inferiores de interacción dado que depende de los mismos. El telefónico móvil, las cámaras fotográficas, las descargas de música, libros, las herramientas de office, los programas de diseño y entre otras aplicaciones que están al alcance de ser humano y que a la vez se generan productos que son aplicados en espacio virtual a través de un ordenador es así como se pueden conectar a varios en un mismo espacio que se pueden dar por la interface.

Las redes sociales son la representación y modelación de la realidad que suplantando y superando actualmente el nuevo espacio de interacción, es la sociedad de información, van desde la comunicación tradicional a la comunicación de web entendida como la capacidad del receptor para tomar decisiones y regular el flujo de la información y dependerá de la estructura de la información que brinde el medio.

El libro Modelos de la Comunicación menciona al autor Castell que señala que la comunicación en red posibilita la integración de todos los mensajes en un modelo cognitivo común, la conjugación de soportes en una misma plataforma.

Los usuarios de los nuevos modelos de comunicación utilizan un modelo de tecnocientífico que conjuga dos elementos teóricos el primero la relación entre virtualidad y realidad y el segundo la relación estrecha entre los procesos informáticos derivados de las interacciones humanas.

Este modelo de comunicación transforma el clásico enfoque emisor receptor, mensaje, canal ya que hace énfasis en el mismo papel que desempeña el receptor de mensajes que a veces actúa como emisor y dueño de su propio canal y dueño de su propio canal comunicativo en este caso la red social. Esto permite el surgimiento de líderes de opinión en muchos de los casos anónimos, así como se produce la transformación del concepto de audiencia, la cual está conectada por los niveles de adhesión a las redes sociales.

La participación no es una opción es una obligación dentro de este modelo, producto de la difusión compartida de información a través de blog, Twitter, Facebook, es así como la virtualidad absorbe la noción concreta de referencialidad es decir los niveles cognitivos y denotativos del lenguaje.

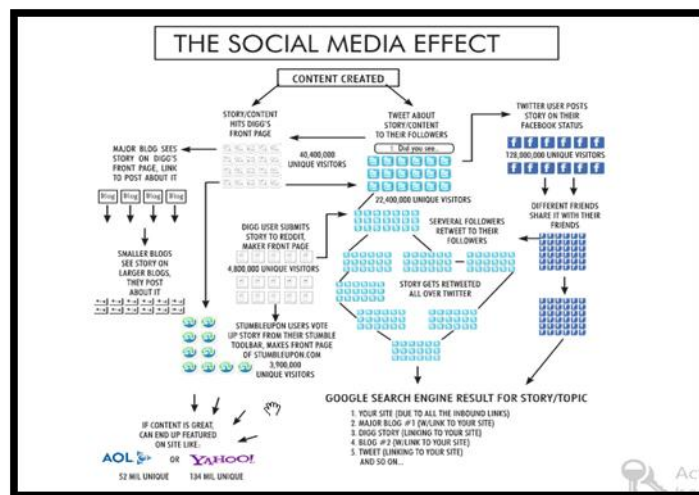


Gráfico 16: Modelos de comunicación Digital

Fuente: (Aguado Terron, 2007, pág. 215).

Modelos de comunicación digitales para ambiente comunicativos locales en el imaginario de la sociedad de la ubicuidad:

Este modelo se conoce con el concepto de prosumidor la misma que se deriva de dos elementos: el desarrollo de la tecnología se ha ubicado en el sujeto como el individuo principal que consume esta tecnología; se encuentra en un ambiente de ecologías

culturales procedentes la nueva ecología cultural fenómeno de la globalización en lo cual los dispositivos interfaces digitales posibilitan.

Una de las características es colaborativa la misma que presenta una comunicación recurrente, aquí el usuario tiene un extenso repertorio de recursos de multimedia para poder emprender las acciones comunicativas como expresar sentimientos, difundir información, gestionar información, compartir conocimientos, a través de dispositivos e interfaces digitales móviles o estacionarias de vinculación comunitaria.



Gráfico 17: Modelos de comunicación digitales para ambiente comunicativos globales

Fuente: (Aguado Terron, 2007, pág. 220)

La sociedad en red es el conjunto de interacciones entre actores individuales, bien sea sujetos u organizaciones que actúan en un escenario común, el objetivo principal de este modelo es el de analizar la fusión de la adhesión de enlace y fronteras.

Este modelo se analiza desde la esfera pública y privada, individuos como organizaciones son concebidos como actores de la esfera pública: el individuo como sujeto de autoridad, garante con los deberes y cumplidor con las obligaciones sociales, mientras que la organización como marco privado de producción de bienes de servicio de consumo que debe respetar normas y propender por el desarrollo de la sociedad, lo más importante es que cuando interactúan entre ambos actores en conjunto trasciende aun ámbito social.

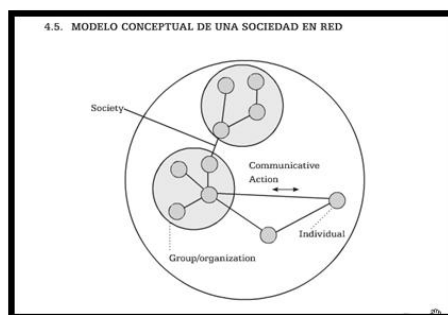


Gráfico 18: Modelo Conceptual de la Sociedad

Fuente: (Aguado Terron, 2007, pág. 230)

Para concluir es fundamental dejar en claro que el nuevo modelo de comunicación tiene como objetivo principal explicar los procesos que siguen los medio digitales para crear un mensaje, la proliferación de las TIC's que son los creadores de nuevos espacios de interacción entre los seres humanos, la misma que es remplazada por el intercambio físico y dejando así obsoleto los modelos antiguos, por lo tanto el primer elemento que se toma en cuenta en este modelo es la tecnología como pieza clave.

Como nos mencionan en el libro Modelos De Comunicación Digital “el envío de materiales digitales de interés a través de la web posibilita al acceso rápido y fácil y exige una decodificación e interpretación según el contexto social, cultural, político, histórico que dota de un mensaje de un nuevo significado según la interpretación dada por el usuario” (Sánchez Zuluaga , Botero Montoya , & Giraldo Dávila , 2012, pág. 108).

Los cibernautas de la red y de las redes sociales hablan poco cuando están cara- cara con otro y con otros., estas se enriquecen de condiciones como: tiempo acceso, conectividad, rapidez y usabilidad y redimensionan la interacción de las mismas entre los sujetos.

Niveles de comunicación

Son los que comprenden diferentes esquemas y tipos de respuestas por parte de los receptores, todo depende del número de participantes que se encuentran involucrados en el proceso comunicativo, por aquello explicaremos los más importantes:

Comunicación intrapersonal: Es la acción del hombre donde entabla un dialogo consigo mismo, una transacción de comunicación que tiene lugar dentro del individuo, se rige a una sola persona en trato con su ambiente. No trasciende a otro individuo; refiere al modo en que los individuos seleccionan y articulan cada uno de los signos del lenguaje.

Comunicación Interpersonal: Es una interacción entre dos o más individuos que intercambien mensajes a través de un canal, esta es una comunicación entre amigos, hijos o entre otros, se habla de una comunicación cara a acara con el apoyo del lenguaje verbal o no verbal. En esta debe haber un contexto en común entre los

participantes dado por el mismo código compartido y sin dejar de lado las condiciones educativas sociales y muchas veces hasta culturales.

Comunicación Organizacional o Grupal: Dos o más personas que creen que pueden lograr algo por medio de la acción conjunta, se encuentra en las relaciones laborales y sociales a través de instituciones, en ella se presentan ciertas mediaciones técnicas como el alto parlante, el micrófono, afiche y los llamados medios de comunicación con el fin de alcanzar una conexión entre el mensaje y el grupo.

Comunicación Masiva: Los grandes medios de comunicación como son: radio, prensa, televisión permiten vencer los límites del espacio, tiempo y llegar así a grandes masas de público, resulta mucho para fines culturales y educativos por la razón que un medio diseña y transmite contenidos a un público indeterminado e impreciso por sus diversas características.

Tipos de comunicación

Las formas de la comunicación humana se agrupan en dos grandes categorías:

Comunicación Verbal: Se caracteriza por el uso de las palabras en la interacción entre el emisor y el receptor sea esta una comunicación oral (signos orales o palabras habladas) o comunicación escrita (códigos escritos) con la utilización de inflexiones de la voz (tono de voz). Actúa como reguladora del proceso de comunicación contribuyendo ampliar o reducir el significado del mensaje.

Comunicación No Verbal: Este se lleva a cabo sin uso de palabras y en la mayoría de casos por no decir todos hace referencia a un gran número de canales, entre los más importantes están el contacto visual, los gestos faciales, los movimientos de brazos, manos, postura, distancia corporal, olor corporal e incluso hasta la manera de vestirnos.

La parte no verbal es muy importante porque expresa lo que una persona no puede decir con palabras, su comportamiento, su movimiento o una simple mirada en realidad dice mucho, toda acción tiene una intención, se realiza a través de multitud

de signos de gran variedad como: imágenes sensoriales (visuales, auditivas, olfativas), sonidos, gestos, movimientos corporales.

Lenguaje

El lenguaje está conformado por un conjunto de sonidos básicos llamados fonemas, morfemas y gramática, compuesta a la vez de la semántica y sintaxis. Los fonemas son las unidades de sonidos más pequeñas características del lenguaje hablado; morfemas puede ser palabra o fragmento; gramática: conjunto de normas de una lengua que nos permite comunicarnos con los demás para comprenderlos; semántica: conjunto de normas mediante el cual extraemos el significado de los morfemas, estudio del significado; sintaxis: normas para cambiar las palabras de una lengua en frases gramaticales correctas.

Saussure menciona que el funcionamiento de una lengua es como el ajedrez un grupo de valores diferentes que en conjunto conforman un sistema completo y se conforma por tres características y son: la economía la creatividad el simbolismo.

Funciones del lenguaje del lenguaje son:

Pragmática: Se demuestra que el tema lingüístico tiene la fusión de expresas u estado de cosas también provoca relaciones entre actos del habla interacción comunicativa.

Expresiva: Se encarga de emitir opiniones y vivencias, como una manifestación subjetiva de la realidad.

Apelativa o Conativa: Es requerir de los demás algún asunto, con preguntas, ruegos o mandatos o exigencias cuya finalidad es una exhortación.

Representativa o Referencial: Cuando la intención del hablante es informar y dar a conocer los hechos y datos de la realidad, es una comunicación objetiva.

Metalingüística: Se trata de aclarar y explicar conceptos e ideas relacionadas

Fática: Los sonidos y las palabras sin sentido, pronunciados en cualquier de estos momentos de un acto comunicativo, solo sirven para indicar que se está presente y mantener abierto el canal de la comunicación.

Poético: Cuando estamos frente a un texto armónico por su forma, que refleja la sensibilidad del autor es un estilo estético.

Lengua: Es importante decir que la lengua como el habla son complementarias tiene una dimensión social, son códigos a partir de los cuales los emisores construyen mensajes que tienen objetos, fenómenos, ideas como referentes y tras circular por una canal llegan hasta su destinatario, el objetivo principal es comunicar.

Habla: A diferencia de la lengua es una estructura que involucra a las instituciones y el sistema del habla se forja en el interior del individuo, es un acto dinámico que intervienen la intención los saberes del hablante, sus pensamientos y sus ideas, es un poco más flexible, sin que ello implique un desprendimiento de su raíz la lengua.

Símbolo: Es el que requiere de conocimiento más especializado por parte de los usuarios, es un instrumento de comunicación, son los que sustituyen algo sintetizan un concepto de mayor complejidad.

Índice: Conocido como Índice basa su significado en lo que existe, pues una relación que no es arbitraria sino existencial, el nexo entre el índice y la realidad es tan lógico y directa como lo menciona en el libro al autor.

Icono: Resulta ser relevante fácil de entender, guarda una enorme semejanza con aquello que representa.

Signo Lingüístico

Los signos son tan importantes porque nos permite los procesos cotidianos de la comunicación, está presente en cada uno de los aspectos de la vida humana, es una disciplina que se encarga netamente del estudio del lenguaje humano, su objetivo principal son los significados y sus relaciones con léxicas.

Se entiende por significante a la secuencia de los fonemas o de letras que percibe el hablante mientras que como significado a la imagen psíquica que está asociada a un contexto, dentro de esta se encuentra la denotación o llamada referencia es proceso mediante por el cual los signos establecen relación con el mundo, es más universal, implica un proceso psicológico común a toda la humanidad, se la reconoce como el concepto que se encuentra en el diccionario, textos científicos y técnicos; connotativo es el significado de una excreción cuando se ve influido por el contexto,

es subjetivo y variable según la situación en que se utiliza un signo lingüístico depende de las circunstancias del hablante.

Las connotaciones se pueden clasificar en dos grupos connotaciones compartidas o colectivas: son las comunes a un grupo importante de hablantes e incluso comparte una misma cultura; connotaciones individuales; son los significados secundarios que una persona concreta asocia a cierta palabra a partir de su experiencia, en la mayoría de casos se la utiliza en la poesía.

Neologismos: Se le da a toda expresión nueva en una lengua neo: nuevo y logos palabras, también pueden ser frases hechas o palabras ya existentes en la configuración del léxico de una lengua, todas las lenguas están siempre en constante cambio y procesos, los hablantes creamos constantemente palabras a o modificamos el significado, el uso de las palabras existentes produciendo alteraciones en el contenido léxico de las mismas, algunos de estas alteraciones o cambios en el vocabulario pueden llegar hacer normales o introducirse en los diccionarios.

Semántica

Es la disciplina que se ocupa del significado de los signos lingüísticos, asociados por que pertenecen a la misma categoría gramatical y comparten una parte de su significado para ello es importante estudiar las relaciones semánticas de las cuales tenemos:

Sinonimia: Es el fenómeno que se produce en signos distintos y con diferentes significantes, aluden a un mismo significado, para ser más precisos es la relación que se le da alguna parcela significación común con las palabras que usamos habitualmente y las llamamos sinónimos, hay que tomar en cuenta que no son intercambiables en todos los textos la misma palabra no tienen exactamente el mismo significado pero su son muy parecidos.

Honimia: Es el fenómeno que se produce cuando los signos de distinta procedencia etimológicamente confluyen en su significante, son palabras diferentes que por causa de la evolución histórica de la lengua ha llegado a coincidir con formas idénticas.

Polisemia: Es el fenómeno que se produce cuando un mismo significante está asociado a varios significados, aquí hay que aclarar que siempre tenemos la misma palabra con diferentes usos.

Contrariedad o Antonimia: Es el fenómeno que se produce en los signos que poseen significantes contrarios, se pueden señalar tres clases de contrariedad: complementariedad: dos términos son complementarios si la negación de uno implica la afirmación del otro ejemplo masculino y femenino; la antonimia gradual propiamente dicha en dos términos son antónimos si entre sus significados se pueden establecer grados de intermedios blanco negro; reciprocidad: dos términos son recíprocos, así cada uno de los términos implica al otro.

Hiponimia e Hiperonimia: Es el fenómeno que se produce entre términos cuya significación está totalmente incluida en la significación de otro más general.

No hay que olvidar que cambio semántico en la lengua está sometida a una evolución continua, esta evolución no solo afecta a los sonidos de la palabra sino también a los signos, los cambios de significado que sufren las palabras se denominan los cambios semánticos una palabra puede variar su significación en tres maneras. Por extensión, restricción, alteración que actualmente es lo más común entre los adolescentes y es uno de los mayores problemas que se presenta entre la escritura de las estudiantes.

Entre los tipos de cambio semántico que encontramos: metáfora: semejanza entre los significados, utilizan una metáfora para referirse a un objeto cotidiano con el tiempo la creación tiene éxito y pierde su valor; metonimia o proximidad entre los significados un objeto se designa con el significante de otro que guarde con él una relación de proximidad espacial; etimología popular y asociativa semejanza entre dos significantes las palabras pueden cambiar su significado por que los hablantes las confunden con otras parecidas que les resultan más familiares, elipsis o proximidad de significantes las palabras que pueden cambiar su significado por que suelen aparecer juntas al discurso .

El tabú y el eufuismo está a medio camino entre lo social y lo psicológico, en toda sociedad humana existen una serie temas o términos que se consideran de mal gusto

o que aluden a realidades desagradables, el tabú es una expresión que por considerarse inapropiada tiende a evitarse en la conversación.

Los eufuismos son típicos del lenguaje diplomático donde alcanzan niveles de hipocresía inconmensurables.

SEGUNDA VARIABLE

Las TICS

La tecnología de la información es el equivalente histórico, pero en la actualidad estas son las que permiten la coordinación tareas y la gestión de la complejidad

Internet:

“El internet estaba en la mente de los informáticos desde principios de los sesenta, que en 1969 se había establecido una red de comunicación entre ordenadores y que, desde finales de los años sesenta se habían formado varias comunidades interactivas con científicos y hackers para las, personas, y sociedad en general (Castells, 2001, pág. 31).

Internet nació en 1995 pero con las marcas de una historia cuyas características analíticamente relevantes, apareció entre la gran encrucijada de la gran ciencia y la investigación militar y la cultura libertaria, las grandes universidades de investigación y los think –tanks especializados en temas de defensa constituyeron dos puntos de encuentro fundamental entres estas tres fuentes de Internet.

“Es un medio de comunicación que permite, por primera vez, la comunicación de muchos en tiempo y espacio escogido y a una escala global” (Castells, 2001, pág. 16), en la actualidad las principales actividades económicas, sociales y políticas y culturales de todo el planeta se están estructurando por medio del internet premeditadamente como una tecnología de comunicación libre por una serie de razones históricas y culturales.

Se creó como un instrumento fundamental para cambiar el mundo y parte del desarrollo del mismo, entre los principales procesos que llevaron a la formación del internet son los siguientes: ARPANET en los años sesenta a la explosión de world wide web.

Como se mencionó anteriormente los orígenes del internet hay que situarlos en la ARPANET tuvo su origen en el departamento de Defensa de Estados Unidos, pero sus aplicaciones militares fueron secundarias en su proyecto tecnológica “una red de ordenadores establecidos por ARPA en septiembre de 1969, Arpanet es un programa menor que surgió de uno de los departamentos de la agencia ARPA, la denominada oficina de Técnicas de procedimientos información IPTO Information Processing Techniques Office fundada en 1962 sobre la base de una unidad preexistente” (Castells, 2001, pág. 24).

Esta fue creada con el objetivo de estimular la investigación en el campo de la informática interactiva, la construcción de ARPANET se justificó como un medio de compartir el tiempo de computación on-line de los ordenadores entre varios centros de informática y grupos de investigación de la agencia, la primera demostración de esta se dio durante un congreso internacional en Washingtong DC, la misma que inspiró a una arquitectura de comunicaciones basada en los tres principios sobre lo que sigue operando Internet actualmente : estructura reticular, un poder de computación distribuido entre los diversos nodos y una redundancia de funciones en la red , para minimizar los riesgos de desconexión.

Como menciona Castells en su libro la Galaxia del Internet “La actividad popular en la red era el correo electrónico, aplicación creada por Ray Tomlison un programador BBN EN 1970” (Castells, 2001). En 1973 dos informáticos Robert Kahn de Arpa y Vint Cerf de la universidad de Stanford, los mismos que esbozaron la arquitectura básica del internet, pero para conseguir que las redes de ordenadores y pudieran comunicarse entre ellas era necesario uno protocolos de comunicación estandarizados.

En 1975 fue transferida a la Agencia de Comunicación de la Defensa (Defense Communication Agency con el objetivo de facilitar la comunicación entre los

ordenadores de las diferentes divisiones de las fuerzas armadas, la DCA decidió crear una conexión entre las diversas redes bajo el control. Estableció la red de datos de la Defensa (Defense Data Network que operaba con protocolos TCPI/IP).

EN 1983 el departamento de la defensa preocupada por posibles violaciones de un sistema de seguridad decidió crear la red Milnet, destinadas a funciones netamente militares es así como ARPANET se convirtió en ARAPA INTERNET. 1990 la mayor parte de los ordenadores Estados Unidos estaban capacitados para funcionar en red sentado así las bases para su interconexión.

Es así como ARPANET era la fuente principal, de lo que acabaría siendo Internet fue una idea diseñada con conciencia y posteriormente gestionada por un resuelto grupo de informáticos que compartían una misión que poco o nada tenían que ver con estrategias militares.

“ARPANET incluyeron estudiantes de doctorado en las tareas centrales de diseño de la red, en una atmosfera totalmente relajada, sin consideraciones de seguridad, así los estudiantes utilizaban para sus chats personales y según se cuenta para intercambiar mensajes sobre dónde encontrar drogas” (Castells, 2001, pág. 34).

Pero a principios de los noventas una serie de proveedores de servicio de internet (Internet Service Providers) construyeron sus propias redes y establecieron pasarelas (gateways) para sus propios fines comerciales, es desde ese momento como el internet empezó a desarrollarse rápidamente como una red global de redes informáticas.

El internet es también el resultado de una tradición de interconexión informática autónoma y alternativa uno de los primeros componentes de esta tradición fue la corriente de los tabloneros de anuncios electrónicos “electrónicos (BBS: Bulletin Board Systems) que surgió de la conexión en red de Pc a finales de los años sesenta. En 1977, dos estudiantes de Chicago, Ward Christensen y Randy Suess, diseñaron un programa al que denominaron MODEM y que les permitirá transferir archivos entre sus PC, y otro en 1978 el computar Bulletin Board System, que permitirá que los pc archivar y transmitir mensajes. Decidieron difundir ambos archivos en

dominio público en 1983 Tom Jennings un programador que entonces trabajaba en California creó su propio programa BBS FIDO y puso en marcha una red BBS, FIDONET” (Castells, 2001, págs. 26-30).

FIDONET en la actualidad sigue siendo la red de comunicación informática más barata y accesible del mundo, basada en la utilización del Pc, con llamadas a través de líneas telefónicas normales en el año 2000 contaban con 40.000 nodos y unos tres mil usuarios, tomando que esta cifra solo representaba tan solo una mínima fracción de total de usuarios en Internet. El uso de la red BBS y la cultura simbolizada por FIDONET tuvieron una enorme influencia en la configuración del internet global.

“Para mediados de los noventa el internet estaba privatizado y su arquitectura técnica abierta permitía la conexión en red de todas las redes de la informática de cualquier punto del planeta, la world wide podía funcionar con el software adecuado y había varios navegadores de fácil uso a disposición de los usuarios” (Castells, 2001, pág. 30).

En enero de 1992 se formó la Sociedad de Internet (Internet Society), como organización sin ánimo de lucro a la que se encargó la supervisión tanto, del IAB como del IETF. Cerf y Kahn, muy respetados por la comunidad de internautas por sus conocimientos técnicos, su probado compromiso con la apertura de la red y sus capacidades de concitar el consenso tomaron las riendas de la Sociedad Internet.

En conclusión, las semillas del internet se plantaron en la tierra incierta de los espacios relativamente, libres pero rico en recursos proporcionados por ARPA, las universidades, los think-tanks innovadores y los grandes centros de investigación.

En los años sesenta y setenta, utilizó la conexión de la informática en red para sus propios fines, en la mayor parte de los casos buscando la innovación tecnológica por el puro placer de descubrir, las universidades jugaron un papel fundamental para las redes comunitarias “algunas de las universidades que lo hicieron fueron como Boulder, Colorado, Blacksburg Electronic Village, Cleveland Freenet o Chetbuco Suite en Halifax, Nueva Escocia ” (Castells, 2001).

Por la rápida difusión de los protocolos de comunicación entre ordenadores no habría tenido lugar sin distribución abierta y gratis de software y el uso compartido de los

recursos que se convirtieron en los códigos de conducta de los primeros hackers y la llegada del pc ayudó mucho a la extensión de la conexión de informática en red como demuestra la difusión global.

Las organizaciones de base de internet, con su creación de redes autónomas y sistemas de conferencia, influyeron de manera decisiva en el desarrollo del comercio en los años ochenta ya que las empresas imitaron el sistema de comunicaciones creado por las redes alternativas.

Web 2.0

Los consumidores los trabajadores, los estudiantes, los profesores, las amas de casa, los políticos las activistas, los profesionales los operarios los reclutadores, los periodistas entre otros hacen participe del web 2.0.

En sistema de información que se transmite por medio del internet, la web es entonces, es uno de los servicios de comunicación e información que se brindan a través de Internet, la web que se conoció en inició paso hacer una manera de leer, escribir, mezclar, modificar, publicar, seleccionar, organizar y clasificar colectivamente, esta es una web de acciones colaborativas sindicar, votar, publicar, compartir etiquetar, incrustar.

Redes sociales

El siglo XX perfeccionó la comunicación masiva culminando la revolución industrial; la sociedad: la economía; las políticas se moldearon; a partir del poder del broadcasting en medios electrónicos, los paradigmas de la comunicación humana y social que se desarrollan durante todo el siglo XX y que configura el mundo en varios sentidos, están siendo transformados por la interacción que permiten las redes sociales.

Internet dio pie a la generalización de estas tres posibilidades y formas de la comunicación humana, a escala global, integran y facilitan, permiten nuevas formas de comunicación; broadcasting personal; posibilidad de comunicar la propia personalidad del grupo.

“Desde nuestro nacimiento, vivimos y actuamos a través de redes sociales (entendidas como la relación entre más de dos personas) las redes están presente en nuestra vida cotidiana de distintas maneras; por ejemplo cuando nos transportamos de lugar a otro (red de comunicaciones) e incluso al pensar (dado que requerimos de red de conexiones)” (Manpower, 2009).

Si recordamos lo primeros navegadores con contenido multimedia en Internet aparecieron apenas en mediados de los 90 y consideramos la lejanía, existen relaciones multidireccionales y cada una de ellas a afecta o influye las relaciones con otras personas de la misma red, las redes sociales son herramientas poderosas, pero no suplantán la relación humana y social subyacente para mantener relaciones estrechas, pero en esta ocasión dentro de una atmosfera.

Empresas, organizaciones civiles, instituciones académicas y gobiernos están configurados por redes sociales, lo mismo que han permitido modificar el uso del internet, han acelerado la colaboración y han revolucionado la forma de relacionarse con los individuos, convirtiéndose de esta manera en un instrumento fundamental que están estrechamente relacionados con el trabajo la familia y la vida cotidiana de los usuarios.

Pero aterrizando en el campo de la educación las redes sociales se presenta como un mecanismo para comunicarse, las estudiantes cuando gastan tiempo para aprender a comportarse en sus relaciones virtuales algo que muy fundamental en nuestros días, es un ejercicio de responsabilidad y madurez el saber mantener dentro de los límites a propios.

Los terrenos tecnológicos han evolucionado de una manera increíble incluyendo nuevas características y funcionalidades que las convierten en plataformas, no solo para compartir videos, fotos u opiniones blogs y videoconferencias la finalidad es si es el de distribuir programas con diversos fines desde el entrenamiento más entre los más usados por las adolescentes está el chat y videos juegos digitales hasta las más diversas aplicaciones de negocios.

“Las redes sociales en internet no funcionan si sus miembros no generan contenido, responden a requerimientos y mensaje a través de opiniones y de la búsqueda y adición de contactos de la misma están deben ser alimentadas” (Manpower, 2009).

Es preciso mencionar que las redes sociales nos impulsan a definir nuestra identidad, como personas y como organizaciones, pero también traen consigo peligrosos y considerables, cuando el uso que se les da es inapropiado, son herramientas poderosas para bien o para mal depende de nosotros definir qué sentido lo utilizamos lo que no se puede hacer es negar su trascendencia relegar su importancia o escondernos en la realidad o será demasiado tarde para nuestro favor.

El problema más visible es el lenguaje y el uso del mismo, es preciso recordar que este se encuentra presente en las relaciones cotidianas de la red y se puede hablar desde un punto que se comienza hablar una jerga a que nace desde el Internet.

Las palabras ya no son tan importantes para los jóvenes son utilizadas bien o mal es lo que menos les importa a los interlocutores, se puede decir que poco o nada el sentido lógico y completo en la redacción, queda de lado la morfología ortografía y sintaxis.

En las redes sociales no es como hablar cara es una mera muy distinta aquí las redes sociales se habla y se discute poco y de la misma forma se habla y se discute por ejemplo los emoticones juegan un papel muy importante ya que estos nos permiten connotar ironía, felicidad tristeza, enfado y lo mismo que conduce a creado un modelo basado en abreviaturas y símbolos, con el objetivo de simplificar la comunicación y el intercambio de ideas y conceptos estos son propios de la conversación casual o cotidiana.

El cibernauta almacena dicha información en memorias de USB Y han convertido la forma de llevar la información de un lugar a otro, y ahora, el dispositivo de Google, denominado “las nubes” permite que con solo tener acceso a internet sea posible baja la información desde la nube a cualquier parte de la tierra.

Las redes sociales son la cobertura de la identidad social; los patrones de relaciones entre individuos son una representación que esquematiza las preferencias y las características subyacentes de los propios individuos.

Hipótesis:

Existe un mínimo uso correcto en el proceso de la comunicación y en el uso del lenguaje en las redes sociales en las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz de la ciudad de Ambato.

Variables

VI: Procesos de comunicación.

VD: El lenguaje en la red social en las estudiantes de la unidad Educativa Rodríguez Albornoz.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

ENFOQUE INVESTIGATIVO

El presente proyecto de investigación tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo, los dos son de suma importancia al momento de desarrollar la investigación. Cuantitativo porque utiliza la recolección, la medición de parámetro, la obtención de frecuencias y estadígrafos de las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz de la ciudad de Ambato que investiga para llegar a probar la hipótesis establecida previamente. Cualitativo ya que es un proceso dinámico lo cual permite interpretar los procesos de comunicación que inciden en el lenguaje en las redes sociales por medio de una observación naturalista dando énfasis al todo dentro de un marco holístico.

MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Para desarrollar adecuadamente la investigación se utilizará las siguientes modalidades: campo y bibliográfica- documental.

De Campo: Es de campo ya que el estudio se lleva a cabo en la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz, lugar donde ocurren los hechos, se observa de cerca la realidad de las estudiantes en lo que respecta al uso del lenguaje en las redes sociales, nos brinda la oportunidad de aplicar encuestas y obtener resultados reales sobre el objeto de estudio.

Bibliográfica- Documental: Es un proceso que permite recolectar, clasificar, evaluar y analizar el contenido del material sea este; físico, impreso, gráfico o virtual lo que es sustancial para la fuente teórica y conceptual para generar más conocimiento a

partir de lo investigado, es decir que ocupa un lugar importante porque garantiza la calidad de los fundamentos teóricos de investigación con datos estadísticos e históricos para estudiar las causas, consecuencias y posibles soluciones.

NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

Exploratorio: Consiste en examinar un tema poco estudiado sirve para conocer de temas que son relativamente desconocidos, se lo conoce como la preparación del terreno lo cual anteceden investigaciones con alcances investigativos, correlacionales o explicativos.

Descriptivo: Su prioridad es especificar las características importantes de un conjunto de sujetos o del área de interés, la frecuencia con la que ocurre un fenómeno y de la misma manera miden y evalúan diversos aspectos y componentes en los grupos que se desea estudiar, se somete al análisis la misma que ofrece la oportunidad de hacer predicciones.

Explicativa: Este va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos, su objetivo principal es responder por las causas y se centra en explicar por qué ocurre el fenómeno y en qué condiciones se manifiesta.

POBLACIÓN Y MUESTRA

La muestra utilizada en el presente proyecto de investigación, está conformado por 83 estudiantes que son de primero, segundo y tercero de Bachillerato General Unificado en ciencias de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz, en el año electivo 2016-2017 con la colaboración de la autoridades y docentes de la institución por el conocimiento de dicha problemática.

La población destinada para el levantamiento de información será considerada la perteneciente a la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz de la ciudad de Ambato, tomando en consideración el rango de edad de 13 a 17 años

Selección de la muestra.

$$\text{Formula: } n = \frac{N * P * Q}{(N-1) * \left(\frac{E}{K}\right)^2 + P * Q}$$

Datos:

n = tamaño de muestra

N = población (385)

P = posibilidad de ocurrencia (0.5)

Q = posibilidad de no ocurrencia (0.5)

E = error admitido (9.7% = 0.097)

K = coeficiente de error (2%)

Desarrollo:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N * P * Q}{(N - 1) * \left(\frac{E}{K}\right)^2 + P * Q} \\n &= \frac{385 * 0.25}{(385 - 1) * \left(\frac{0.009409}{4}\right) + 0.25} \\n &= \frac{96.25}{(384) * (0.00235) + 0.25} \\n &= \frac{96.25}{0.90 + 0.25} \\n &= 83.46\end{aligned}$$

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE: PROCESOS DE LA COMUNICACIÓN				
CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA DE INSTRUMENTOS
<p>Es un conjunto de interacciones que se encuentran organizadas, se desarrollan a través de la persona llamada emisor quien emite un mensaje que surge del pensamiento a través de un canal con la utilización de un lenguaje con los mismos códigos la cual llega a otra persona que es el receptor quien recibe y sintetiza para dar una respuesta y obtener el feedback.</p>	Interacción	-Relación entre individuo y grupo.	¿Usted se relaciona con sus compañeros o maestros fuera de horas clase?	<p>Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Encuesta -Entrevista semi estructurada <p>Instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cuestionario. Guía de entrevista.
	Emisor	Codificación del mensaje	¿Usted envía mensajes permanentemente a sus compañeros de clase?	
	Mensaje	<ul style="list-style-type: none"> - Idea - Opinión - Información -datos 	¿Cuándo usted emite una información analiza el contenido?	
	Canal	<ul style="list-style-type: none"> -Físico -Papel -Soporte digital 	¿Qué utiliza a menudo para comunicarse con otras personas?	
	Lenguaje	<ul style="list-style-type: none"> -Formal -Informal 	¿Cuándo usted dialoga con amigos, familiares lo hace de manera formal e informal?	
Códigos	-Signos Lingüísticos	¿Usted respeta los signos lingüísticos		

	Receptor	-Decodificación del mensaje	cuando envía un mensaje?	
	Feed- back	-Retroalimentación	¿Usted en una conversación analiza su respuesta antes de decirla?	

Tabla 1: Variable Independiente

Fuente: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

VARIABLE DEPENDIENTE: USO DEL LENGUAJE EN LAS REDES SOCIALES				
CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA DE INSTRUMENTOS
Denominado como lenguaje de chat, es propio de las redes sociales permite interactuar de una forma dinámica intercambiando experiencia, emerge a través del uso del ordenador y otros dispositivos conectados al internet.	Internet Redes Sociales Interacción Lenguaje de chat	Ciberespacios Facebook Instagram WhatsApp -Individual -Grupal -Masas -Abreviaturas -Emoticones -Uso de mayúsculas -Uso de minúsculas	¿Usted se comunica permanentemente con otra persona utilizando el internet? ¿Usted participa por medio de red social para realizar trabajos grupales o extracurriculares? ¿Usted se comunica mediante chats grupales o individuales? ¿Cree las aplicaciones de mensajería ayuda en su ortografía?	Técnica: -Encuesta -Entrevista semiestructurada Instrumento: Cuestionario Guía de entrevista

			¿Utiliza abreviaturas al momento de comunicarse con otras personas en las redes sociales?	
--	--	--	---	--

Tabla 2: Variable Dependiente

Fuente: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Como instrumento de investigación necesaria para la recolección de información se ha considerado lo siguiente:

La encuesta es una técnica de recolección de datos que va dirigido a las estudiantes de primero, segundo y tercero de Bachillerato General Unificado en Ciencias de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz, cuyo instrumento de apoyo es el cuestionario elaborado con preguntas que ayudan al estudio de las variables.

PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación.
¿De qué personas u objetos?	Ciudadanos del cantón Ambato.
¿Sobre qué aspectos?	Indicadores
¿Quién o Quiénes?	Investigador, Laura Valverde.
¿Cuándo?	Periodo 2017
¿Donde?	Unidad Educativa Rodríguez Albornoz.
¿Cuántas veces?	
¿Qué técnicas de relación?	Una sola vez
¿Con qué?	

	Cuestionario de entrevista
¿En qué situación?	Pertinente durante días laborales

Tabla 3: Plan de Recolección de Información

Fuente: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

- ✓ Análisis crítico de la información recolectada, es decir, brindar los controles necesarios como: la limpieza de datos, incompletos, contradictorios o no pertinentes, entre otros.
- ✓ Tabulación de datos o elaboración de cuadros como registro de los mismos.
- ✓ Análisis estadísticos de los datos recolectados para la presentación de los resultados.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Pregunta 1): sexo del encuestado / (a)

¿Cuál es el sexo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	83	100,0	100,0	100,0

Tabla 4: Pregunta 1



Gráfico 19: Pregunta 1

Investigador: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Análisis e Interpretación

De los 83 estudiantes encuestados que constituyen el 100% de la muestra, 83 son mujeres equivalentes al 100% de estudiantes de tercer año de bachillerato unificado ciencias en la unidad Educativa Rodríguez Albornoz.

Estos resultados permiten apreciar que el referente a la situación demográfica de la muestra, el número de mujeres es el total de estudiantes por la razón que un inicio solo admitían a mujeres en la institución.

Pregunta 2)

¿Cuál es la red social que más utiliza?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Facebook	46	55,4	55,4	55,4
	Twitter	8	9,6	9,6	65,1
	Instagram	25	30,1	30,1	95,2
	Snapchat	4	4,8	4,8	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

Tabla 5: Pregunta 2

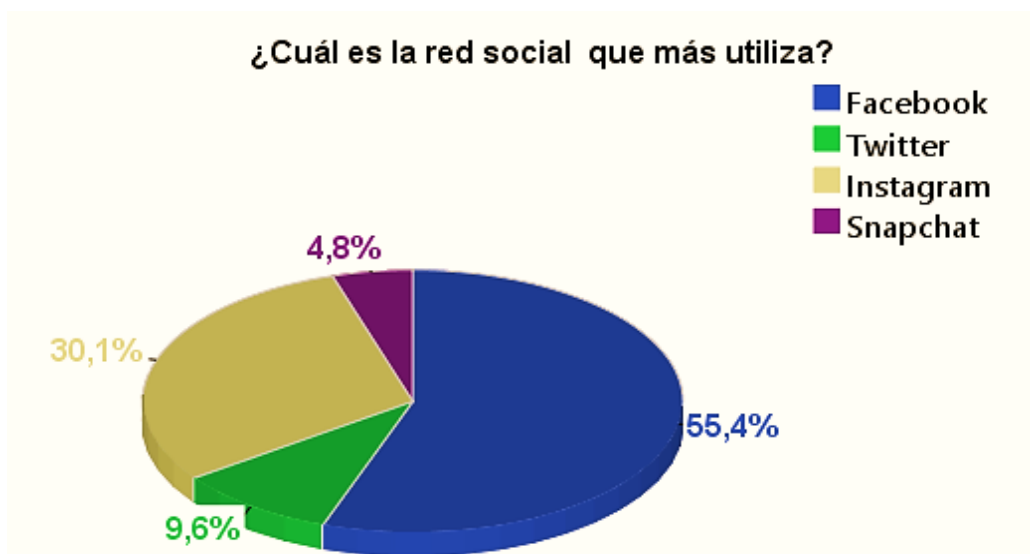


Gráfico 20: Pregunta 2

Investigador: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Análisis e Interpretación

De las 83 estudiantes encuestados que constituyen el 100% de la muestra, 55,4% indican que la red social que más utilizan es Facebook, seguida con 30,1% indican que usan Instagram, 9,6% usan Twitter el 4,8% indican que usan Snapchat.

El resultado demuestra que la red social más utilizada por las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz es el Facebook seguida de Instagram.

Pregunta 3)

¿Qué aplicación de mensajería es la que más utiliza usted?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Whatsapp	70	84,3	84,3	84,3
	Mensseger	9	10,8	10,8	95,2
	SMS	4	4,8	4,8	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

Tabla 6: Pregunta 3

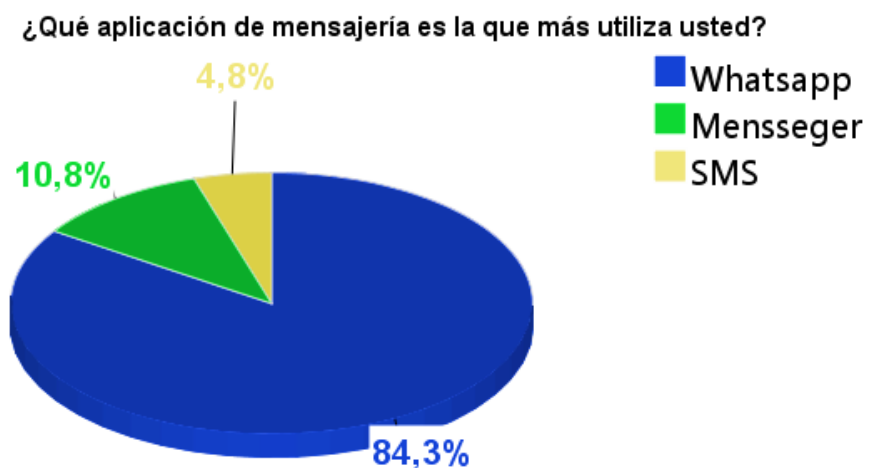


Gráfico 21: Pregunta 3

Investigador: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Análisis e Interpretación

De las 83 estudiantes encuestadas que constituyen el 100% de la muestra, 84,34 indican que la aplicación de mensajería que más utilizan es whatsapp, 10,84% messenger y el 4,82% usa mensajes de texto.

Esto demuestra que la aplicación de mensajería whatsapp es la prioridad de las estudiantes, el messenger es la segunda opción, mientras que los mensajes de texto no han desaparecido por completo.

Pregunta 4)

¿Cuánto tiempo al día le dedica usted a las redes sociales?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	30Minutos	5	6,0	6,0	6,0
	1Hora	3	3,6	3,6	9,6
	3Horas	16	19,3	19,3	28,9
	Todo el día	59	71,1	71,1	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

Tabla 7: Pregunta 4



Gráfico 22: Pregunta 4

Investigador: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Análisis e Interpretación

De las 83 estudiantes encuestadas que constituyen el 100% de la muestra, 71,1% le dedica todo el día a las redes sociales, el 19,3% usan un promedio de tres horas al día, el 6,0% dedican 1 hora al día y el 3,6% dedican 30 minutos al día las redes sociales.

Esto quiere decir que la mayoría de las estudiantes hacen uso de las redes sociales durante varias horas al día para diversas actividades como: comunicarse con otras personas, realizar trabajos o simplemente distracción.

Pregunta5)

¿Usted se relaciona con sus compañeras de clase a través de las redes sociales?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Siempre	52	62,7	62,7	62,7
	A veces	27	32,5	32,5	95,2
	Nunca	4	4,8	4,8	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

Tabla 8: Pregunta 5

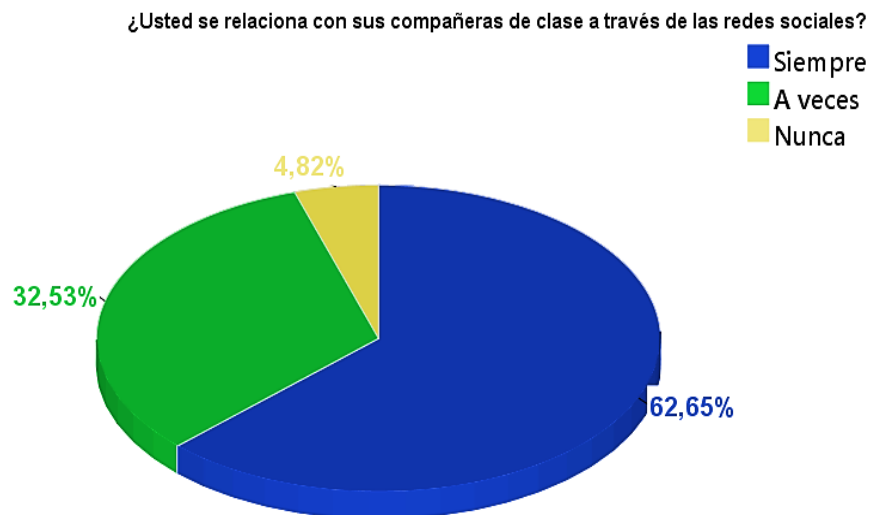


Gráfico 23: Pregunta 5

Investigador: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Análisis e Interpretación

De las 83 estudiantes encuestadas que constituyen el 100% de la muestra, el 62,7% siempre relacionan con sus compañeras de clase a través de las redes sociales, el 32,5% a veces y el 4,8% nunca.

Se puede concluir que las estudiantes de la Unidad Educativa utilizan las redes sociales como instrumento de relación con sus compañeras y amigas ya sea esta de forma permanente o pasajera.

Pregunta6)

¿Usted interactúa con sus maestros a través de las redes sociales?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	11	13,3	13,3	13,3
	A veces	13	15,7	15,7	28,9
	Nunca	59	71,1	71,1	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

Tabla 9: Pregunta 6

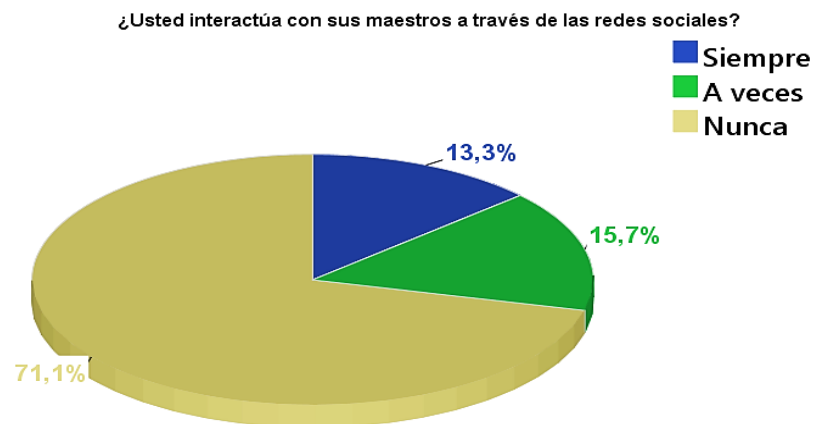


Gráfico 24: Pregunta 6

Investigador: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Análisis e Interpretación

De las 83 estudiantes encuestadas que constituyen el 100% de la muestra, el 13,3% siempre interactúa con sus maestros a través de las redes sociales el 15,7% a veces y el 71,1% nunca interactúa con sus maestros a través de las redes sociales.

Por tal motivo dicho resultado nos demuestra que la mayoría de estudiantes no tienen una relación abierta con sus maestros de clase a través de las redes sociales, por aquello no existe mayor intercambio de información.

Pregunta 7)

¿Usted intercambia información por medio de las redes sociales para realizar trabajos grupales?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	54	65,1	65,1	65,1
	A veces	24	28,9	28,9	94,0
	Nunca	5	6,0	6,0	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

T
Tabla 10:
 Pregunta 7

7

¿Usted intercambia información por medio de las redes sociales para realizar trabajos grupales?

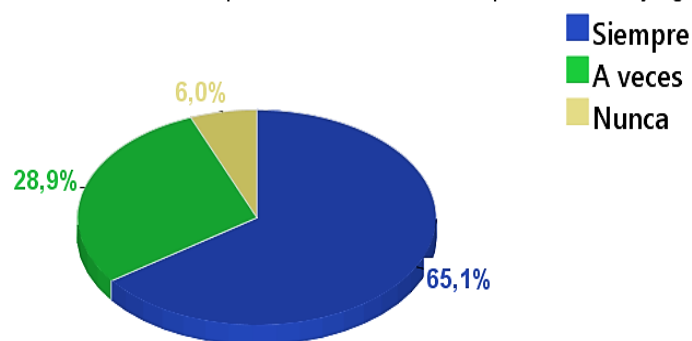


Gráfico 25: Pregunta 7

Investigador: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Análisis e Interpretación

De las 83 estudiantes encuestadas que constituyen el 100% de la muestra, el 65,1% siempre intercambian información por medio de las redes sociales para realizar trabajos grupales, 28,9% a veces y el 6% nunca intercambian información por medio de las redes sociales para realizar trabajos grupales.

Tomando como referencia los resultados que nos arroja el análisis se puede manifestar que las estudiantes utilizan las redes sociales como una canal de intercambio de información entre ellas, la misma que les permite desarrollar actividades escolares y extracurriculares.

Pregunta 8)

¿Usted utiliza signos de puntuación, interrogación y exclamación cuándo envía mensajes a otras personas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	35	42,2	42,2	42,2
	A veces	29	34,9	34,9	77,1
	Nunca	19	22,9	22,9	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

Tabla 11:
Pregunta 8

¿Usted utiliza signos de puntuación, interrogación y exclamación cuándo envía mensajes a otras personas?

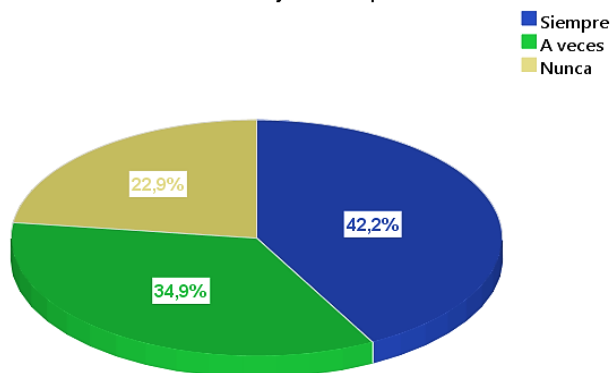


Gráfico 26: Pregunta 8

Investigador: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Análisis e Interpretación

De las 83 estudiantes encuestadas que constituyen el 100% de la muestra, el 42,2% siempre utilizan signos de puntuación, interrogación y exclamación, el 34,9% a veces y el 22,9% nunca utilizan signos de puntuación, interrogación y exclamación cuando envían mensajes a otras personas.

Como se puede observar en los resultados más de la mitad de las estudiantes que fueron encuestadas no utilizan los signos de puntuación, interrogación y exclamación al momento de emitir un mensaje.

Pregunta 9)

¿Usted utiliza emoticones para expresarse?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Siempre	69	83,1	83,1	83,1
	A veces	10	12,0	12,0	95,2
	Nunca	4	4,8	4,8	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

Tabla 12: Pregunta 9

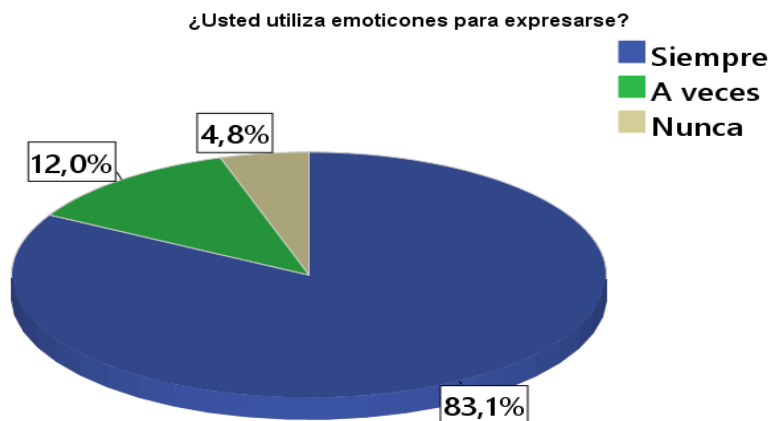


Gráfico 27: Pregunta 9

Investigador: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Análisis e Interpretación

De las 83 estudiantes encuestadas que constituyen el 100% de la muestra, el 83% siempre utilizan emoticones para expresarse, el 12%. a veces, mientras que el 4,8% nunca utilizan emoticones para expresarse.

Partiendo de los resultados se determina que los mensajes que son emitidos por las estudiantes la mayor parte son apoyados por emoticones, las mimas que les permite ahorrar tiempo y expresar sus ideas y emociones, es así como el lenguaje evoluciona constantemente.

Pregunta 10)

¿Cuán a menudo usted usa abreviaturas al momento de enviar un mensaje?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Siempre	31	37,3	37,3	37,3
	A veces	38	45,8	45,8	83,1
	Nunca	14	16,9	16,9	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

Tabla 13: Pregunta 10

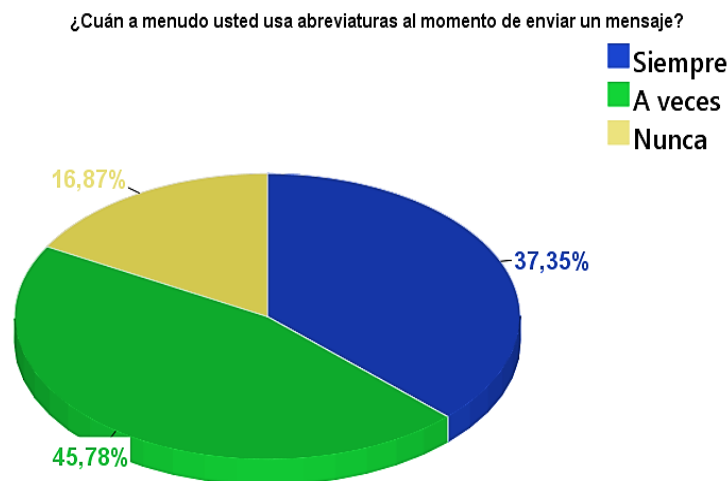


Gráfico 28: Pregunta 10

Investigador: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Análisis e Interpretación

De las 83 estudiantes encuestadas que constituyen el 100% de la muestra, el 37,3% siempre usan abreviaturas, el 45,8%. a veces, mientras que el 16,9 nunca usan abreviaturas al momento de enviar un mensaje.

Como se observa en los resultados un porcentaje alto de estudiantes hacen uso de las abreviaturas al momento escribir y enviar un mensaje, siendo parte activa de la cultura digital, la misma que nos indica que su escritura puede ser correcta o incorrecta.

Pregunta 11)

¿Por qué usa usted abreviaturas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Comodidad	31	37,3	37,3	37,3
	Tiempo	35	42,2	42,2	79,5
	Espacio	8	9,6	9,6	89,2
	NSC	9	10,8	10,8	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

Tabla 14: Pregunta 11

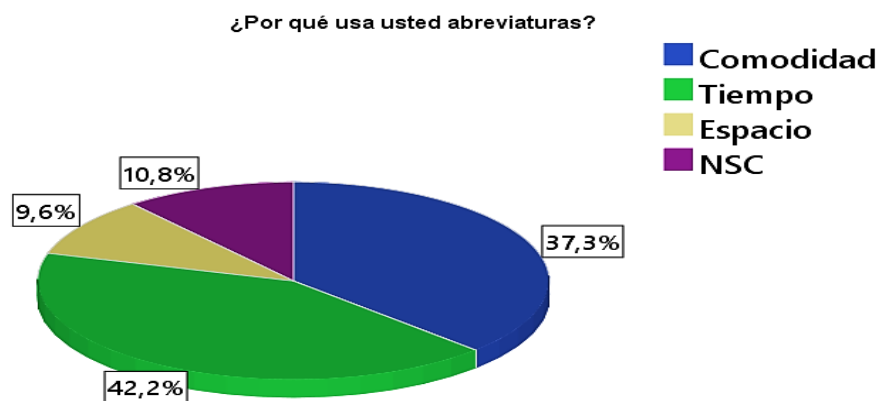


Gráfico 29: Pregunta 11

Investigador: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Análisis e Interpretación

De las 83 estudiantes encuestadas que constituyen el 100% de la muestra, el 37,3% usan abreviaturas por comodidad, el 42,2% por tiempo, mientras que el 9,6 % usan abreviaturas por ahorrar espacio.

Se observa claramente en los resultados obtenido que las estudiantes utilizan abreviaturas por dos razones: tiempo y comodidad lo cual expone a la escritura a variaciones tanto correctas como erróneas, que pueden confundir o influir en el uso del lenguaje.

Pregunta 12)

¿Usted revisa el contenido de los mensajes antes de enviar a otras personas mediante las redes sociales?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Siempre	23	27,7	27,7	27,7
	A veces	35	42,2	42,2	69,9
	Nunca	25	30,1	30,1	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

Tabla 15: Pregunta 12

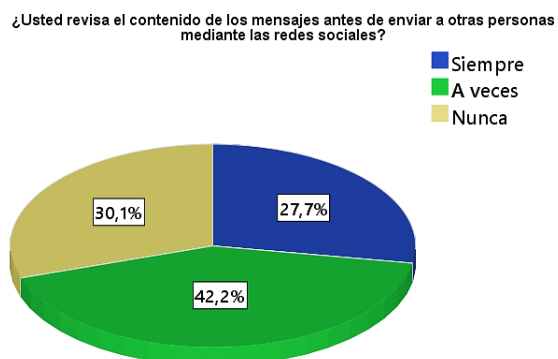


Gráfico 30: Pregunta 12

Investigador: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Análisis e Interpretación

De las 83 estudiantes encuestadas que constituyen el 100% de la muestra, el 27,7% siempre revisan el contenido de mensajes, el 42,2% a veces y 30,1% nunca revisan el contenido del mensaje antes de enviar a otras personas mediante las redes sociales.

Por el resultado obtenido en la muestra son la minoría de estudiantes quienes revisan el contenido de sus mensajes antes de ser enviados, lo que no genera en ellas la responsabilidad de usar correctamente la ortografía y menos de ser difusores de buenas normas de escritura en las redes sociales.

Pregunta 13)

¿Cuándo usted dialoga con amigos familiares, utiliza un lenguaje?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Común	67	80,7	80,7	80,7
	Especializado	9	10,8	10,8	91,6
	NSC	7	8,4	8,4	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

Tabla 16: Pregunta 13

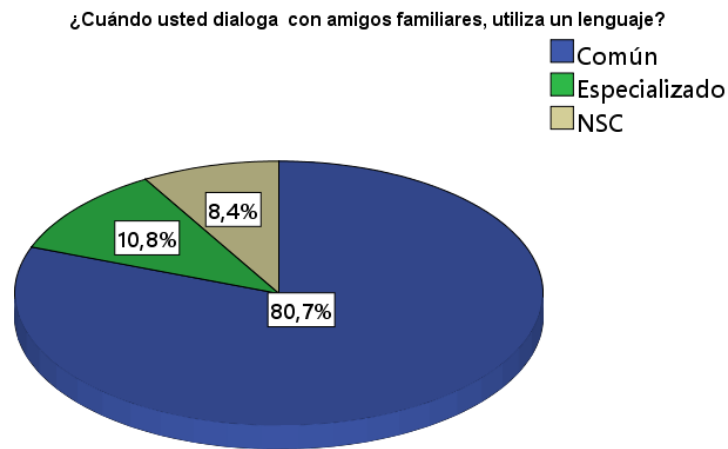


Gráfico 31: Pregunta 13

Investigador: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Análisis e Interpretación

De las 83 estudiantes encuestadas que constituyen el 100% de la muestra, el 80,7% utiliza un lenguaje común, el 10,8% utiliza un lenguaje especializado cuando dialogan con amigos o familiares.

Esto nos demuestra que la comunidad escolar prefiere desarrollarse con un lenguaje común o coloquial con sus amigos, maestro y familiares, dejando de lado el lenguaje especializado técnico.

Pregunta 14)

¿Usted utiliza letras mayúsculas y minúsculas en una misma palabra al momento de emitir un mensaje?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	7	8,4	8,4	8,4
	A veces	35	42,2	42,2	50,6
	Nunca	41	49,4	49,4	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

Tabla 17: Pregunta 14

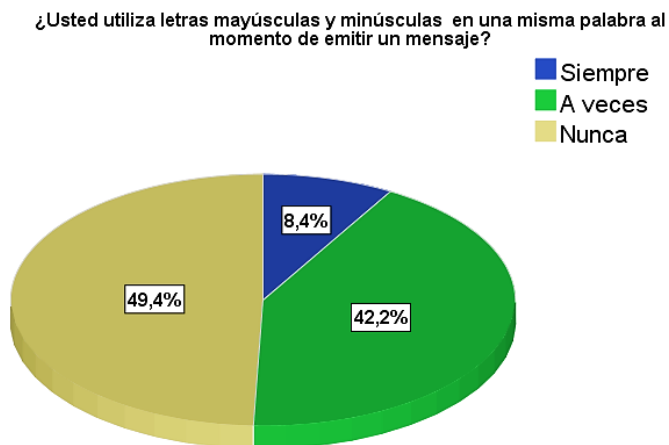


Gráfico 32: Pregunta 14

Investigador: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Análisis e Interpretación

De las 83 estudiantes encuestadas que constituyen el 100% de la muestra, 8,4% siempre utilizan letras mayúsculas y minúsculas en una misma palabra, el 42,2% a

veces y el 49,4% nunca utilizan letras mayúsculas y minúsculas en una misma palabra antes de emitir un mensaje.

Esto quiere decir que gran parte de las estudiantes son conscientes que se debe respetar el orden de las letras y aún más la estructura gramatical, para poder emitir un mensaje claro y conciso, pero aun así no lo hacen.

Pregunta 15)

¿Usted escribe a medias las palabras cuando envía un mensaje en las redes sociales?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	19	22,9	22,9	22,9
	A veces	40	48,2	48,2	71,1
	Nunca	24	28,9	28,9	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

Tabla 18: Pregunta 15

¿Usted escribe a medias las palabras cuando envía un mensaje en las redes sociales?

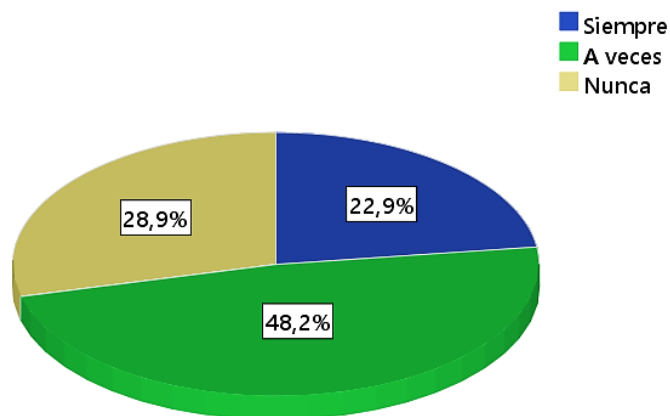


Gráfico 33: Pregunta 15

Investigador: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Análisis e Interpretación

De las 83 estudiantes encuestadas que constituyen el 100% de la muestra, el 22,9% siempre escriben a medias las palabras cuando envían mensaje en las redes sociales, el 48,2% a veces, mientras que el 28,9% nunca.

Esto demuestra que la escritura está siendo modificada sin que poco o nada les importa a las estudiantes, piensan que escribir de esa manera les demuestra originalidad, y provoca un uso inadecuado del lenguaje.

Pregunta 16)

¿Usted escribe como habla en las redes sociales?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	44	53,0	53,7	53,7
	A veces	28	33,7	34,1	87,8
	Nunca	10	12,0	12,2	100,0
	Total	82	98,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,2		
Total		83	100,0		

Tabla 19: Pregunta 16

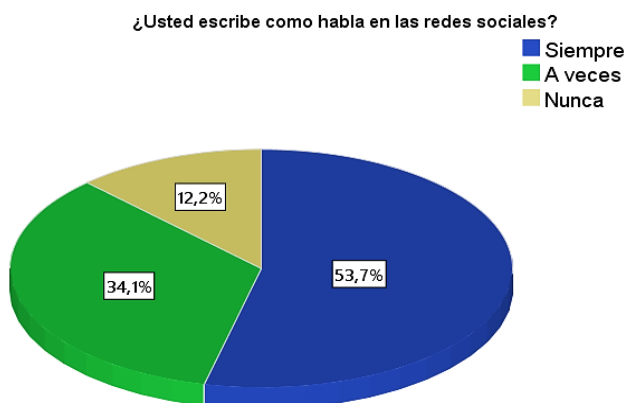


Gráfico 34: Pregunta 16

Investigador: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Análisis e Interpretación

De las 83 estudiantes encuestadas que constituyen el 100% de la muestra, el 53,7% siempre escriben como habla en las redes sociales a veces, nunca.

Por tal motivo se puede concluir que las estudiantes prefieren escribir tal cual como hablan, la misma que se conoce como escritura oralizada y en algunas ocasiones no es comprendida en su totalidad.

Pregunta 17)

¿Usted escribe con la ayuda del auto corrector para enviar un mensaje?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Siempre	54	65,1	65,1	65,1
	A veces	23	27,7	27,7	92,8
	Nunca	6	7,2	7,2	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

Tabla 20: Pregunta 17

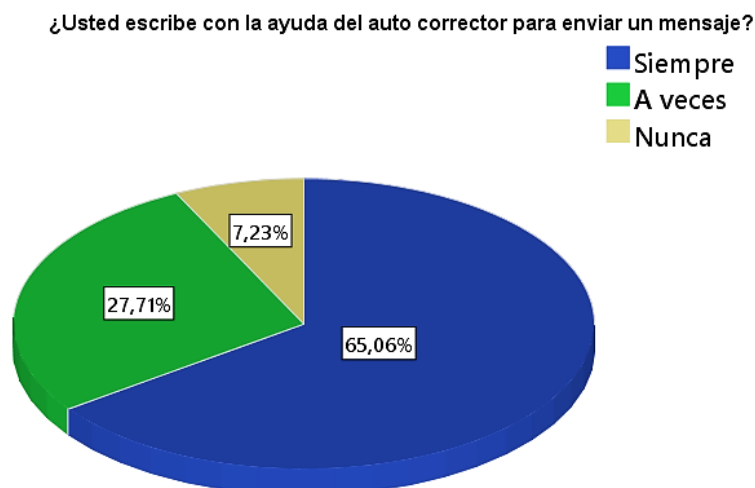


Gráfico 35: Pregunta 17

Investigador: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Análisis e Interpretación

De las 83 estudiantes encuestadas que constituyen el 100% de la muestra, el 65,1% siempre escriben con la ayuda del auto corrector para enviar un mensaje, el 27,7% a veces, mientras que 7,2% nunca.

De esta manera se puede manifestar que los resultados no son muy positivos para las estudiantes ya que ellas dependen de una aplicación que corrija sus errores para así poder escribir correctamente, dejando de lado la habilidad del lenguaje.

Pregunta 18)

Tabla 21: Pregunta 18		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Excelente	3	3,6	3,6	3,6
	Buena	54	65,1	65,1	68,7
	Mala	22	26,5	26,5	95,2
	Pésimo	4	4,8	4,8	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

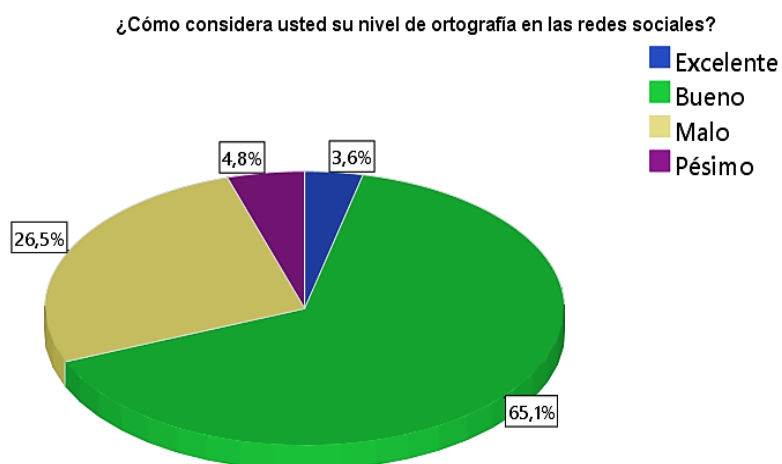


Gráfico 36: Pregunta 18

Investigador: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Análisis e Interpretación

De las 83 estudiantes encuestadas que constituyen el 100% de la muestra, el 3,6% es excelente, el 65,1% bueno, el 26,5% malo, el 4,8% pésimo el nivel de ortografía en las estudiantes.

A estos resultados se puede concluir que la mitad de estudiantes consideran que su nivel de ortografía es bueno sin embargo hay un número alto de estudiantes que asumen que su nivel de ortografías es bajo.

Pregunta 19)

¿Cómo considera usted la ortografía en las redes sociales?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Excelente	2	2,4	2,4	2,4
	Bueno	7	8,4	8,4	10,8
	Malo	66	79,5	79,5	90,4
	NSC	8	9,6	9,6	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

¿Cómo considera usted la ortografía en las redes sociales?

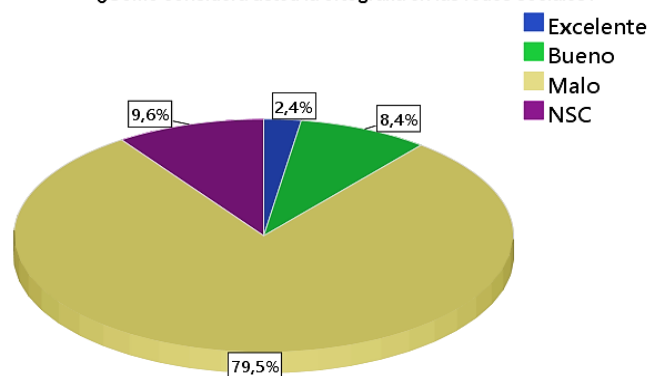


Tabla 22: Pregunta 19

Gráfico 37: Pregunta 19

Investigador: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Análisis e Interpretación

De las 83 estudiantes encuestadas que constituyen el 100% de la muestra, el 2,4% manifiesta que es excelente, el 8,4% bueno, el 79,5% que es malo el nivel de ortografía en las redes sociales.

A los resultados observados se puede concluir que el nivel de lenguaje en las redes sociales es malo, que no se respeta el uso correcto del lenguaje y mucho menos se cuida de la buena escritura que debería existir en todo espacio público.

Verificación de la hipótesis

H₀ = Hipótesis Nula

H₁ = Hipótesis Alternativa

H₁ = Los procesos de comunicación y el lenguaje son utilizados correctamente en las redes sociales por las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz.

H₀ = Los procesos de comunicación y el lenguaje no son utilizados correctamente en las redes sociales por las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz.

Variables

VI: Procesos de comunicación

VD: El lenguaje en las redes sociales en las estudiantes de la unidad Educativa Rodríguez Albornoz = Los procesos de comunicación y el lenguaje no son utilizados correctamente en las redes sociales por las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz.

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Usted utiliza letras mayúsculas y minúsculas en una misma palabra al momento de emitir un mensaje? * ¿Cómo considera usted su nivel de ortografía en las redes sociales?	83	100,0%	0	0,0%	83	100,0%

Tabla 23: Resumen del procesamiento de los casos

Fuente: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Tabla de contingencia ¿Usted utiliza letras mayúsculas y minúsculas en una misma palabra al momento de emitir un mensaje? * ¿Cómo considera usted su nivel de ortografía en las redes sociales?

Recuento

		¿Cómo considera usted su nivel de ortografía en las redes sociales?		
		Excelente	Bueno	Malo
¿Usted utiliza letras mayúsculas y minúsculas en una misma palabra al momento de emitir un mensaje?	Siempre	1	2	3
	A veces	1	23	11
	Nunca	1	29	8
Total		3	54	22

Tabla 24: Recuento

Fuente: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Tabla de contingencia ¿Usted utiliza letras mayúsculas y minúsculas en una misma palabra al momento de emitir un mensaje? * ¿Cómo considera usted su nivel de ortografía en las redes sociales?

Recuento

		¿Cómo considera usted su nivel de ortografía en las redes sociales?	Total
		Pésimo	
¿Usted utiliza letras mayúsculas y minúsculas en una misma palabra al momento de emitir un mensaje?	Siempre	1	7
	A veces	0	35
	Nunca	3	41
Total		4	83

Tabla 25: Recuento

Fuente: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,357 ^a	6	,154
Razón de verosimilitudes	9,916	6	,128
Asociación lineal por lineal	,317	1	,573
N de casos válidos	83		

Tabla 26: Pruebas de chi-cuadrado

Fuente: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

a. 8 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,25.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

- De los 83 estudiantes que se les aplicó las encuestas 55,4% indican que la red social que más utilizan es Facebook, seguida con 30,1%, mientras que el 84,34 % de las estudiantes aseguran que la aplicación de mensajería que más utilizan es WhatsApp, para intercambiar información, notificarse algo.
- Más de la mitad de las estudiantes aseguran que hacen uso de las redes sociales durante el día para dar a conocer sus actividades, compartir videos, publicar tareas, leer memes, conocer amigos, encontrar a otras personas o simplemente distraerse; es el medio de interacción entre compañeras y en ocasiones les se comunican con sus maestros para aclarar alguna situación de la clase o actividades.
- Los mensajes que son emitidos por las estudiantes mediante las aplicaciones de mensajería ya sea esta WhatsApp o Messeguer no utilizan con frecuencia los signos de puntuación, interrogación, exclamación ya que no consideran importantes. Se justifica también por la brevedad en la que debe ser contestado un texto y en muchos de los casos ya se da sobre entendido o simplemente no los ven necesarios.
- Los emoticones son las más utilizados por ser un gran apoyo y permiten ahorrar tiempo, expresar sus ideas, emociones de manera clara y sencilla, es así como el lenguaje emplea distintivos que solo se veía en el nacimiento de la escritura

- hace más de 35000 años atrás que fueron consideradas de igual manera artísticas y empleadas solo por los escribas. Algo que están común en el lenguaje de las estudiantes son las abreviaturas por tiempo y comodidad lo cual expone a la escritura a variaciones tanto correctas como erróneas, que pueden confundir o influir en el uso del lenguaje.
- El uso del lenguaje o las normas de escritura en las redes sociales no son tomadas en cuentas a pesar de que las estudiantes estén conscientes del daño que causa esto, ellas prefieren unirse al modismo, a la aventura de cibernauta como se lo considera en la actualidad; las variaciones lingüísticas están siendo adoptadas con brevedad muchas de ellas de manera equivocada o la vez coloquiales; el entorno y el tiempo juegan un papel tan importante en el cambio que dan los jóvenes en la escritura.

RECOMENDACIONES:

- ✓ Realizar una campaña donde se motive y fomente las buenas normas de la escritura en la red social por la razón que allí reflejamos nuestra manera de pensar.
- ✓ Incentivar a las estudiantes a que escriban de manera correcta y ordenada para desarrollar la habilidad lingüística sin la ayuda del auto corrector y utilizar los emoticones como un apoyo en del lenguaje escrito.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

TEMA

Realización de una campaña social “ESCRIBERED” para concientizar el buen uso del lenguaje en las redes sociales en las estudiantes de la Unidad educativa Rodríguez Albornoz de la ciudad de Ambato.

DATOS INFORMATIVOS

Área: Comunicación social

Institución ejecutora: Universidad Técnica de Ambato

Dirección: Ambato, Tungurahua, Ecuador

Responsable: Laura Alejandrina Valverde Olmedo

Beneficiarios: Estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz.

Ubicación: cantón Ambato, provincia Tungurahua

ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA LAS REDES SOCIALES ACTUALMENTE

Las redes sociales han roto los límites del costo, tiempo y distancia, poseen un conjunto de salas de chat y foros con una serie de aplicaciones las mismas que permiten que se realice el proceso de comunicación sea de forma directa o indirecta.

Actualmente las redes sociales son el principal instrumento de comunicación que utilizan las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz donde intercambian información, organizan y coordinan trabajos, comparten experiencias, expresan sus ideas y a su vez les facilitan la vida, sin embargo, se olvidan de los problemas implícitos que atraen como el crear un hábito de escritura errónea.

EL 55% de estudiantes usan Facebook y el 30% Instagram siendo las dos redes más utilizadas durante el día para dar a conocer sus ideas, intercambiar información entre otras actividades, mientras que el 84% de las alumnas indican que la aplicación de mensajería para emitir y receptar mensajes sean estos cortos o largos es el WhatsApp, de hecho, hoy en día estas son las herramientas con mayor influencia en las estudiantes, pero a su vez exponen al lenguaje a constantes variaciones.

Entre las variaciones o regularidades discursivas más comunes se encuentra: los signos de puntuación, interrogación, exclamación, la necesidad de abreviar las palabras por ahorro de tiempo y espacio, manejo inadecuado de letras minúsculas y mayúsculas en una misma palabra e incluso se halla oralidad escrita es decir que se escribe como se habla, y sin olvidar el cambio intencionado que tienen las palabras por parte de las escolares.

Otra realidad que se encuentra presente es la famosa herramienta del auto corrector como su nombre lo indica tiene la función de corregir y hacer de su usuaria cómoda a la hora de escribir, incapaz de generar una idea con sus propios conocimientos en lingüística y perder por completo la importancia de la palabra, así mismo se ve la aparición de los emoticones que hacen del mensaje corto y simple dejando de lado la praxis de escribir completa la idea.

Para finalizar propongo realizar una campaña la misma que permita concientizar a estudiantes y docentes al uso adecuado del lenguaje, trabajar en equipo para fomentar

el hábito de la buena escritura, sin la necesidad de depender de alguna herramienta, que sean ellas responsables de sus palabras que se identifiquen con lo que escriben.

JUSTIFICACIÓN

La elaboración de una campaña social en una institución educativa, permite orientar a cada miembro del establecimiento, creando conciencia y responsabilidad sobre alguna problemática, para producir un cambio positivo en esta.

Es un plan que implica una serie de actividades para alcanzar una meta determinada, tiene un impacto grande en las personas, puede llegar a través de uno de los medios más preponderantes y accesibles que existe hoy en día como es el internet; cual tiene un sinnúmero de sistemas de promoción como son: Campago, Blog, Pagina Web, YouTube entre otros, con la gran posibilidad de influir en nuestro público escolar además con costos muy bajos.

La campaña es una herramienta muy poderosa e importante que puede llegar a convencer a los destinatarios para que acepten o modifiquen determinadas ideas, actitudes o conductas sobre su vida; “La persuasión busca que hagan conciencia y la disuasión es pedirle al individuo que no realicen ciertas prácticas perjudiciales” (TORO1, 2010, pág. 171), hay que destacar que la parte medular es el mensaje, la misma que es capaz de permanecer en la mente de la audiencia y crear discusión y aprendizaje de ella.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar una campaña para crear conciencia acerca del buen uso del lenguaje en las redes sociales en las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albanarnos de la ciudad de Ambato.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar mensajes y comprometer al cambio de actitud en el buen uso del lenguaje en las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albanarnos de la ciudad de Ambato.
- Diseñar productos comunicacionales que sean atractivos para las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albanarnos de la ciudad de Ambato.
- Seleccionar los soportes adecuados para una comunicación integradora en el manejo de la campaña con las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albanarnos de la ciudad de Ambato.
- Consolidar y difundir la campaña que impulse el buen uso del lenguaje en las redes sociales en las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albanarnos de la ciudad de Ambato.

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Factibilidad Organizacional:

Trabajar en equipo dentro de un proyecto es aprovechar los recursos especializados para obtener una mayor eficiencia y coordinación en la meta propuesta, de la misma forma se pretende laborar con las autoridades de la Unidad educativa Rodríguez Albornos, uniendo fuerzas para alcanzar el objetivo de incentivar y crear buenas normas de escritura en las redes sociales, que en efecto es un proceso que nunca termina.

Factibilidad Operativa:

Incentivar al buen uso del lenguaje en las redes sociales con el apoyo de las autoridades es una ventaja extremadamente grande, es lograr una participación sostenida y comprometida en la campaña, la misma que tiene como propósito llegar a la conciencia de cada estudiante de modo que se reduzca a gran escala la pésima ortografía en las redes sociales y como beneficio generar una información coherente, concisa y sobre todo clara que refleje su identidad y el empoderamiento de la palabra como tal.

Factibilidad Socio-cultural:

Actualmente vivimos en una sociedad que la mayor atracción para interactuar con otras personas son las redes sociales, el lugar favorito de toda estudiante ya sea para intercambiar información, conocer lugares nuevos, estar al día con los temas de actualidad o simplemente por entretenimiento.

El uso de las redes sociales ha traído grandes ventajas aún más en la promoción de campañas, es uno de los canales con mayor afluencia.

Factibilidad Económica –financiero:

El siguiente cuadro se detalla los valores de los costos que se financiará con los recursos de la investigadora, permitiendo la factibilidad de la propuesta planteada dentro de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz.

RECURSOS MATERIALES				
DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Papel Bond 75 grs A4	3	Resma	\$ 4.70	\$14.10
Copias	620	Unidad	\$ 0,02	\$ 12,40
Impresiones	800	Unidad	\$ 0,05	\$ 40,00
Perfiles	4	Unidad	\$ 1,50	\$ 4,00
Anillados	4	Unidad	\$ 1,75	\$ 7,00
Cds	2	Unidad	\$ 5,00	\$10,00

Movilización	1	Unidad	\$ 0,30	\$ 36,00
Portátil (Compaq)	1	Unidad	\$ 850,00	\$850,00
Internet	480	Horas	\$ 0,80	\$ 384,00
Recargas telefónicas	3	Unida	\$ 1,00	\$3,00
Producción	240	Día	\$240	\$240,00
TOTAL				\$1,600.5

Tabla 27: Recursos Materiales

Fuente: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Factibilidad Técnica:

Los recursos detallados en el cuadro son los que se requieren para el desarrollo de la campaña, por tal razón la campaña es factible.

Numero	Recurso	Ejecutor a realizar
2	Lapto Compaq Mac apple	1
4	Programas	1
1	Software	1
Total		3

Tabla 28: Factibilidad Técnica

Fuente: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

Factibilidad legal:

De acuerdo a la Ley Orgánica de Comunicación tal cual lo publica en el tercer suplemento– Registro oficial N ° 22 (Órgano del Gobierno del Ecuador) la realización de la campaña tiene validez a través de los siguientes artículos:

Disposiciones preliminares y definiciones

Art.-1.-Objeto y ámbito. - esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger, y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

Art.-3.-Contenido Comunicacional. - para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Art.-4.- Contenidos personales en internet. - Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se comentan a través del internet.

Art.-5.-Medios de comunicación Social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que presentan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y video por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Art.-15.- Principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes. - los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia.

Art.-32.- Protección integral de las niñas, niños y adolescentes. - las niñas, niños, adolescentes tienen derecho a la expresión de sus ideas, pensamientos sentimientos y acciones desde sus propias formas y espacios en su lengua natal, discriminación ni estigmatización alguna.

Art.-32.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación. - todas las personas tiene derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potencializar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.

Art.-94.-Proteccion de derechos en publicidad y propaganda. - la publicidad y la propaganda respetarán los derechos garantizados por la Constitución y los tratados internacionales.

FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO- TÉCNICA

Los comunicadores estamos en el deber de buscar constantemente nuevas estrategias, diseñar mensajes y desarrollar formas atractivas para comunicar, las mismas que permitan colaborar en el tejido de una estructura social.

La campaña de comunicación de bien público o conocida como campaña social, es uno de los mejores aliados, está diseñada de forma de una estrategia de información integral que sirve para promover derechos actitudes y participación de las audiencias. Consiste en la coordinación de diferentes acciones, medios lenguajes, para transmitir un mensaje concreto audiencias definidas, durante un periodo determinado, con medios y presupuestos establecidos.

Para concluir una campaña social se relacionan con proyectos orientados al desarrollo de la sociedad y a los derechos se caracterizan por no ser fines de lucro, ser educativas y promover cambios de actitud.

MODELO OPERATIVO

Etapas	Objetivos	Actividades	Recursos	Responsable	Tiempo
Socialización	Informar a la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz sobre la iniciativa de desarrollar una campaña que tiene como fin el buen uso del lenguaje en las redes sociales, sustentado por los resultados que arrojan las encuestas que fueron aplicadas a las estudiante de la institución	Un Acercamiento previo con las autoridades de la institución con la intención de explicar el objetivo de la campaña y solicitar apoyo en el desarrollo de este proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> • Laptop COMPAQ • Materiales de oficina 	Investigadora Laura Valverde	1 semana
Planificación	Elaborar la propuesta de la campaña "" con el slogan "" considerando cada etapa y estrategia para la realización de la misma.	Diseñar los artes y las ideas publicitarias de la campaña en base a las etapas y estrategias.	<ul style="list-style-type: none"> • Laptop COMPAQ • Laptop Mac-Apple (diseño) • 	Investigadora Laura Valverde	4 semanas

			Materiales de oficina		
Ejecución	Lanzamiento de la campaña en la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz	<ul style="list-style-type: none"> ➤ semanas de capacitación con diferentes temáticas ➤ impresiones de material de apoyo (afiches, separadores) <p>Material publicitario</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Impresiones • Laptop COMPAQ • Proyector 	Investigadora Laura Valverde	6 semanas
Evaluación	Validar la propuesta mediante el lanzamiento de la campaña en la Unidad Educativa Rodríguez	Al finalizar cada capacitación responder interrogantes y acoger toda	<ul style="list-style-type: none"> • Materiales de oficina 	Investigadora Laura Valverde	2 semanas

	Albornos y la acogida de la misma y por parte de las estudiantes y docentes mediante sus opiniones generadas.	sugerencia que sea de benéfico de la campaña	<ul style="list-style-type: none"> Laptop COMPAQ 		
--	---	--	---	--	--

Tabla 29: Modelo Operativo

Fuente: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

La campaña social “Escribe Red” trata de incentivar a las adolescentes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz hacer un buen uso del lenguaje en las redes sociales para contribuir de manera productiva y responsable con las buenas normas de escritura y generar cambios positivos en las redes sociales al momento de emitir una idea.

La propuesta se llevará a cabo en tres fases durante el primer semestre del año electivo 2017-2018 todas las actividades se desarrollarán de manera ordenada. La acción principal que se utilizará son las charlas informativas que buscan concientizar a las escolares que se identifiquen con su información en las redes sociales impulsando ciudadanas con identidad y pensamiento crítico.

Para tener éxito en la campaña se requerirá de expertos en el tema, que facilitarán el proceso de comunicación e información con el apoyo de materiales que serán distribuidas durante cada fase e incluso podrán ser utilizados en todo el ciclo académico por los miembros de la unidad educativa.

Es prudente recordar que la campaña va dirigida completamente adolescentes precisamente por los resultados arrojados en la investigación que indican que el 70% hacen uso de las redes sociales, pero gran parte no tiene conocimiento de los errores que cometen y pierden sus identidades sin importar los problemas que puede causar a futuro.

Estrategias de la Campaña Social

- Dar a conocer la problemática incentivándoles hacer un buen uso del lenguaje en las redes sociales
- Cumplir con un periodo de duración de 120 días de la campaña.
- Generar buenas normas de escritura en las redes sociales de la ciudad y las aplicaciones de mensajería.

Objetivo general de la campaña

Realizar una campaña que concientice al buen uso del lenguaje en las redes sociales en las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz.

Objetivo específico de la campaña

- Impactar con la campaña a las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz para cambiar sus malos hábitos de escribir en las redes sociales.
- Persuadir a las estudiantes a que participen con la campaña y se identifiquen con esta problemática social.
- Trabajar conjuntamente con las autoridades del centro educativo durante la campaña.

Concepto creativo de la campaña

Nombre de la campaña: ESCRIBERED

Propuesta del slogan: Identifícate con lo que escribes

Diseño

Tono, Estilo y Atmosfera

El tono de la campaña es reflexivo, su estilo es divertido, se desenvuelve en un ambiente educativo la cual es muy positivo para fomentar la responsabilidad de escribir bien utilizando de manera adecuada las reglas gramaticales.

Colores

Tipo de letra

Tipo de publicidad

El tipo de campaña es educativa y la publicidad será local por la razón que está dirigido a un sector determinado.

PRIMERA FASE: Etapa de expectación:

Durante esta etapa se busca llamar la atención de las adolescentes, para aquello se utilizará afiches en las redes sociales como: Facebook, Instagram, página web de la

institución. En cada uno de estos medios se manejará un mensaje fuerte que despierte la curiosidad de cada miembro de la institución, esta etapa tendrá la duración de un mes.

Afiches:

Lo que se desea lograr con esta acción es atraer la atención visual de las escolares y crear expectativa digital con respecto a la campaña, esto se hará con la utilización de ilustraciones que se sientan identificadas.

Red social Facebook:

Según los resultados que arrojan las encuestas es el medio más utilizado por las estudiantes, es un lugar muy visual y divertido donde se puede intercambiar información acompañado de fotografías, publicar videos, buscar personas, contar historias cortas o largas y ni que hablar de la infinidad de aplicaciones que nos ofrece.

Banner de contenido en la página web de la institución

El objetivo de esta estrategia es ser un canal de información para las estudiantes de la institución, ya que esta contará con información que indique expectativa acerca del tema y que a la vez busca motivar atención en ellas.

Segunda Fase:

Una vez generada la expectativa en las estudiantes, a través de la primera fase, como paso siguiente es transmitir el mensaje con el objetivo de concientizar sobre el buen uso del lenguaje en las redes sociales, esta es la parte fundamental de toda la campaña es aquí donde se muestra todo lo que encierra la campaña, para lo mismo se realizarán talleres de sensibilización apoyados con materiales que documenten información puntual.

Capacitación:

Esta facilitará la información y concientizará a las estudiantes en el tema, habrá 6 charlas cada una con una duración de 45 a 60 minutos, disertando varios puntos desde cómo usar correctamente la ortografía, pasando por la estructura gramatical y terminando en pequeñas cápsulas para escribir conciso y coherente. Se desarrollará

en el coliseo de unidad educativa es un lugar amplio y muy acogedor, que permite crear un ambiente agradable y ameno entre las estudiantes y el capacitador.

Tercera Fase y última

Esta etapa es importante por la razón que busca brindar información a las adolescentes que fueron capacitadas acerca del buen uso del lenguaje, permitirá acudir al blog y al Fañare como fuente de consulta motivando a la responsabilidad de escribir bien y evitar errores garrafales al momento de emitir una idea empoderándoles así con la palabra.

Descripción de las ideas publicitarias

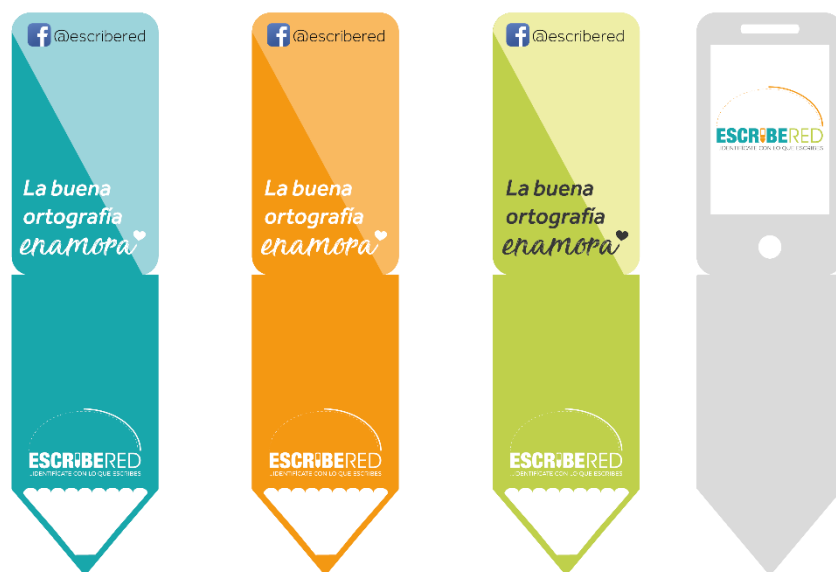
Logotipo y afiche

IDENTIFICADOR DE CAMPAÑA _____



Gráfico 38: Logotipo

SEPARADORES



Afiche

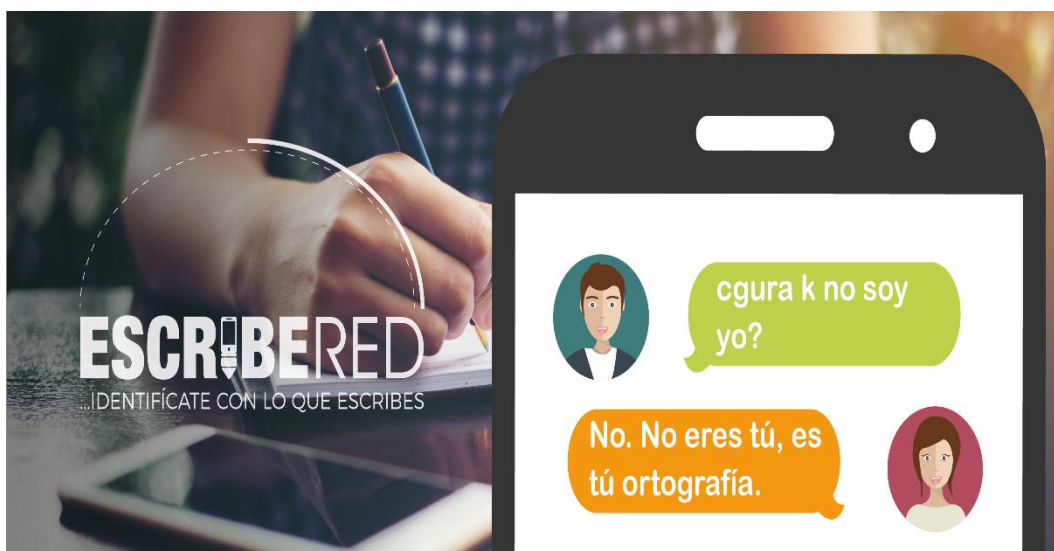


Gráfico 39: Afiche



Camisetas

CAMISETAS



Gráfico 40: Camisetas

Evaluación y Control

En la etapa de la evaluación se realizará encuestas y se escuchará la opinión de las personas con relación al tema y de allí se partirá para verificar si se han cumplido con los objetivos propuestos en un inicio.

	Tamaño del material	Costo unitario	Cantidad	Precio total
Afiche	40x40	2.20	5	13.20
Separadores	10x25cm papel matizado	0.80	800	6.40
Camisetas	Unidad	2.50	400	1,000
Total				1,019.6

Tabla 30: Evaluación y Control

Fuente: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN Preguntas Básicas	Explicación
¿Qué Evaluar?	La campaña “ESCRIBERED” que se llevará a cabo en la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz de la ciudad de Ambato.
¿Por qué Evaluar?	Por qué es necesario determinar el alcance y la captación de la campaña en la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz de la ciudad de Ambato.
¿Para qué Evaluar?	Para llevar a cabo un análisis exhaustivo de la función de la campaña en la comunidad.
¿Con qué Criterios Evaluar?	Validez, confiabilidad, practicidad, el acceso y utilidad de la página web.
¿Con que Indicadores?	Cuantitativos: cuantas estudiantes usan el lenguaje de manera adecuada en la institución. Cualitativos: Interés por usar de manera adecuada el lenguaje en las redes sociales.
¿Quién Evalúa?	El autor de la Investigación objeto de estudio.
¿Cuándo Evaluar?	
¿Cómo Evaluar?	A través de entrevistas.
¿Fuentes de Información?	Unidad Educativa Rodríguez Albornoz.

Tabla 31: Previsión de la Evaluación

Fuente: Laura Valverde

Elaboración: Laura Valverde

BIBLIOGRAFÍA

1. Aguado Terron, J. M. (2007). Bloque III Modelos, Modelos básicos para el estudio de la comunicacion colectiva. En J. M. Aguado, Introducción a las Teorías de la Información y la Comunicación. Murcia .
2. Alonso, M. M., & Saladrigas, H. (2006). Conceptos y modelos en el estudio de la comunicación. En Teoría de la Comunicación "Una introduccion a su estudio". Habana- Cuba: Pablo de la Torriente.
3. Alsina, M. R. (2014). Modelos de la comunicación. Recuperado el Junio de 2017, de Portal comunicacion.com- Lecciones del Portal.
4. Berlanga, I., & Martínez, E. (2010). Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnoñogía y conocimiento. , 3-10.
5. Berlo, D. K. (1984). EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN, introducción a la teoría y a la práctica. Librería "EL ATENEO" .
6. Cabrera, M. S. (20 de Agosto de 2015). ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LA RED SOCIAL FACEBOOK EN LA APLICACIÓN CORRECTA DE LA ORTOGRAFÍA EN LA ESCRITURA ENTRE LOS ADOLESCENTES DEL COLEGIO NACIONAL FRANCISCO DE ORELLANA DEL CANTÓN GUAYAQUIL. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
7. Castells, M. (2001). La Galaxia Internet. Madrid, ARETÉ, España.
8. Daniel, T. P. (06 de Agosto de 2015). EL USO DE LAS REDES SOCIALES Y SU AFECTACIÓN EN LA ORTOGRAFIA DE LOS Y LAS ESTUDIANTES DE OCTAVO, NOVENO Y DÉCIMO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA DE LA UNIDAD EDUCATIVA CASAHUALA, DE LA PARROQUIA QUISAPINCHA DEL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA. Ambato, Tungurahua, Ecuador: UTA.
9. Galeano, E. C. (1997). Modelos de comunicación. Modelos de comunicación. Argentina.
10. Galeano, E. C. (1997). Modelos de Comunicación. Buenos Aires- Bogota- Caracas- México,DF: Ediciones Machi.

11. García Avilés, J. A. (2015). COMUNICAR EN LA SOCIEDAD RED: Teorías, Modelos y Prácticas. Barcelona: UOC.
12. García, M. R. (Abril de 2007). Interacción y comunicación en entornos educativos: Reflexiones teóricas, conceptuales y metodológicas. Revista da Associação Nacional dos.
13. Gonzáles, L. R. (18 de Junio de 2015). La apropiación del Ciberlenguaje en Jóvenes y Adultos. Aguascalientes, México.
14. Gracia, M. R. (207). Interacción y comunicación en entornos educativos: Reflexiones teóricas, conceptuales y metodológicas. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 16.
15. Lazar, J. (1996). ¿QUÉ SÉ? LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN. México : Ediciones.Cruz. O.
16. Maletzke, G. (1992). Psicología de la Comunicación Social. Quito, Ecuador : Quipus.
17. Manpower. (2009). El Impacto De Las Redes Sociales De Internet En El Mundo De Trabajo. México: Manpower México.
18. Maria Trinidad, B. (2008). Tipología Y Análisis de la Comunicación Social. Barcelona: Universitat De Barcelona.
19. Marín, A. L. (2006). Las TICs: cambios en el modelo de la comunicación. Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Facultad de Ciencias Sociales, Lomas de Zamora .
20. Mayorga, J. E. (04 de Febrero de 2016). EL USO DE LAS REDES SOCIALES ONLINE Y LA DECODIFICACIÓN DE MENSAJES EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO. Ambato, Tungurahua, Ecuador.
21. McQuail, D. (1994). Introducción A La Teoria De La Comunicación De Masas. Barcelona: Paidós Iberica.
22. Omar Álvarez, V., Dellarossa, R., Gaete, D., & Reyes, O. (2005). Comportamiento Organizacional: Comunicación. Universidad de Concepción, Departamento de Ingeniería Matálurgica .
23. Piñuel , J. L., Serrano, M. M., Sanz, J. G., & Arias. (1982). TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN I Epistemología y Análisis de la Referencia (2 edición,

revisada y ampliada ed., Vol. VIII DE CAUDERNOS DE LACOMUNICACIÓN). Madrid.

24. Ponce, J. P. (18 de Febrero de 2017). Formacion Gerencial Blog. Obtenido de Ranking redes sociales, Sitios Web y Aplicaciones Móviles Ecuador 2017.: <http://blog.formaciongerencial.com/ranking-redes-sociales-sitios-web-aplicaciones-moviles-ecuador-2017/>
25. Sánchez Zuluaga , U., Botero Montoya , L., & Giraldo Dávila , A. (2012). Modelos de Comunicación Digital . Bogota: Leonardo David López Escobar, Universidad de Medellin.
26. SATZ, L. M. (Enero 2009). Manual de Comunicación.
27. TORO1, J. A. (2010). Comunicación estratégica para campañas. Comunicación estratégica para campañas. Medellin-Colombia: Universidad Pontificia Bolivariana - Colombia.

ANEXOS



ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

OBJETIVO: Recolectar información sobre el proceso de comunicación y el uso del lenguaje en las redes sociales de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz.

1. Sexo del encuestado/(a)

Masculine Feminine

2. ¿Cuál es la red social que más utiliza?

Facebook Twitter Instagram Otro

3. ¿Qué aplicación de mensajería es la que más utiliza usted?

WhatsApp Messeguer SMS Otro

4. ¿Cuánto tiempo al día le dedica usted a las redes sociales?

30 minutes 1 hora 3horas Todo el día

5. ¿Usted se relaciona con sus compañeras de clase a través de las redes sociales?

Siempre A veces Nunca

6. ¿Usted interactúa con sus maestros a través de las redes sociales?

Siempre A veces Nunca

7. ¿Usted intercambia información por medio de las redes sociales para realizar trabajos grupales?

Siempre A veces Nunca

8. ¿Usted utiliza signos de puntuación, interrogación y exclamación cuando envía mensajes a otras personas?

Siempre A veces Nunca

9. ¿Usted utiliza emoticones para expresarse?

Siempre A veces Nunca

¿Por qué?.....

10. ¿Cuán a menudo usted usa abreviaturas al momento de enviar un mensaje?

Siempre A veces Nunca

11. ¿Por qué usa usted abreviaturas?

Comodidad Tiempo Espacio

12. ¿Usted revisa el contenido de los mensajes antes de enviar a otras personas mediante las redes sociales?

Siempre A veces Nunca

13. ¿Cuándo usted dialoga con amigos, familiares utiliza un lenguaje?

Común Especializado NSC

14. ¿Usted utiliza letras mayúsculas y minúsculas en una misma palabra al momento de emitir un mensaje?

Siempre A veces Nunca

15. ¿Usted escribe a medias las palabras cuando envía un mensaje en las redes sociales?

Siempre A veces Nunca

16. ¿Usted escribe como habla en las redes sociales?

Siempre A veces Nunca

17. ¿Usted escribe con la ayuda del auto corrector para enviar un mensaje?

Siempre A veces Nunca

18. ¿Cómo considera usted su nivel de ortografía en las redes sociales?

Excelente Bueno Malo Pésimo

¿Por qué?.....

19. ¿Cómo califica usted la ortografía en las redes Sociales?

Excelente Bueno Malo NSC

Gracias por su colaboración

PAPER

PROCESOS DE COMUNICACIÓN ESTUDIANTIL Y EL LENGUAJE EN LAS REDES SOCIALES DE LAS ESTUDIANTES DE LA UNIDAD EDUCATIVA RODRIGUEZ ALBORNOS.

Autora: Laura Alejandrina Valverde Olmedo

Institución: Universidad Técnica de Ambato

Palabras Claves: Comunicación, Proceso de Comunicación, Redes Sociales, Lenguaje Escrito, Campaña Social.

La escritura siempre ha sido considerada un arte, si nos trasladamos a la época paleolítica quienes usaban eran los escribas con el fin de registrar, contabilizar, realizar documentos y conectarse con otras personas a largas distancia mediante las famosas carta o escritos, es así como comprobamos que el uso del lenguaje escrito siempre existió y perdurará en nuestros tiempos. En la actualidad el lenguaje escrito está inmerso con la tecnología y el proceso de la comunicación indistintamente cual sea su intencionalidad, sin embargo el uso de este en los espacios virtuales como son las redes sociales que han traído como resultado variaciones lingüísticas muy graves que en la mayoría de ocasiones se utilizan de manera errónea, otras son apoyadas por emoticones, abreviaturas, o el famoso auto corrector que tiene la función de facilitar la comunicación sin tomar en cuenta sus normas. El proceso de la comunicación en este caso con modelos digitales nos permite tener una visión amplia y el cambio que produce en ellos en un inicio se analizaba el proceso comunicación tradicional, ahora existe es una evolución y un análisis muy profundo que va desde el comportamiento social, cultural, creencia que se desarrollan ya desde un entorno virtual. El presente trabajo de investigación se realizó desde un enfoque investigativo cualitativo y cuantitativo en relación con las variables utilizadas, la misma que fue verificada con una investigación de campo mediante el uso de encuestas a la muestra seleccionada

que son la estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz (UERA) de la ciudad de Ambato, las mismas que permitió analizar cuáles eran los espacios que más se utilizaban para comunicarse y el problema que presenta el uso inadecuado del lenguaje dentro de estas. Se realizó un cuestionario que contenía preguntas claras y precisas, cuyos resultados justifican la propuesta desarrollada que permitirá crear conciencia en las estudiantes mediante una campaña a social que se denomina “Escribe Red”.

ABSTRAC

Writing has always been considered an art, if we move to the Paleolithic era those who used it were the scribes in order to record, count, make documents and connect with other people at long distance through the famous letter or written, that is how we verify that the use of written language always existed and will last in our times. Nowadays the written language is immersed with technology and the process of communication regardless of their intentionality, however the use of this in virtual spaces such as social networks have resulted in very serious linguistic variations that in most of occasions they are used in a wrong way, other ones are supported by emoticons, abbreviations, or the famous self-corrector that has the function of facilitating communication without considering its norms. The process of communication in this case with digital models allows us to have a broad vision, and the change it produces in them. In the beginning, the traditional communication process was analyzed, now there is an evolution and a very deep analysis that goes from the social, cultural behavior, beliefs that are already developed from a virtual environment. The present investigation work was done from a qualitative and quantitative research approach in relation to the variables used, which was verified with a field investigation through the use of surveys to the selected sample that are the students of the Rodriguez Alborz Educational Unit (UERA) of Ambato city, which allowed us to analyze which were the most used spaces to communicate and the problem presented by the inappropriate use of language inside them. A questionnaire was done that contained clear and precise questions, whose results justify the developed proposal that will create awareness in the students through a social campaign called "Write Network".

KEY WORDS: Communication, Communication Process, Social Networks, Written Language, Social Campaign.

Introducción:

Los procesos de la comunicación dentro del ámbito estudiantil se han convertido en piezas claves para el desarrollo del estudiante y un gran apoyo para los docentes dentro de las instituciones educativas, las mismas que han llegado complementarse de mejor manera con el avance de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y con la prestación de sus herramientas (Blog, chat). (Aguado Terron, 2007)

Sin embargo vivimos en una sociedad en donde nuestro lenguaje ha tenido cambios drásticos al momento de ser empleado en el proceso de la comunicación gracias al uso de las herramientas y aplicaciones que nos ofrece la tecnología; si regresamos 3500 años atrás veremos que las primeras manifestaciones humanas fueron a través de pinturas las mismas que eran relacionadas con el aspecto de su vida; en la actualidad de igual manera utilizamos el lenguaje con la intención ya sea de informar, persuadir, guiar o expresar nuestras emociones.

Algo que debemos dejar en claro es que el término de red social no se adopta recién, es una expresión que existe desde mucho antes de conocer a las TIC como tal, según el documento impacto de las redes sociales en el internet terminan: “desde nuestro nacimiento, vivimos y actuamos a través de redes sociales (entendidas como la relación social entre dos o más personas). Las redes están presentes en nuestra vida cotidiana de distintas maneras; por ejemplo cuando nos transportamos de un lugar al otro (red de comunicaciones) e incluso al pensar (dado que requerimos una de conexiones neuronales)” (Manpower, 2009).

Hablar de redes sociales en procesos de comunicación estudiantil para la orientación académica, significa formar parte activa del lenguaje y al mundo que rodea a los estudiantes, según la fundación Atenas “tres de cada diez escolares están conectados al internet mientras estudian, un 80% participa en redes sociales, un 90% tiene el móvil encendido cuando están con los quehaceres de la escuela” (Ponce, 2017).

Con la llegada del Internet y el uso frecuente de las redes sociales en la vida cotidiana, también se ha visto afectado el lenguaje, debido a las constantes variaciones que la sociedad manifiesta, lo cual es notable en mayor porcentaje en estudiantes de primaria, secundaria y sobre todo en jóvenes universitarios, por eso la real Academia de la Lengua Española (RAE) y otras organizaciones del lenguaje, nos explican la manera actual y errónea que usan las letras b, v, s, c, z, mayúsculas, minúsculas, eliminación de vocales, incluso se halla la “oralidad escrita” y la “escritura oral izada” es decir que se escribe como se habla o se habla como se escribe, también se encuentran los cambios intencionales de las palabras heterotrofias, también ha surgido la necesidad de abreviar las palabras por ahorro de tiempo y espacio como en twitter; cp. (porque) qm. (te quiero mucho), re (retirar), Oxxo (besos y abrazos), además entramos a los emoticono cuyo objetivo es hacer el mensaje más expresivo” hoy a los emoticones se los conoce como lenguaje virtual, que busca expresar emociones, gestos y sensaciones.

En nuestra provincia la red social más común es Facebook, se utiliza para estar en contacto con compañeros de clase, conocidos, amigos que no se ve hace mucho tiempo, o simplemente para entretenerse o informase de lo que sucede a su alrededor, y entre las aplicaciones más utilizadas de mensajería está el WhatsApp donde nos permite compartir, fotos, imágenes, videos, audios en incluso se puede realizar videoconferencias, lo que hace de la comunicación activa y que exista retroalimentación.

En la unidad Educativa Rodríguez Albornoz según manifiesta Sor María José Viteri docente y coordinador del departamento de Pastoral de la institución el 75% de las estudiantes hacen uso de las redes sociales para comunicarse con sus compañeras de clase y amigas, es el medio más común para ponerse de acuerdo con lo que respecta a tareas y trabajos escolares.

Una dificultad que nunca pasará de moda y siempre estará presente dentro de las aulas, es el desinterés personal de las señoritas estudiantes al no tener un buen uso del lenguaje en las redes sociales y en la mayoría de las aplicaciones de mensajería; todos los días se observa el uso inadecuado de las normas de la escritura las mismas que conllevan a problemas de fondo como son: el formar ideas de manera ordenada, coherente y sin faltas de ortografía.

Por último, la utilización de los procesos de comunicación en pocas asignaturas por parte de los maestros hace de su clase monótona, fría; las clases deben ser interesantes, reales y que llamen la atención, pero estamos ante el caso de un estudiantado que parecen grabadoras sin pensamiento crítico, porque no se dan el interés de conocer más allá, no analizan ni debaten y peor aún desarrollan su propia información.

De no dar atención al presente problema en la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz, tendremos como consecuencia estudiante que usen el lenguaje de una manera errónea en las redes sociales, sus mensajes no tengan coherencia, ni precisión, y aun más que la brecha entre maestro y estudiante cada vez sea más grande por el hecho de no determinar la importancia y ventajas que tiene el proceso de comunicación estudiantil dentro del aula.

El presente proyecto de investigación es importante, porque permitirá encaminar a las estudiantes al buen uso del lenguaje en las redes sociales como medio de interacción y complementar sus habilidades con los procesos de comunicación dentro y fuera de las aulas, ellas deben ser capaces de escribir de manera clara y concisa, sin faltas ortográficas y haciendo buen uso de los signos lingüísticos, tomando en cuenta que este será su carta de presentación ante la sociedad, sin olvidar que también puede convertirse en un referente para la realización de futuras investigaciones.

“El entorno social en el que se ven vinculados los adolescentes, juega un papel importante en su desarrollo profesional, algo relevante es que si las personas no tienen hábitos de lectura no tendrán buenos resultados en su ortografía” (Cabrera, 2015).

“La apropiación del ciberlenguaje en jóvenes y adultos concluye que: “Es evidente que el lenguaje de las recientes tecnologías de la información y comunicación han contribuido en gran medida para que los usuarios creen sus propios códigos lingüísticos, intentando combinar matices del lenguaje hablado y el lenguaje escrito, creando de esta forma su propia forma de comunicación” (González, 2015).

De esta forma es como emerge el término ciberlenguaje precisamente como un medio de comunicación escrito en los que los usuarios buscan reemplazar la

ausencia física que existe, para intentar escribir como si se tratara de una conversación cara a cara, a fin de representar las emociones, los gestos, el tono de voz y otras formas similares de interacción, es decir se crea un lenguaje icónico y audiovisual que transforman la escritura audiovisual.

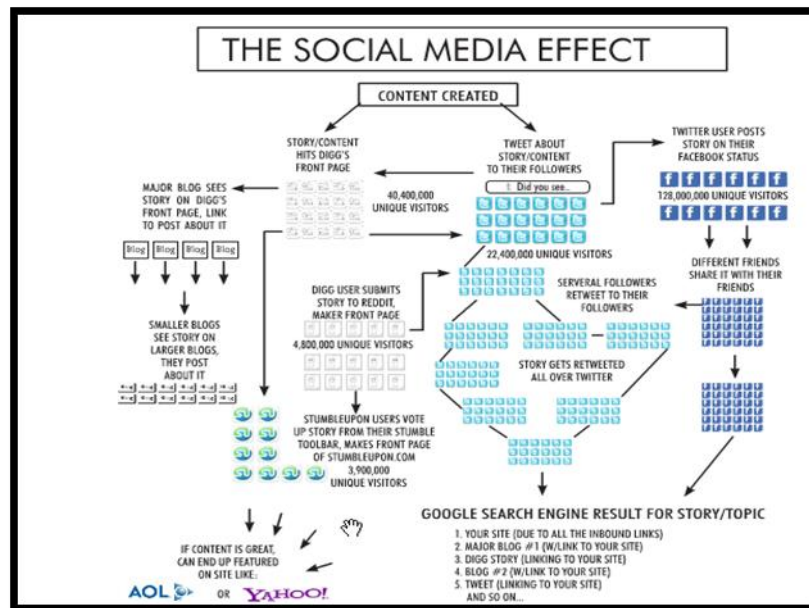
“La jerga utilizada en la red por estos usuarios no son especializados en ciberlenguaje, es decir el lenguaje de géneros como el chat y los mensajes enviados por teléfono móvil, que se caracteriza por recurrir a las abreviaturas de modo poco canónico por emplear los emoticones o smiles (sonrisas) para expresar sentimiento y emociones que confieren sensibilidad al mensaje” (Berlanga & Martínez, 2010).

Los jóvenes manifiestan su peculiar visión del mundo se identifican como miembros de un grupo, los rasgos más caracterizados de esta jerga juvenil se aprecian en el plano léxico- semántico: neologismo, expresiones que indican vaguedad, comodines tópicos o frases hechas, palabras sin concluir, entre otros. Abundan las digresiones, los cambios de tema, las repeticiones y las redundancias debido a que la información no se estructura con antelación.

En este punto de la investigación es pertinente decir que existen modelos de comunicación digitales eso quiere decir que la comunicación también va evolucionando, “La influencia de la virtualidad en la comunicación cara a cara evidencia la transformación comunicativa de los seres humanos: los hábitos sus usos, las herramientas, los canales, los espacios y las prácticas son elementos de la comunicación se han valido de estos cambios constantes en las tendencias y en las prácticas para construir nuevos enfoque que permitan ahondar en el campo de estudio de la comunicación como fenómenos sociales” (Sánchez Zuluaga , Botero Montoya , & Giraldo Dávila , 2012, pág. 20).

“La influencia de la virtualidad en la comunicación cara a cara evidencia la transformación comunicativa de los seres humanos: los hábitos sus usos, las herramientas, los canales, los espacios y las prácticas son elementos de la comunicación se han valido de estos cambios constantes en las tendencias y en las prácticas para construir nuevos enfoque que permitan ahondar en el campo de estudio de la comunicación como fenómenos sociales” (Sánchez Zuluaga , Botero Montoya , & Giraldo Dávila , 2012, pág. 20).

Las redes sociales son la representación y modelación de la realidad que suplantando y superando actualmente el nuevo espacio de interacción, es la sociedad de información, van desde la comunicación tradicional a la comunicación de web entendida como la capacidad del receptor para tomar decisiones y regular el flujo de la información y dependerá de la estructura de la información que brinde el medio.



Fuente (Aguado Terron, 2007, pág. 215).

Este modelo se conoce con el concepto de presumido la misma que se deriva de dos elementos: el desarrollo de la tecnología se ha ubicado en el sujeto como el individuo principal que consume esta tecnología; se encuentra en un ambiente de ecologías culturales procedentes la nueva ecología cultural fenómeno de la globalización en lo cual los dispositivos interfaces digitales posibilitan.

Una de las características es colaborativa la misma que presenta una comunicación recurrente, aquí el usuario tiene un extenso repertorio de recursos de multimedia para poder emprender las acciones comunicativas como expresar sentimientos, difundir información, gestionar información, compartir

conocimientos, a través de dispositivos e interfaces digitales móviles o estacionarias de vinculación comunitaria.

La sociedad en red es el conjunto de interacciones entre actores individuales, bien sea sujetos u organizaciones que actúan en un escenario común, el objetivo principal de este modelo es el de analizar la fusión de la adhesión de enlace y fronteras como nos mencionan en el libro Modelos De Comunicación Digital “el envío de materiales digitales de interés a través de la web posibilita al acceso rápido y fácil y exige una decodificación e interpretación según el contexto social, cultural, político, histórico que dota de un mensaje de un nuevo significado según la interpretación dada por el usuario” (Sánchez Zuluaga , Botero Montoya , & Giraldo Dávila , 2012, pág. 108)002E

METODOLOGÍA:

La investigación tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo, los dos son de suma importancia al momento de desarrollar la investigación. Cuantitativo porque se utiliza la recolección, la medición de parámetro, la obtención de frecuencias y estadígrafos de las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz de la ciudad de Ambato que investiga para llegar a probar la hipótesis establecida previamente. Cualitativo ya que es un proceso dinámico lo cual permite interpretar los procesos de comunicación que inciden en el lenguaje en las redes sociales por medio de una observación naturalista dando énfasis al todo dentro de un marco holístico.

Para desarrollar adecuadamente la investigación se utilizara las siguientes modalidades: Campo se lleva a cabo en la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz, lugar donde ocurren los hechos, se observa de cerca la realidad de las estudiantes en lo que respecta al uso del lenguaje en las redes sociales, nos brinda la oportunidad de aplicar encuestas y obtener resultados reales sobre el objeto de estudio; Bibliográfica- Documental proceso que permite recolectar, clasificar, evaluar y analizar el contenido del material sea este; físico, impreso, gráfico o virtual lo que es sustancial para la fuente teórica y conceptual para

generar más conocimiento a partir de lo investigado, es decir que ocupa un lugar importante porque garantiza la calidad de los fundamentos teóricos de investigación con datos estadísticos e históricos para estudiar las causas, consecuencias y posibles soluciones.

RESULTADOS:

- De los 83 estudiantes que se les aplicó las encuestas 55,4% indican que la red social que más utilizan es Facebook, seguida con 30,1%, mientras que el 84,34 % de las estudiantes aseguran que la aplicación de mensajería que más utilizan es WhatsApp, para intercambiar información, notificarse algo.
- Más de la mitad de las estudiantes aseguran que hacen uso de las redes sociales durante el día para dar a conocer sus actividades, compartir videos, publicar tareas, leer memes, conocer amigos, encontrar a otras personas o simplemente distraerse; es el medio de interacción entre compañeras y en ocasiones les se comunican con sus maestros para aclarar alguna situación de la clase o actividades.

Los mensajes que son emitidos por las estudiantes mediante las aplicaciones de mensajería ya sea esta WhatsApp o Messeguer no utilizan con frecuencia los signos de puntuación, interrogación, exclamación ya que no consideran importantes. Se justifica también por la brevedad en la que debe ser contestado un texto y en muchos de los casos ya se da sobre entendido o simplemente no los ven necesarios.

Los emoticones son las más utilizados por ser un gran apoyo y permiten ahorrar tiempo, expresar sus ideas, emociones de manera clara y sencilla, es así como el lenguaje emplea distintivos que solo se veía en el

nacimiento de la escritura hace más de 35000 años atrás que fueron consideradas de igual manera artísticas y empleadas solo por los escribas. Algo que están común en el lenguaje de las estudiantes son las abreviaturas por tiempo y comodidad lo cual expone a la escritura a variaciones tanto correctas como erróneas, que pueden confundir o influir en el uso del lenguaje.

El uso del lenguaje o las normas de escritura en las redes sociales no son tomadas en cuentas a pesar de que las estudiantes estén conscientes del daño que causa esto, ellas prefieren unirse al modismo, a la aventura de cibernauta como se lo considera en la actualidad; las variaciones lingüísticas están siendo adoptadas con brevedad muchas de ellas de manera equivocada o la vez coloquiales; el entorno y el tiempo juegan un papel tan importante en el cambio que dan los jóvenes en la escritura.

DISCUSIÓN

Las redes sociales han roto los límites del costo, tiempo y distancia, poseen un conjunto de salas de chat y foros con una serie de aplicaciones las mismas que permiten que se realice el proceso de comunicación sea de forma directa o indirecta con las diferentes intencionalidades que tiene la comunicación en sí.

Actualmente las redes sociales son el principal instrumento de comunicación que utilizan las estudiantes de la Unidad Educativa Rodríguez Albornoz donde intercambian información, organizan y coordinan trabajos, comparten experiencias, expresan sus ideas y a su vez les facilitan la vida, sin embargo, se olvidan de los problemas implícitos que atraen como el crear un hábito de escritura errónea.

Entre las variaciones o regularidades discursivas más comunes se encuentra: los signos de puntuación, interrogación, exclamación, la necesidad de abreviar las palabras por ahorro de tiempo y espacio, manejo inadecuado de letras minúsculas y mayúsculas en una misma palabra e incluso se halla oralidad escrita es decir

que se escribe como se habla, y sin olvidar el cambio intencionado que tienen las palabras por parte de las escolares.

Para finalizar propongo realizar una campaña la misma que permita concientizar a estudiantes y docentes al uso adecuado del lenguaje, trabajar en equipo para fomentar el hábito de la buena escritura, sin la necesidad de depender de alguna herramienta, que sean ellas responsables de sus palabras que se identifiquen con lo que escriben.

BIBLIOGRAFÍA

1. Aguado Terron, J. M. (2007). Bloque III Modelos, Modelos básicos para el estudio de la comunicación colectiva. En J. M. Aguado, Introducción a las Teorías de la Información y la Comunicación. Murcia .
2. Alonso, M. M., & Saladrigas, H. (2006). Conceptos y modelos en el estudio de la comunicación. En Teoría de la Comunicación "Una introducción a su estudio". Habana- Cuba: Pablo de la Torriente.
3. Alsina, M. R. (2014). Modelos de la comunicación. Recuperado el Junio de 2017, de Portal comunicación.com- Lecciones del Portal.
4. Berlanga, I., & Martínez, E. (2010). Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y conocimiento. , 3-10.
5. Berlo, D. K. (1984). EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN, introducción a la teoría y a la práctica. Librería "EL ATENEO" .
6. Cabrera, M. S. (20 de Agosto de 2015). ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LA RED SOCIAL FACEBOOK EN LA APLICACIÓN CORRECTA DE LA ORTOGRAFÍA EN LA ESCRITURA ENTRE LOS ADOLESCENTES DEL COLEGIO NACIONAL FRANCISCO DE ORELLANA DEL CANTÓN GUAYAQUIL. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
7. Castells, M. (2001). La Galaxia Internet. Madrid, Areté, España.

8. Daniel, T. P. (06 de Agosto de 2015). EL USO DE LAS REDES SOCIALES Y SU AFECTACIÓN EN LA ORTOGRAFIA DE LOS Y LAS ESTUDIANTES DE OCTAVO, NOVENO Y DÉCIMO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA DE LA UNIDAD EDUCATIVA CASAHUALA, DE LA PARROQUIA QUISAPINCHA DEL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA. Ambato, Tungurahua, Ecuador: UTA.
9. Galeano, E. C. (1997). Modelos de comunicación. Modelos de comunicación. Argentina.
10. Galeano, E. C. (1997). Modelos de Comunicación. Buenos Aires- Bogota- Caracas- México,DF: Ediciones Machi.
11. García Avilés, J. A. (20015). COMUNICAR EN LA SOCIEDAD RED: Teorías, Modelos y Prácticas. Barcelona: UOC.
12. García, M. R. (Abril de 2007). Interacción y comunicación en entornos educativos: Reflexiones teóricas, conceptuales y metodológicas. Revista da Associação Nacional dos.
13. Gonzáles, L. R. (18 de Junio de 2015). La apropiación del Ciberlenguaje en Jóvenes y Adultos. Aguascalientes, México.
14. Gracia, M. R. (207). Interacción y comunicación en entornos educativos: Reflexiones teóricas, conceptuales y metodológicas. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 16.
15. Lazar, J. (1996). ¿QUÉ SÉ? LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN. México : Ediciones.Cruz. O.
16. Maletzke, G. (1992). Psicología de la Comunicación Social. Quito, Ecuador : Quipus.
17. Manpower. (2009). El Impacto De Las Redes Sociales De Internet En El Mundo De Trabajo. México: Manpower México.
18. Maria Trinidad, B. (2008). Tipología Y Análisis de la Comunicación Social. Barcelona: Universitat De Barcelona.

19. Marín, A. L. (2006). Las TICs: cambios en el modelo de la comunicación. Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Facultad de Ciencias Sociales, Lomas de Zamora .
20. Mayorga, J. E. (04 de Febrero de 2016). EL USO DE LAS REDES SOCIALES ON-LINE Y LA DECODIFICACIÓN DE MENSAJES EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO. Ambato, Tungurahua, Ecuador.
21. McQuail, D. (1994). Introducción A La Teoría De La Comunicación De Masas. Barcelona: Paidós Iberica.
22. Omar Álvarez, V., Dellarossa, R., Gaete, D., & Reyes, O. (2005). Comportamiento Organizacional: Comunicación. Universidad de Concepción, Departamento de Ingeniería Matálurgica .
23. Piñuel, J. L., Serrano, M. M., Sanz, J. G., & Arias. (1982). TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN I Epistemología y Análisis de la Referencia (2 edición, revisada y ampliada ed., Vol. VIII DE CAUDERNOS DE LACOMUNICACIÓN). Madrid.
24. Ponce, J. P. (18 de Febrero de 2017). Formación Gerencial Blog. Obtenido de Ranking redes sociales, Sitios Web y Aplicaciones Móviles Ecuador 2017.: <http://blog.formaciongerencial.com/ranking-redes-sociales-sitios-web-aplicaciones-moviles-ecuador-2017/>
25. Sánchez Zuluaga, U., Botero Montoya, L., & Giraldo Dávila, A. (2012). Modelos de Comunicación Digital . Bogotá: Leonardo David López Escobar, Universidad de Medellín.
26. SATZ, L. M. (Enero 2009). Manual de Comunicación.
27. TORO1, J. A. (2010). Comunicación estratégica para campañas. Comunicación estratégica para campañas. Medellín-Colombia: Universidad Pontificia Bolivariana - Colombia.