



Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Ingeniería
Escuela de Ingeniería de Ciencias y Sistemas

**ANÁLISIS EN LOS ADULTOS JÓVENES EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES Y
CÓMO AFECTA A LA PERSONALIDAD Y DESENVOLVIMIENTO DE LA PERSONA
EN LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

Kenny Miguel Eguizabal

Asesorado por el Ing. Rodolfo Daniel Reyes Ruano

Guatemala, octubre de 2018

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE INGENIERÍA

**ANÁLISIS EN LOS ADULTOS JÓVENES EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES Y
CÓMO AFECTA A LA PERSONALIDAD Y DESENVOLVIMIENTO DE LA PERSONA
EN LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

TRABAJO DE GRADUACIÓN

PRESENTADO A LA JUNTA DIRECTIVA DE LA
FACULTAD DE INGENIERÍA
POR

KENNY MIGUEL EGUIZABAL

ASESORADO POR EL ING. RODOLFO DANIEL REYES RUANO

AL CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE

INGENIERO EN CIENCIAS Y SISTEMAS

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2018

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE INGENIERÍA



NÓMINA DE JUNTA DIRECTIVA

DECANO	Ing. Pedro Antonio Aguilar Polanco
VOCAL I	Ing. Angel Roberto Sic García
VOCAL II	Ing. Pablo Christian de León Rodríguez
VOCAL III	Ing. José Milton de León Bran
VOCAL IV	Br. Oscar Humberto Galicia Nuñez
VOCAL V	Br. Carlos Enrique Gómez Donis
SECRETARIA	Inga. Lesbia Magalí Herrera López

TRIBUNAL QUE PRACTICÓ EL EXAMEN GENERAL PRIVADO

DECANO	Ing. Pedro Antonio Aguilar Polanco
EXAMINADOR	Ing. Pedro Pablo Hernández Ramírez
EXAMINADOR	Ing. Herman Igor Véliz Linares
EXAMINADOR	Ing. César Augusto Fernández Cáceres
SECRETARIA	Inga. Lesbia Magalí Herrera López

HONORABLE TRIBUNAL EXAMINADOR

En cumplimiento con los preceptos que establece la ley de la Universidad de San Carlos de Guatemala, presento a su consideración mi trabajo de graduación titulado:

ANÁLISIS EN LOS ADULTOS JÓVENES EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES Y CÓMO AFECTA A LA PERSONALIDAD Y DESENVOLVIMIENTO DE LA PERSONA EN LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA


Tema que me fuera asignado por la Dirección de la Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas, con fecha 27 de agosto de 2017.

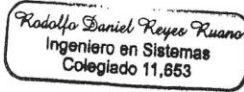

Kenny Miguel Eguizabal

Guatemala 19 de enero de 2018

A quien interese:
Facultad de Ingeniería
Universidad de San Carlos de Guatemala

Por este medio me permito informar que se ha concluido la elaboración de la tesis en la modalidad de encuesta, titulada "ANÁLISIS EN LOS ADULTOS JÓVENES EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES. Y CÓMO AFECTA A LA PERSONALIDAD Y DESENVOLVIMIENTO DE LA PERSONA EN LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA", que realizó el alumno **KENNY MIGUEL EGUIZABAL** con número de carné **200818973**, estudiante de la carrera de Ingeniería en Ciencias y Sistemas de la facultad de Ingeniería. La cual ha sido revisada y cumple con los requisitos de calidad, teóricos, metodológicos y técnicos establecidos para ser presentado.


Atte. Rodolfo Daniel Reyes Ruano
Colegiado 11,653
Asesor





Universidad San Carlos de Guatemala
Facultad de Ingeniería
Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas

Guatemala, 28 de Febrero de 2018

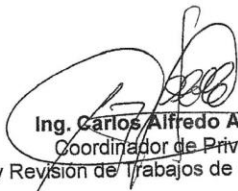
Ingeniero
Marlon Antonio Pérez Türk
Director de la Escuela de Ingeniería
En Ciencias y Sistemas

Respetable Ingeniero Pérez:

Por este medio hago de su conocimiento que he revisado el trabajo de graduación del estudiante **KENNY MIGUEL EGUIZABAL** con carné **200818973** y CUI **1801 12090 1801**, titulado **"ANÁLISIS EN LOS ADULTOS JÓVENES EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES. Y CÓMO AFECTA A LA PERSONALIDAD Y DESENVOLVIMIENTO DE LA PERSONA EN LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA"** y a mi criterio el mismo cumple con los objetivos propuestos para su desarrollo, según el protocolo aprobado.

Al agradecer su atención a la presente, aprovecho la oportunidad para suscribirme,

Atentamente,


Ing. Carlos Alfredo Azurdia
Coordinador de Privados
y Revisión de Trabajos de Graduación



E
S
C
U
E
L
A

D
E

I
N
G
E
N
I
E
R
Í
A

E
N

C
I
E
N
C
I
A
S

Y

S
I
S
T
E
M
A
S

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA EN
CIENCIAS Y SISTEMAS
TEL: 24767644

*El Director de la Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala, luego de conocer el dictamen del asesor con el visto bueno del revisor y del Licenciado en Letras, del trabajo de graduación **“ANÁLISIS EN LOS ADULTOS JÓVENES EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES Y CÓMO AFECTA A LA PERSONALIDAD Y DESENVOLVIMIENTO DE LA PERSONA EN LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”**, realizado por el estudiante, **KENNY MIGUEL EGUIZABAL** aprueba el presente trabajo y solicita la autorización del mismo.*

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Ing. *Martín Antonio Pérez T...*

Director

Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas



Guatemala, 10 de octubre de 2018

Universidad de San Carlos
De Guatemala



Facultad de Ingeniería
Decanato

Ref. DTG.397.2018

El Decano de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala, luego de conocer la aprobación por parte del Director de la Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas al trabajo de graduación titulado: **ANÁLISIS EN LOS ADULTOS JÓVENES EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES Y CÓMO AFECTA A LA PERSONALIDAD Y DESENVOLVIMIENTO DE LA PERSONA EN LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, presentado por el estudiante universitario: **Kenny Miguel Eguizabal** y después de haber culminado las revisiones previas bajo la responsabilidad de las instancias correspondientes, se autoriza la impresión del mismo.

IMPRÍMASE.


Ing. Pedro Antonio Aguilar Polanco
Decano



Guatemala, Octubre de 2018

/echm

ACTO QUE DEDICO A:

- Dios** Por ser una importante influencia en mi carrera, y en mi vida.
- Mis bisabuelos** Jovita Olivia Archila de León (q. e. p. d.) y Miguel Flores Barillas (q. e. p. d.). Su amor y entrega será siempre mi inspiración.
- Mi madre** Mirna Judith Eguizabal Flores, porque este logro ha sido parte de ella también.
- Mis hermanos** Grecia Camila Eguizabal, María Isabel Echeverría Eguizabal y Ricardo José Echeverría Eguizabal, por ser los principales motivadores de mi crecimiento.
- Mis tías** Ana Virginia Eguizabal Cruz, Ana Patricia González A. de Guerra, Angelina González Archila, Amanda Archila de León. Por ser una importante influencia en mi carrera, entre otras cosas.
- Mi asesor** Y amigo Rodolfo Daniel Reyes Ruano, por ser una importante influencia en mi trabajo y en mi carrera.

Mis amigos

Javier Enrique Cifuentes Mazariegos, Edgar Arturo Jiménez Centeno, Maryan Estephanie Alarcón Rodríguez, Isabel Cristina Oliva, Mynor Guzmán, Bryam Alexander de León, Georgina Estrada, Daniel Armando López Santos, Rodrigo Gil Escobar, Karla Paola Johana Hernández Quemé, Gustavo Adolfo Álvarez Escobar, Sergio Alberto Ramírez Ortiz, Douglas Josué Navas Barrios, Alfredo Cabrera, por estar ahí.

Manuel Paiz

Por haber sido parte de mi entorno familiar (q. e. p. d).

Alfredo Rosales Jurado

Por el apoyo brindado en los primeros años de mi carrera.

AGRADECIMIENTOS A:

Dios	Por haberme permitido culminar esta etapa de mi vida.
Universidad de San Carlos de Guatemala	Por ser una importante influencia en mi carrera, entre otras cosas.
Facultad de Ingeniería	Por el apoyo y colaboración brindada para finalizar mi carrera.
Mis amigos	Georgina Estrada, Bryan Alexander de León, Eliú Lacán Pérez, Sergio Alberto Ramírez Ortiz, Luis Enrique González Echeverría, Eddy Recinos, Mynor Miranda, Javier Enrique Cifuentes Mazariegos, Daniel Armando López Santos, por estar ahí.
Rodolfo Daniel Reyes	Por todo el apoyo brindado en la culminación de mi carrera

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	III
LISTA DE SÍMBOLOS.....	V
GLOSARIO.....	VII
RESUMEN.....	XV
OBJETIVOS.....	XVII
HIPÓTESIS.....	XVIII
INTRODUCCIÓN.....	XIX
1. MARCO TEÓRICO.....	1
1.1. Antecedentes de la investigación.....	1
1.1.1. Percepción.....	1
1.1.2. Identificación del problema.....	3
1.1.3. Planteamiento del problema en forma de pregunta.....	4
1.2. La personalidad y comportamiento de los jóvenes adultos actualmente.....	4
2. REDES SOCIALES.....	7
2.1. Redes sociales en internet.....	7
2.1.1. Facebook.....	9
2.1.2. Instagram.....	15
2.1.3. Twitter.....	19
2.1.4. Snapchat.....	23
2.1.5. YouTube.....	27

3.	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	31
4.	DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	71
	CONCLUSIONES	81
	RECOMENDACIONES	83
	BIBLIOGRAFÍA.....	85
	APÉNDICE.....	87

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

FIGURAS

1.	Logotipo de Hi5.....	9
2.	Logotipo de facebook.....	10
3.	Fan page McDonald's	12
4.	Logo facebook messenger	14
5.	Logo de instagram	16
6.	Compartiendo con instagram direct.....	18
7.	Logo de Twitter	21
8.	Ejemplo de un Retweet	21
9.	Logotipo de Snapchat	25
10.	Voz de ardilla en Snapchat	26
11.	Logotipo de YouTube.....	29
12.	Nueva presentación de la página de YouTube.....	30
13.	Gráfica 1, de respuestas de la pregunta 1.....	31
14.	Gráfica 2, de respuestas de la pregunta 2.....	33
15.	Gráfica 3, de respuestas de la pregunta 3.....	34
16.	Gráfica 4, de respuestas de la pregunta 4.....	35
17.	Gráfica 5, de respuestas de la pregunta 5.....	36
18.	Gráfica 6, de respuestas de la pregunta 6.....	37
19.	Gráfica 7, de respuestas de la pregunta 7.....	38
20.	Gráfica 8, de respuestas de la pregunta 8.....	40
21.	Gráfica 9, de respuestas de la pregunta 9.....	41
22.	Gráfica 10, de respuestas de la pregunta 10.....	42
23.	Gráfica 11, de respuestas de la pregunta 11.....	43

24.	Gráfica 12, de respuestas de la pregunta 12	45
25.	Gráfica 13, de respuestas de la pregunta 13	46
26.	Gráfica 14, de respuestas de la pregunta 14	47
27.	Gráfica 15, de respuestas de la pregunta 15	49
28.	Gráfica 16, de respuestas de la pregunta 16	50
29.	Gráfica 17, de respuestas de la pregunta 17	52
30.	Gráfica 18, de respuestas de la pregunta 18	54
31.	Gráfica 19, de respuestas de la pregunta 19	55
32.	Gráfica 20, de respuestas de la pregunta 20	56
33.	Gráfica 21, de respuestas de la pregunta 21	58
34.	Gráfica 22, de respuestas de la pregunta 22	60
35.	Gráfica 23, de respuestas de la pregunta 23	61
36.	Gráfica 24, de respuestas de la pregunta 24	63
37.	Gráfica 25, de respuestas de la pregunta 25	64
38.	Gráfica 26, de respuestas de la pregunta 26	66
39.	Gráfica 27, de respuestas de la pregunta 27	68
40.	Gráfica 28, de respuestas de la pregunta 28	70
41.	Canal principal de JULIOPROFE	79

LISTA DE SÍMBOLOS

Símbolo	Significado
MB	Mega bytes
(@)	Precedido ante el nombre de un usuario para identificar la cuenta de Twitter.
(#)	Utilizado para los <i>hashtags</i> , lo que procede del numeral es alguna palabra clave para buscar publicaciones relacionados a esa palabra.

GLOSARIO

Addmefast	Es una aplicación que ayuda a aumentar la presencia en las redes sociales.
Android	Sistema operativo creado por Android.
Beta cerrada	es un periodo de desarrollo del programa donde un selecto grupo de individuos pueden probarlo.
BlackBerry	Marca de teléfono que inició con la conexión a la red social Facebook y utilizando los mensajes entre los propios teléfonos llamándose BBM (BlackBerry Message).
Blog	Bitácora, es un sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor o autores, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia.
Bullying	Acoso físico o psicológico al que someten de forma continuada a un alumno sus compañeros.
Check	Activar una verificación.
Emoticonos	Es una secuencia de caracteres ASCII, que representaban una cara humana, pero luego fueron

modificando para crear otros emoticonos con significados muy diversos.

Follow

Traducido al español significa seguir, se puede seguir páginas, fotos o publicaciones.

FollowerWonk

Es una herramienta que bucea en la base de datos de Twitter para mejorar el conocimiento sobre las conexiones que unos usuarios mantienen con otros dentro de la plataforma social Twitter.

Geolocalización

Hace referencia a la localización geográfica a través de dispositivos electrónicos con GPS.

Gif

Tipo de archivo de imagen, como secuencia de varias imágenes, creando animación.

Google Maps

Aplicación de mapa desarrollado por Google, que utiliza geolocalización por GPS.

GPS

(*Global Positioning System*), sistema de posicionamiento global.

Hublaa Liker

Aplicación web que utiliza para ganar más *likes* en la red social Facebook.

Hashtag

Palabras claves que se realizan en las redes sociales siguiendo el formato del símbolo # seguido de la palabra clave, #palabraclave.

<i>Iconosquare</i>	Aplicación para el análisis de Instagram, en el crecimiento de los seguidores, también calendarizar publicaciones.
Internauta	Persona que utiliza los servicios de internet u otra red informática.
iOS	Sistema operativo dedicado a la arquitectura de los dispositivos creado por Apple, inc.
iPhone	Es el nombre de los teléfonos celulares construidos y distribuidos por Apple, inc.
iPod	Dispositivo para la ejecución de aplicaciones móviles.
iTunes	Aplicación para la gestión y reproducción de música desarrollado por Apple.
<i>KindomLikes</i>	Aplicación web que utiliza para ganar más <i>likes</i> en la red social facebook.
La Nube	Es utilizar los servidores que se encuentran publicados a través de internet, para que se mantenga disponible para cualquier internauta. En resumen es internet.
<i>Like</i>	Esta palabra hace referencia en las redes sociales como darle un me gusta.

Meme	Es una imagen que hace referencia a una burla o algún tema divertido o comparativo.
Microblogging	Realizar pequeños <i>blogs</i> .
Millennials	Considerado así al grupo de personas nacidas en los años 1980 a 1999.
Morbo	Atractivo que despierta algo que puede resultar desagradable, cruel, prohibida o que va contra la moral establecida.
MySpace	Antigua red social lanzada en el 2003, fue la red social más visitada en el mundo.
Neosoltero	Llamado así a la persona que es soltero por convicción, se caracterizan por no querer tener pareja, superarse profesionalmente, económicamente y viajar alrededor del mundo.
Odeo	Pequeña compañía situada en San Francisco, California, fue fundada en diciembre del 2004 por Noah Glass y Evan Williams. Ofrecen el servicio de publicación de audio en la web. Es un directorio de sitio web y audio, se utiliza para contener herramientas que permiten a los usuarios crear, grabar y compartir música.

Online	Palabra en inglés que se refiere a en línea o activo en las redes sociales.
Patología	Enfermedad física o mental que padece una persona.
PayPal	Es una forma fácil y segura de enviar y recibir pagos por internet.
PLoS One	Es una revista científica publicada por <i>Public Library of Science</i> .
Podcasting	<i>Podcast</i> o <i>Podcasting</i> , consiste en la distribución de archivos multimedia (normalmente de audio o video que suelen ser de corta duración).
Postcron	Aplicación para agendar publicaciones automáticas.
Ranking	Es una relación entre un conjunto de elementos que, para uno o varios criterios, el primero de ellos presenta un valor superior al segundo, este a su vez mayor que el tercero y así sucesivamente, permitiendo que dos o más elementos diferentes puedan tener la misma posición.
Selfies	Una fotografía tomada a sí mismo.
Smartphone	Del inglés que significa teléfono inteligente. También denominados teléfonos celulares de gama alta.

Stripe	Es una compañía tecnológica estadounidense que permite a dos partes individuales hacer negocios para aceptar pagos por internet.
Tuiteros	Persona que realiza tweets en la red social Twitter.
Tumblr	Es una plataforma de <i>microblogging</i> , que permite a sus usuarios publicar texto, imágenes videos, enlaces, citas y audio.
Uber	Aplicación móvil para contratar servicio de taxi, conectados por sistema de geolocalización.
URL	(<i>Uniform Resource Locator</i>), Localizador Uniforme de Recursos, es un identificador cuyos recursos referidos pueden cambiar, esto es, la dirección puede apuntar a recursos variables en el tiempo.
WhatsAPP	Aplicación móvil de mensajería instantánea.
Waze	Aplicación móvil, utilizada para revisar el tránsito en las ciudades y para utilizarlo como un mapa con asistente, como guía.
Wifi	Es un mecanismo de conexión de dispositivos electrónicos de forma inalámbrica

Windows Phone

Sistema operativo de Windows dedicado a los dispositivos móviles.

RESUMEN

La presente investigación nació de la incertidumbre ocasionada por el exceso de utilización en las redes sociales. A través de esta investigación se aclaran las dudas respecto a lo que ofrece cada red social, objetivos, funciones y conectividades con diferentes redes sociales.

Todas las redes sociales tienen muchos beneficios, pero estos beneficios pueden tergiversarse a otros objetivos no tan beneficiosos. Es necesario instruir al joven sobre el uso correcto de las redes sociales, de manera que pueda aprovechar al máximo todas las funciones de las redes sociales y crecer profesionalmente o como empresa.

Los resultados obtenidos en esta investigación se tomaron con base a 550 personas comprendidas entre las edades de 16 años en adelante, que pertenecen a alguna facultad educativa en la Ciudad Universitaria de la Universidad San Carlos de Guatemala.

OBJETIVOS

General

Concientizar al joven adulto sobre las consecuencias que conlleva el uso de redes sociales de forma indebida y a los padres de familia en la educación al uso adecuado de un dispositivo móvil.

Específicos

1. Demostrar que el comportamiento del joven adulto puede verse afectado por el uso indebido de las redes sociales.
2. Demostrar cuál es la red social que más daño causa y la red social que menos dañina es.
3. Concientizar no solo a los jóvenes adultos, sino, a todo padre de familia en la educación de sus hijos en la utilización de aplicaciones de redes sociales y entretenimiento.
4. Identificar las consecuencias del uso indebido y excesivo de las redes sociales.
5. Localizar cómo afecta el uso indebido de las redes sociales y aplicaciones móviles en la personalidad de los jóvenes adultos.

HIPÓTESIS

- Hipótesis nula

La utilización excesiva e indebida de redes sociales provoca en los jóvenes adultos de 18 a 31 años, depresión, ansiedad, soledad, baja autoestima.

- Hipótesis alternativa

No todas las redes sociales tienen un efecto colateral a nivel psicológico, si se utilizan en un sentido adecuado, puede generar grandes beneficios en el trabajo, la familia o pareja.

INTRODUCCIÓN

La evolución del teléfono móvil ha ido evolucionando a pasos agigantados, su gran mayoría son teléfonos inteligentes que soportan infinidad de aplicaciones que pueden ser de utilidad en la vida cotidiana, como organizar un evento, publicidad de venta, recordatorios, coordinación de grupos para un fin, compartir temas de estudio; sin embargo, hay muchas otras que pueden llegar a causar serios daños en la salud mental y física de una persona. Instagram, Snapchat, Facebook, Twitter, YouTube; estas son las redes sociales que se han vuelto indispensable en los jóvenes, es su fuente de información para todo, pero, ¿qué impacto ha tenido estas aplicaciones en los jóvenes en su área profesional, familiar o social? Según un estudio realizado en el Reino Unido por Sociedad Real de Salud Pública (RSPH por sus siglas en inglés) reveló que sólo una de estas cinco redes sociales tiene un efecto positivo en la salud mental de los jóvenes. YouTube.

Es impresionante observar el comportamiento de las personas, y más, si se lleva a regiones específicas. Esta investigación se centrará específicamente en estudiantes de la ciudad universitaria de la Universidad San Carlos de Guatemala USAC. A través de los resultados de las encuestas y su respectivo análisis se comprobará los resultados obtenidos por la RSPH del Reino Unido.

La tecnología y redes sociales tienen muchos beneficios y ventajas que pueden ser aprovechados al máximo, tales como acontecimientos recientes; solidaridad ante una situación de necesidad; publicidad, aunque en este último hay que tener mucho cuidado con la publicidad engañosa.

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

A continuación se describen los antecedentes de la investigación.

1.1.1. Percepción

Los jóvenes de hoy en día, tal parece que no han tenido una buena educación en su casa, pero se percibe que algunos sí la han tenido, pero la han olvidado, esto debido a que todo el tiempo se mantienen entretenidos en un mundo virtual y no viven el real. ¿Cuántas personas respetan la hora de comer, en compartir con los presentes a la mesa, y no tener en cuenta que existe el teléfono?; llega una notificación de facebook a su celular en plena clase universitaria, la revisa y una gran mayoría no revisa únicamente la notificación si no se queda viendo noticias nuevas, cuando vuelve a la clase, se da cuenta que se ha perdido gran parte del aprendizaje; se ha visto muchas citas románticas donde ambos presentes están revisando su móvil, y no precisamente se están escribiendo. Y cómo jóvenes, una gran mayoría no trabaja, únicamente se dedica a estudiar, por lo que no se puede excusar que están revisando su correo del trabajo. Y qué decir de tantas personas sin ningún oficio que lo único que hacen es publicar mensajes no nutritivos, con los tonos sarcásticos y triviales, con el objeto de sentirse dueños de la verdad absoluta.

¿Cuántas personas pasan viendo el teléfono móvil todo el día, por sentir la sensación de que se están perdiendo algo?, estas personas revisan constantemente las redes sociales y están informados de todo, vida privada de otras personas; acontecimientos recientes del país, ya sea violencia, política (como está sucediendo actualmente en Guatemala), salud, publicaciones de entretenimiento y todo esto para vivir una vida virtual, a tal punto que el mundo real les da miedo. Estas personas revisan el móvil a la mesa en cada comida; en el baño; en el cine; en reuniones de trabajo; en la iglesia; en clase; en una cita amorosa.

¿Cuántas personas prefieren no ir de vacaciones a un lugar donde no hay señal wifi o no hay señal para obtener los datos móviles, por el simple hecho que sin ello no se sienten seguros?, prefieren quedarse en casa viendo televisión y por supuesto revisando el móvil.

¿Cuántas personas no les gusta los retiros espirituales donde los obligan a desprenderse del móvil, para que puedan disfrutar mejor de la actividad?, aunque claro, aun dejándoles el móvil, las personas son reacias a participar en una actividad religiosa.

¿Cuántas personas tienen más de un teléfono móvil, por cuestiones de trabajo, prevención ante algún asalto, o por tener diferente compañía telefónica? Se vive en una era donde existe en promedio un teléfono por cada persona. Todos se encuentran con el acceso a la conexión virtual pero muy pocos con un verdadero contacto personal y sin sentir una conexión trascendental con sus pares.

La mayoría de personas que pasan publicando en facebook, Instagram, Snpchat, Twitter o YouTube, ni siquiera tienen una buena ortografía. Esto se

debe mucho a que las personas son muy influenciables, que cuando observan alguien popular escribiendo mal, no ven que está mal, si no que ven que sí es posible escribir así, porque el popular lo hizo, por tanto consideran que está bien, porque no existe un criterio propio.

La creciente utilización de las redes sociales ya no se queda únicamente en los jóvenes, sino padres de familia también utilizan las redes sociales, algunos lo hacen para controlar a sus hijos, de qué es lo que visitan o con quienes se comunican. Los jóvenes siempre buscan la manera de que los padres no estén constantemente vigilándolos, para lo que realizan acciones de privacidad en sus redes sociales y limitar su información. Snapchat les ofrece esta seguridad y privacidad a los jóvenes, ya que no queda evidencia de lo que se comparte, a menos que el destinatario realice capturas de pantalla. Posiblemente por rebeldía hacia sus padres algunos jóvenes prefieren utilizar únicamente Snapchat.

1.1.2. Identificación del problema

Las redes sociales tienen en común la integración de muchas personas de diferentes áreas geográficas, por lo que es un mundo multicultural, recibiendo noticias de diferentes partes del mundo con intereses para todo tipo de personas; es por ello que es tan atractivo para cualquier persona es una de las causas en el joven *millennials* quienes desea ser neosoltero, inconscientemente, los lleva a pensar en sí mismos, descuidan las amistades, la familia, en su entorno solo existen ellos. Pero en otras personas, provoca observar lo que desean ellos mismos, pero no actúan por obtenerlo, es cuando están continuamente soñando lo que quisieran ser a través de las redes sociales, tal como: compartiendo cadenas de la buena suerte, Si pasas este mensajes a 7 amigos serás próspero los 7 años siguientes, o como Bill Gates

está regalando su fortuna a aquellos que compartan este mensaje, o vean lo que estoy comiendo, Acá en mi auto, Acá en el auto de mi primo, como no se deciden actuar, continúan viviendo un sueño fantasioso y desconectados del mundo, pero muy pendientes de quienes se interesan en sus publicaciones, aumentando así la importancia al ¡qué dirán!,

, prestando mayor atención a los comentarios de otras personas y dejando a un lado la percepción y auto concepto que se tiene de sí.

La educación con las redes sociales radica en casa en prestarles la debida atención a los jóvenes por parte de sus padres la comunicación entre la familia debe ser muy importante, para saber las etapas por las que se encuentra pasando el joven. Cuando no se le presta atención al joven es cuando continuamente se la pasan publicando sus emociones en las redes sociales, llegando así a humillarse a sí mismos y a ser víctimas del *bullying* cibernético.

1.1.3. Planteamiento del problema en forma de pregunta

¿Son las redes sociales las causantes de cambios en la personalidad y de un mal comportamiento en las personas?

1.2. La personalidad y comportamiento de los jóvenes adultos actualmente

Los tiempos avanzan, la medicina, tecnología, clima, todo está en constante evolución, pero desde años atrás se ha venido perdiendo muchas buenas prácticas, que ayuda para el buen funcionamiento social. Guatemala siempre se consideró un país con personas bastante afectuosas, el simple hecho de un saludo cordial por las mañanas al levantarse a desayunar un

buenos días, un buenas tardes, un buenas noches, un apretón de manos, la tecnología y las redes sociales debería de ayudar a estar más conectados con quienes rodean, pero a veces viviendo en la misma casa pasan días sin verse y sin saludarse, por el simple hecho de que saben que ahí vive, no se preocupan en saber cómo pasó su día. Es de observar a un joven cuando pierde su móvil, siente que se encuentra desconectado, que no pertenece a este mundo, y con mayor razón porque ha pertenecido a un mundo virtual. Sienten que el mundo se les vino abajo. Sin ir tan lejos, cuando se quedan sin redes en su móvil.

Los jóvenes actualmente son bastante influenciados, se dejan llevar por corrientes sociales, que no siempre tienen una intención saludable o beneficiosa. Ven una mayoría siguiendo un ideal y se sienten obligados a ser parte de esa mayoría o sentirán estar excluidos del sentido común de todos. Se ha perdido mucho el criterio individual. Se utiliza el móvil en la mesa, el baño (incluso algunos en la regadera), mientras se conduce, lo cual es peligroso, en servicios públicos o servicios privados como: taxis, o en su defecto, el nuevo servicio de Uber. Un joven adulto usa su móvil en promedio de 5 horas, esto significaría que por cada 5 días transcurridos un día fue dedicado al móvil, según un estudio realizado por *PLoS One*, en el 2015 (<https://www.xatakamovil.com/movil-y-sociedad/cuanto-tiempo-usas-el-movil-a-lo-largo-del-dia-un-estudio-afirma-que-el-doble-de-lo-que-crees>).

Todo este comportamiento va creando una personalidad en los jóvenes, el estar actualizados en las nuevas tendencias en preocuparse quién tiene lo mejor de la tecnología el seguir el juego de humillación hacia una persona en crear una vida de apariencias, como presumir ropa de marca, un auto lujoso, el plato de un restaurante de prestigio, viajes al exterior, que no necesariamente signifique que tenga una vida de bienestar tanto en salud como económica.

2. REDES SOCIALES

Cuando se habla de red social se dividen en dos palabras que juntas tienen un solo significado. Red, es un término que procede del latín *rete*, el cual hace mención a la estructura que tiene un patrón característico, esta definición permite que el concepto se aplique en diversos ámbitos, como la informática (donde una red es un conjunto de equipos interconectados que comparte información. Social es un término que hace referencia a la sociedad (el conjunto de individuos que interactúan entre sí para formar una comunidad). Lo social suele implicar un sentido de pertenencia.

Una red social está vinculada a la estructura donde un grupo de personas mantienen algún tipo de vínculo. Dichas relaciones pueden ser amistosas, sexuales, comerciales o de otra índole.

2.1. Redes sociales en internet

El ser humano por naturaleza es sociable y la necesidad de compartir con otras personas es innata, la búsqueda de grupos sociales siempre se ha dado. Con la revolución del internet, se empezó a marcar mucho la interacción con diferentes personas a través de mensajería instantánea, una de las más famosas fue www.latinchat.com que ahora lo re-unir a www.startmedia.com/chat/, fue un éxito el poder estar interactuando con personas que ni conocían, solo el simple hecho de intercambiar texto con personas de otro lugar, provocaba una atracción hacia las personas. Luego nació la red social Hi5, el 21 de junio del año 2003, fundada por Ramu

Yalamanchi. La idea principal de esta red era ofrecer un servicio que conectara a la gente entre sí, además que permitía relaciones entre usuarios e intercambios de contenidos, tales como imágenes, GIF animados, videos de YouTube y comentarios, sin embargo, esta red social era limitada en cuanto a la cantidad de amigos que se podía tener, top de favoritos, limitante en almacenamiento de fotos, muy parecido a lo que sucede en facebook, luego fue perdiendo audiencia y *ranking*, y le atribuyen esa pérdida a Mark Zuckerberg actualmente fundador por ofrecer una red social privada y exclusiva que aumentaba el morbo de las personas, y con ello el deseo de pertenecer a esa red social. Aunque ya no se escucha de Hi5, esta red social aún sigue activa, pero se reinventaron y ahora es una plataforma de juegos y abierto a los desarrolladores de nuevos juegos. Actualmente mantienen alrededor de 10 millones de usuarios activos y 200 millones de registrados.

Actualmente describen redes sociales como las redes sociales que existen en internet. Aunque el concepto es el mismo, las personas ya no piensan en que sea posible una red social de interacción humana sin la intervención de equipos interconectados. Todas las aplicaciones de redes sociales que existen en internet han sido creadas con un propósito en específico, pero todas tienen en común la interacción con diferentes individuos. A continuación describiremos las redes sociales más populares en internet.

Figura 1. **Logotipo de Hi5**



Fuente: PADOVAN, Erika. ¿Quién se acuerda de Hi5? <http://blog.adventures.do/quien-se-acuerda-de-hi5>. Consulta: 5 de octubre de 2017.

2.1.1. Facebook

Sitio de red social creado por Mark Zuckerberg y fundado junto a Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz. Su propósito inicial fue la selección de las estudiantes más lindas de la Universidad de Harvard, quienes en ese entonces el creador también era estudiante. Fue muy motivador la comunicación fluida y el intercambio de contenido de forma sencilla a través de internet. En muy poco tiempo tuvo mucho éxito y logró extenderse para cualquier usuario en la red. Entre 2007 y 2008 se tradujo al español por voluntarios. De esta forma pudo llegar a los países latinoamericanos y España.

Figura 2. **Logotipo de Facebook**



Fuente: PEÑA, Carlos. 22 usos reales que le damos a facebook.

http://www.parentesis.com/noticias/internet_redes_sociales/22_usos_reales_que_le_damos_a_Facebook. Consulta: 6 de noviembre de 2017.

Actualmente Facebook ofrece los servicios de:

- Lista de amigos: esta lista se alimenta por el usuario, mostrándole todos los usuarios que tiene como amigos, incluso puede editar la categoría de amistad que tiene con el contacto, por privacidad, puede realizar publicaciones dedicadas a un grupo específico de contactos.
- Chat: tiene servicio de mensajería instantánea. Este servicio se puede utilizar desde el navegador web, o desde una aplicación dedicada a la mensajería instantánea de facebook llamada messenger.
- Grupos: es un sitio donde las personas dejan sus opiniones, enlaces, comentan lo publicado por otros usuarios en torno a un tema en común. Permite interactuar con personas, no necesariamente son amigos en la

red social, pero tiene los mismos intereses. Los grupos pueden clasificarse en 3 tipos según su privacidad:

- Abierto: se pueden unir los usuarios cuando lo deseen, incluso se puede invitar a cualquier contacto para que se una al grupo, el contenido lo puede visualizar cualquier internauta, y puede ser localizado o indexado por los motores de búsqueda.
- Privado: para poder pertenecer al grupo, se debe solicitar al o los administradores del grupo que acepten la solicitud permitiendo el acceso. todos puede ver la descripción del grupo, pero solo los miembros del grupo podrán ver el contenido en el muro, los foros de debate y las imágenes publicadas.
- Secreto: este tipo de grupo no es localizado por ningún buscador, únicamente puede llegar a visualizarse por invitación directa. Solo los miembros del grupo pueden visualizar todo el contenido del grupo.
- Páginas: también llamadas *fan pages* o perfiles públicos. Las páginas de facebook, nació por necesidad de las empresas que creaban un perfil de facebook como personal, para promocionar e impulsar sus productos, obteniendo seguidores y posibles clientes potenciales. Por esa razón que encuentra normalmente detrás de una página son empresas, marcas o instituciones que su objetivo es ponerse en contacto con sus seguidores. La forma de hacerse seguidor de la página, es por sugerencias o por búsqueda directamente en los motores de búsqueda.

Figura 3. Fan page McDonald's



Fuente: McDonald's. Perfil de McDonald's en facebook.

https://www.facebook.com/McDonalds/?brand_redir=79667539019. Consulta: 6 de noviembre de 2017.

Facebook también tiene varias asociaciones con diferentes aplicativos, en los que se puede mencionar están: música, juegos, test, en el cual muchas aplicaciones utilizan como identificador de la persona la cuenta de facebook.

Actualmente facebook tiene 3 aplicaciones móviles para la utilización de la red social:

- Facebook: es la aplicación oficial para utilizar en los dispositivos móviles, el utilizar esta aplicación le da nuevas alternativas que el utilizar únicamente el sitio web. Algunas de los accesos que ofrece son animaciones de alguna promoción, cambiar tu foto de perfil.

- Facebook light: esta aplicación tiene menos contenido gráfico, para aumentar su navegación y reducir la utilización de los datos móviles.
- Facebook Messenger: es una aplicación móvil lanzada por la red social, disponible para iOS, Android y Windows Phone, que permite a sus usuarios chatear con sus contactos de facebook. Una extensión de las conversaciones de los mensajes de la red social también al móvil. Esta aplicación móvil permite:
 - Enviar imágenes, emoticonos, enlaces, documentos y videos: en cualquier conversación con algún contacto, podrá enviarle todo tipo de contenido para una fácil comunicación.
 - Crear grupos de contactos: podrá crear grupos para estar comunicados directamente sobre avisos específicos a un grupo de amigos, en estos grupos pueden existir contactos que no pertenecen a tus contactos.
 - Llamadas telefónicas y video llamadas: la aplicación soporta realizar llamadas a los contactos de la red social, en caso que ya no se tenga disponible saldo para realizar llamadas telefónicas se puede realizar por la aplicación messenger utilizando internet wifi o datos móviles.
 - Sincronizar mensajes de texto del teléfono con la aplicación messenger: al instalar la aplicación solicita si desea utilizar facebook messenger como la aplicación por default en sus mensajes de texto del número telefónico, debe registrar su número telefónico en la aplicación para realizar esta acción.
 - Compartir ubicación: por medio de la aplicación puede darle la ubicación exacta a un contacto para que lo localice ya sea por Google maps o waze.
 - Buscar nuevos contactos: desde messenger puede buscar nuevos contactos e ir al perfil directamente sobre una plataforma web propia de la aplicación. También puede colocar el número telefónico de un

- contacto y verificar si su número está vinculado a su cuenta de facebook.
- Venta de productos: facebook te ofrece la página de tienda para promocionar tus productos. Actualmente la forma de cobro aún está por implementarse en Latinoamérica, pero en Estados Unidos ya se encuentra disponible, que para hacerlo posible debes crear una cuenta en stripe o paypal, para hacerte llegar el dinero recaudado por facebook.

Figura 4. **Logo Facebook messenger**



Fuente: BULNES FRAGA, Ana. Cómo funciona la App facebook messenger.
<https://tecnologia.uncomo.com/articulo/como-funciona-la-app-facebook-messenger-26182.html>.
Consulta: 1 de noviembre de 2017.

Muchos internautas siempre están tratando de encontrar otras formas de uso para las aplicaciones, y facebook no es la excepción. Uno de los usos más comunes para ganar popularidad y competencias es obtener más *likes* no oficiales, los cuales utilizan diferentes páginas para realizarlo, algunos ejemplos de estas páginas son Hublaa Liker, KindomLikes y addmefast; también cómo poder quitar anuncios de facebook, saber quien visitó tu perfil, tratar de ver imágenes de contactos que no tienen agregados como amigos.

2.1.2. Instagram

Creada por Kevin Systrom, Mike Krieger, Instagram fue lanzada en octubre de 2010. Esta aplicación ganó rápidamente popularidad, llegando a tener más de 100 millones de usuarios activos en abril de 2012 y más de 300 millones en diciembre de 2014. Instagram fue diseñada originalmente para iPhone y a su vez está disponible para sus hermanos iPad e iPod con el sistema iOS 3.0.2 o superior. A principios de abril de 2012, se publicó una versión para Android y en 2013 se lanzó la versión beta para Windows Phone y oficial para Windows 10 en 2016.

El 3 de abril de 2012 salió la versión abierta al público para Android. Algunas semanas antes, Instagram había anunciado que estaba llevando a cabo pruebas en Android mediante una beta cerrada. En dicho momento, se dio la posibilidad de registrarse en una web para recibir un aviso una vez fuera lanzada la aplicación final, lo cual hicieron unas 430 000 personas. Una vez lanzada, la versión para Android consiguió más de un millón de descargas en menos de 24 horas.

El 9 de abril de 2012 se anunció que facebook había adquirido la compañía por mil millones de USD.

En los tres meses siguientes Instagram fue evaluado más de un millón de veces por los usuarios de Google Play, convirtiéndose de esta forma en la quinta aplicación más evaluada por dichos usuarios en mayo de 2013, la aplicación había sido evaluada más de 4 millones de veces. El éxito de Instagram radica en lo visual, en la publicación de fotos y videos.

Figura 5. **Logo de Instagram**



Fuente: BBC Mundo. Por qué Instagram decidió cambiar su logotipo.

http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/05/160511_tecnologia_instagram_cambia_logo_yv.

Consulta: 1 de noviembre de 2017.

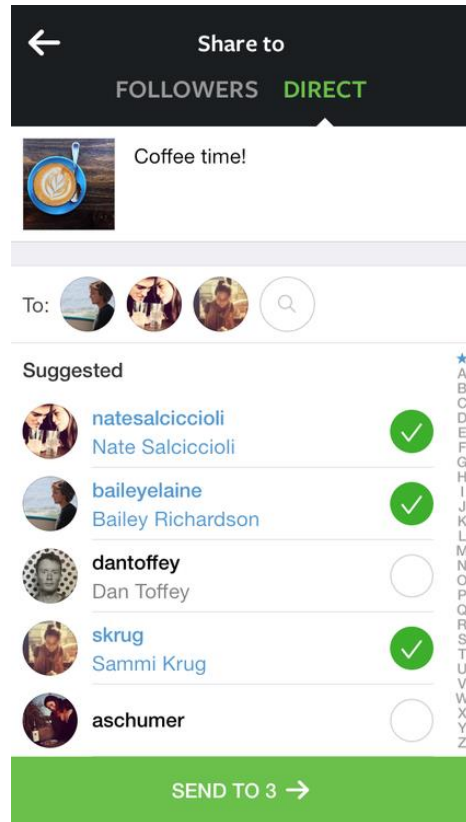
Los servicios que ofrece Instagram son los siguientes:

- Edición de fotografías: los usuarios de Instagram lograrán aplicar efectos fotográficos como filtros, marcos, similitudes térmicas, áreas subyacentes en las bases cóncavas, colores retro y posteriormente compartir las fotografías en la misma red social o en otras como Facebook, Tumblr, Flickr y Twitter.
- *Hashtag*: es la unión de dos palabras en inglés *hash* que se refiere al símbolo numeral y *tag* que se refiere a etiqueta, unidos forman la palabra *hashtag*, que quiere dar a entender un numeral seguido de una etiqueta, tal como #tesis, al realizar este *hashtag* sirve como identificador de palabras claves, para localizar fotos, videos o comentarios relacionados a la palabra clave, este servicio también está activo en Twitter.
- Instagram direct: es la forma de hacer una comunicación de usuario a usuario. Solo se debe de realizar el proceso habitual de hacer o escoger una foto, editarla con los imprescindibles filtros y, en el momento de introducir el texto, se ven dos opciones en la parte superior de la pantalla

seguidores y direct. Al presionar en direct se podrá seleccionar a un usuario o varios a un máximo de 15 personas para enviarles la foto o video. Una vez enviada, un sistema de *check* parecido al de Whatsapp, permitirá si esas personas han visto la foto o aún no lo han abierto. Existe la posibilidad de eliminar esa foto o video después de haberla enviado o incluso visto por el otro usuario, para asegurarse de que se elimine del buzón de la otra persona. Las empresas se están beneficiando mucho de esta nueva modalidad, de una forma de llegar más personalizado a sus seguidores. Uno de los usos por las empresas es que lanzan una promoción, y a sus ganadores les envían la notificación por Instagram Direct, para que solo ellos sepan de la premiación. Ver figura 6.

- Publicar en otras redes el mismo contenido: Instagram permite conectar con Facebook, Twitter, Tumblr, Flickr, Foursquare o Vkantakte. Al momento de estar enlazado, logrará que la publicación que realice en Instagram se replique en las demás redes sociales a las cuales autorizó.
- Instagram stories: se ha convertido en una especie de diario, que tiene una duración de 24 horas, durante ese tiempo puedes ir editando la publicación e incluso ver las estadísticas de quién ha visualizado tu historia. Cualquier publicación que realices en Instagram *Stories* llegarán a todos tus seguidores.
- *Like*, comentar y compartir: todas las publicaciones que visualizas, puedes darle *like* pulsando en el corazón, realizar comentarios sobre la publicación y reenviar o compartir la publicación con otros contactos.

Figura 6. **Compartiendo con Instagram direct**



Fuente: SÁNCHEZ, Aida. Instagram Direct, ¿qué es, cómo funciona y cómo pueden usarlo las marcas? <http://www.codigosocial.es/instagram-direct-que-es-como-functiona-y-como-pueden-usarlo-las-marcas/>. Consulta: 1 de noviembre de 2017.

- Guardar publicación: se puede guardar todas las publicaciones que hayan gustado al usuario, pulsando el icono posicionado a la derecha con estilo de bandera, luego se podrá visualizar la publicación en la colección del perfil de usuario en instagram.
- Foto cuadrada: todas las fotos y videos que no tengan un formato cuadrado, la aplicación las recorta para que sean cuadradas, con la opción de mover la fotografía para decidir que mostrar en el cuadrado.

- **Publicación de videos:** instagram te permite publicar videos de un máximo de 60 segundos, esto con el fin de asegurar que los seguidores vean los videos, debido a que si es más de un minuto difícilmente los usuarios llegan a visualizarlo.
- **Guarda borradores para después:** se puede empezar a realizar una publicación, pero no publicarla aún, por lo que se puede guardar para publicarla después. Importante saber que cuando instagram actualiza la aplicación estos borradores desaparecen.
- **Desactivar los comentarios:** en las publicaciones se puede desactivar realizar comentarios, por lo que solo se puede visualizar, dar *like* y compartirla.

Los usuarios pueden llegar a utilizar otras aplicaciones adicionales para un mejor manejo de su cuenta de instagram, esto último es más común en las empresas, para impulsar de mejor manera su marca. Tal es el caso de *Repost for Instagram* (repostear para instagram), con esta aplicación podrás compartir de nuevo cualquier publicación las veces que necesites. También utilizan otras herramientas para conseguir más *followers* (seguidores), para crear una cuenta de renombre, o para visualizar de mejor manera las estadísticas de la cuenta de instagram. Una de las herramientas muy utilizadas para esta es Iconosquare. Statigram es otra aplicación web para visualizar las fotografías de instagram, también se podrán visualizar estadísticas.

2.1.3. Twitter

Esta red social inició internamente con los empleados de Odeo, mientras se estaba desarrollando un servicio de radio on-line (*podcasting*) que no tuvo éxito debido del lanzamiento en simultáneo con un producto similar por parte de

iTunes. Sus creadores son extrabajadores de Google, Evan Williams y Biz Stone con la colaboración de Jack Dorsey, Evan Henshaw-Plath y fundamentalmente de Noah Glass.

Su versión definitiva fue lanzada 15 de julio de 2006 y hasta el 3 de noviembre de 2009, apareció la versión de Twitter en español.

Las características de Twitter radican en la publicación de texto plano con un límite de caracteres a 140, a lo que se le llama tuit. La mecánica básica de Twitter la describe Steve Berlin Johnson como muy simple:

Como red social, Twitter gira en torno al principio de los seguidores. Cuando usted elige seguir a otro usuario de Twitter, los tuits de ese usuario aparecen en orden cronológico inverso, en la página principal de Twitter. Si usted sigue a 20 personas, verá una mezcla de tuits desplazarse hacia debajo de la página: actualización sobre el desayuno de cereales; nuevos enlaces de interés recomendaciones de música incluso reflexiones sobre el futuro de la educación.

Twitter utiliza los identificadores de las cuentas a través de una arroba (@) seguido del nombre del usuario, los cuales pueden llegar a ser mencionados en los tuits como también los *hashtag*. También utiliza el concepto de *timeline* que se refiere a la línea de tiempo donde van apareciendo todos los tweets ordenados por fecha y hora.

Figura 7. Logo de Twitter



Fuente: CHAWLA, Nickhil. <http://www.theunbiasedblog.com/2016/01/twitter-celebrates-india%E2%80%99s-67th-republic-day-with-first-ever-republicday-emoji.html>. Consulta 1 de noviembre de 2017.

Entre los servicios que Twitter ofrece, están los siguientes:

Retweet: es un nombre inventado por los usuarios de Twitter, es mencionar lo que otra persona ha dicho para agregar o no un comentario al respecto. Otra forma de verlo es copiar y pegar un tweet, para hacerlo se debe dar clic en el botón RT si estás en una aplicación, pudiendo así, agregarle algún comentario de adelante algo sobre el tweet. Desde la web, se tiene que buscar el botón debajo del tweet y darle clic, automáticamente los contactos de Twitter verán el tweet como si ellos mismos lo siguieran.

Figura 8. Ejemplo de un Retweet



Fuente: LLIULLA, Carmen. ¿Qué es y cómo hacer un retweet?
<https://www.webespacio.com/que-es-retweet/>. Consulta: 1 de noviembre de 2017.

- Menciones: esto se refiere a cualquier tweet que contenga el @nombredeusuario de otro usuario en alguna parte del cuerpo del tweet. Estos mensajes, así como todas tus respuestas, se reúnen en la pestaña de notificaciones. Aunque no se pueda ver en la cuenta del usuario al que se le hizo mención, podrá realizar una búsqueda en Twitter para encontrar tweets que mencionen el @nombredeusuario de la cuenta. Si recibes una mención de alguien a quien no conoces, no verás en tu *timeline* esta mención, pero si lograrás ver la mención en la pestaña de notificaciones.
- Fotografías en los tweets: en cada tweet que se realice, puede colocarse imágenes, y para no perder la regla de 140 caracteres, cuando son imágenes, únicamente se podrán colocar 116 caracteres y los otros 24 se utilizar para las imágenes. Dependiendo de la cantidad de imágenes la relación irá cambiando, para una imagen la relación es de 16:9 con un mínimo de 600 x 335 píxeles. Las imágenes pueden tener un tamaño máximo de 15 MB en twitter.com y 3 MB en ads.twitter.com
- Listas de Twitter: las listas ayudan a administrar la cuenta de Twitter. Se trata de generar listados de usuarios agrupados en torno a categorías, de esa forma segmentar los seguidores y poder interpretarlo mejor. Por ejemplo, se puede crear listas con nombres como clientes, tuiteros, influyentes o competidores y añadir en esas listas perfiles con esas características. Cuando se haga clic en alguna de esas listas, aparecerá en el *timeline* las publicaciones únicamente de los miembros agrupados en la lista que se haya seleccionado.
- Tweets con emoticones: en cada tweet se puede acompañar con emoticonos para dar más realce a los tweets.
- Aquila messenger: es la aplicación de mensajería instantánea exclusiva de Twitter. Los tuiteros pueden enviar mensajes directos de una manera

más rápida y fácil. Con esta herramienta no se puede observar el *timeline*, ni los tweets que haya publicado, aún está en su versión beta.

- *teams* en Twitter: *Teams* se refiere a equipos en inglés, pero en Twitter se refiere a poder manejar varias cuentas de Twitter para el análisis empresarial.

Al igual que las redes sociales anteriores, Twitter puede ser administrado desde otras aplicaciones de terceros. Específicamente los que más utilizan estas herramientas son los de *Community Managers* (gerentes de comunidad), es una de las nuevas tendencias de trabajo en el mercado, es aquella persona o identidad virtual que representa y gestiona la identidad y personalidad de nuestra marca en la red. Se trata de una figura que lleva años existiendo pero que no ha sido hasta los últimos meses que ha tomado fuerza y su nombre ya está sonando fuerte en los medios dedicados al marketing *online*. Un *Community Manager* debe ser siempre la voz online de la empresa lo que lo lleva a estar presente en muchos más canales; una de las aplicaciones que permiten esta labor es *followerwonk*. También existe aplicaciones que realizan publicaciones programadas que evitan que el usuario esté conectándose continuamente para interactuar con su aplicación, una de las aplicaciones que permite esta actividad es Postcron.

2.1.4. Snapchat

Snapchat fue creado por Evan Spiegel como proyecto para una de sus clases de Stanford, donde este último era estudiante de último curso de diseño de productos. Comenzó con el nombre de Picaboo para publicar fotos y destruirlas rápidamente para que nadie más las viera. Más tarde decidieron contar con Murphy para codificar la aplicación. Cuando Spiegel mostró, en abril de 2011 dicha aplicación como proyecto final para su clase de diseño de

productos, sus compañeros se opusieron a la idea de que las fotografías no fuesen permanentes.

En mayo de 2012, se mandaban 25 imágenes por segundo y para noviembre de ese mismo año, ya se habían compartido más de un millón de fotografías a través de la aplicación iOS de Snapchat. Dicha aplicación comenzó a venderse para Android el 29 de noviembre de 2012.

Según Snapchat, en mayo de 2013 los usuarios mandaban 14 000 millones de fotos y videos diarios, mientras que las historias eran reproducidas unas 500 millones de veces al día. A finales de agosto, la empresa estaba valorada en 10 000 millones de dólares estadounidenses.

La mayoría de los usuarios de dicha aplicación tiene una media de 12 a 23 años de edad. Snapchat generalmente se utiliza para mandar autorretratos, denominados *selfies*, y el 3 % de ellos se mandan a grupos o guardarlas en galería si no se quieren compartir.

Con Snapchat se puede mandar a los contactos fotos y videos adornados con textos y dibujos. Lo que se envía es conocido como snaps, los cuales sólo serán visibles por 10 segundos como máximo, tras lo que desaparecerá de la pantalla del destinatario y serán borrados del servidor de Snapchat, no quedará ni rastro a menos que el destinatario tome una captura de pantalla en su dispositivo.

En diversos estudios llevados a cabo en Estados Unidos, solo el 1,6 % de los usuarios afirmaban utilizar Snapchat principalmente para *sexting* (envío de fotos sexuales), mientras que el 14,2 % afirmó que alguna vez envió contenido sexual. La mayoría, el 59,8 %, utilizan la aplicación para mandar contenido

humorístico o absurdo. En dichas encuestas se confirmó que el éxito de Snapchat no radica por el sistema de seguridad que brinda de borrado de mensajes, sino porque los usuarios encuentran divertida la utilidad.

La aplicación de Snapchat, ha creado controversias al utilizar la edición de intercambio de cara en una foto, y resulta que han aparecido caras donde no debería existir algo o alguien. Sin embargo, esto tiende a ser escalofriante para el usuario que ha tenido este tipo de experiencias a través de la aplicación.

Las funciones que Snapchat ofrecen son las siguientes:

- **Fotos y videos temporales:** esta red social permite compartir fotos y videos por un lapso de 10 segundos, que posteriormente será destruido de los servidores de Snapchat para que no exista evidencia. Pero esto no descarta que el destinatario realice alguna captura de pantalla para quedarse con una copia del contenido recibido. Sin embargo, el emisor recibe notificación cuando el destinatario haya hecho alguna copia del contenido enviado.

Figura 9. **Logotipo de Snapchat**

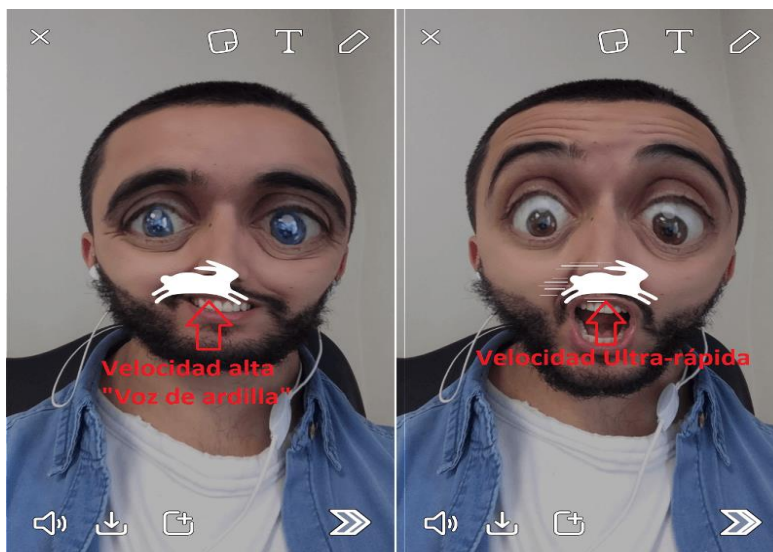


Fuente: <http://seeklogo.com/images/S/snapchat-logo-210C1F0142-seeKlogo.com.png>. Consulta

1 de noviembre de 2017

- Filtros para fotos y videos: este es el fuerte de Snapchat realizar filtros o realizar ediciones animadas de las fotos o de los videos, para verse divertidos ante la comunidad y para ellos mismos. Constantemente Snapchat lanza nuevos filtros y animaciones para sus fotos o videos. En la edición de video tomado desde la aplicación permite colocar la reproducción del video en diferentes velocidades como caracol o conejo, a la vez cambiará el audio o voz, haciéndolo más lento o más rápido. También tiene la opción de colocar la voz como rebobinado.
- Edición de voz: en la edición de un video también se le puede aplicar edición a la voz. Las opciones de voces que tiene disponible son de voz de ardilla, de oso, de robot o de alíen.

Figura 10. **Voz de ardilla en Snapchat**



Fuente: ESPINAL, Juan M. Cómo poner la voz de ardilla o voz rápida en Snapchat.

<https://www.downloadsource.es/como-poner-la-voz-de-ardilla-o-voz-rapida-en-snapchat/n/8443/>.

Consulta: 1 de noviembre de 2017.

Para el *Community Manager* Snapchat le será muy útil en tres aspectos:

- Evaluar: el *Community Manager* podrá evaluar cuáles tendencias sociales y de consumo emergentes tiene éxito y cuáles no.
- Diseñar campañas de publicidad y marketing: dirigidas a jóvenes para promocionar productos específicamente pensados para ellos (videojuegos, ropa, comida rápida, zonas de ocio, deportes, entre otros.).

Aunque también existen ciertas desventajas para el *Community Manager*, debido a su inmediatez, lanzar una campaña en Snapchat supone mucho tiempo y dedicación. Además al carecer de herramientas de medición, resulta muy difícil evaluar su efectividad. Con lo que lanzar una campaña de publicidad y marketing en esta red social, se convierte en algo muy costoso tanto en tiempo como en recursos.

2.1.5. YouTube

YouTube Inc. fue fundada por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim en febrero de 2005 en San Bruno, California. Todos ellos se conocieron cuando trabajaban en PayPal, Chen y Karim como ingenieros, y Chad como diseñador. De acuerdo con Hurley y Chen, la idea de YouTube surgió ante las dificultades que experimentaron al tratar de compartir videos tomados durante una fiesta en San Francisco. Esta historia ha sido considerada una versión muy simplificada, y Chen ha reconocido que esta idea se puede haber promovido por la necesidad de presentar una historia sencilla al mercado. Karim ha declarado que la fiesta nunca ocurrió, y que la idea de compartir videos en internet fue suya. Sus compañeros han declarado que la fiesta sí ocurrió, y que la idea original de Karim, era crear una página de citas, donde las personas pudiesen calificarse con base a sus videos.

El dominio fue activado el 15 de febrero de 2005, y el 23 de abril fue cargado el primer video, *Me at the Zoo* (Yo en el zoológico). En la primavera YouTube entró en línea. Sin embargo los creadores se percataron rápidamente de que los usuarios cargaban toda clase de videos, dejando atrás la idea original. El tráfico se disparó cuando la gente empezó a colocar enlaces de YouTube en sus páginas de MySpace.

YouTube se lanzó oficialmente en diciembre de 2005, para esa fecha las páginas de YouTube eran visitadas unas 50 millones de veces al día. Sin embargo, luego de que el video musical *Lazy Sunday*, transmitido originalmente en la presentación *Saturday Night Live*, fuera cargado a YouTube. Las visitas se dispararon de nuevo hasta alcanzar las 250 millones de visualizaciones diarias. Para mayo de 2006, según Alexa.com, YouTube alcanzó los dos mil millones de visualizaciones por día.

En octubre de 2006, Google compró YouTube por 1 650 millones de dólares en acciones. Para el momento de la compra, 100 millones de videos en YouTube eran visualizados, y 65 mil nuevos videos eran añadidos diariamente. Además, unos 72 millones de personas la visitaban por mes.

Todo el mundo puede ver videos en YouTube. Se pueden ver historias de primera mano de eventos actuales, buscar videos relacionados con aficiones e intereses, y descubrir cosas excéntricas e insólitas. A medida que crece el número de usuarios que capturan sus momentos especiales en video, YouTube les da la oportunidad de convertirse en los comunicadores del futuro.

Figura 11. **Logotipo de YouTube**



Fuente: El nuevo logo de YouTube, y nuevo diseño en su web.

<https://www.whatsnew.com/2017/08/29/el-nuevo-logo-de-youtube-y-nuevo-diseno-en-su-web/>.

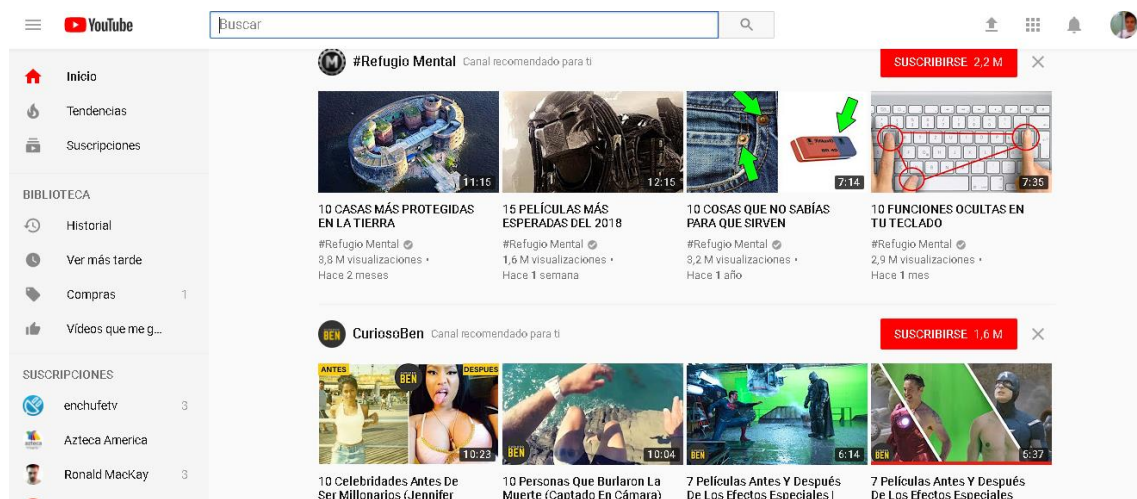
Consulta: 1 de noviembre de 2017.

YouTube ofrece las siguientes funciones:

- **Cargar videos:** esta es la función principal de YouTube, el compartir a través de internet videos, respetando los límites de integridad e inmoralidad sexual. Cuando son videos demasiado explícitos, se ha solicitado que retiren el video de la red social. Estos videos se pueden subir en diferentes formatos.
- **Acelerar y ralentizar la reproducción:** esta opción por el momento está disponible en la web, aunque en las próximas actualizaciones estará disponible para la aplicación móvil.
- **Navegar mientras se reproduce un video:** se puede seguir reproduciendo un video mientras se navega en internet, tanto en la web como en un dispositivo móvil a través de la aplicación.
- **Crear un Canal en YouTube:** al crear un canal se podrán subir videos, marcar otros como favoritos e incluso crear listas de reproducción para que los que visiten tu canal puedan visualizarlas.
- **Suscribirse a un canal:** al momento de suscribirse a algún canal de un usuario, aparecerán los videos de ese usuario en la página de inicio de YouTube del suscriptor.

- Conectar con otros usuarios: al compartir los videos a través de las aplicaciones de facebook, Twitter u otros sitios, se logrará conectar con otros usuarios que se interesen por la temática de los videos que se estén publicando como usuario.
- Privacidad en los videos: se podrá colocar los videos de forma pública o privada, de modo que cuando sea privado, se podrá compartir los videos con aquellos a quienes se les envíe la URL del video, de lo contrario podrá ser encontrado por cualquier persona a través de las palabras claves que se hayan definido en la descripción del video.

Figura 12. Nueva presentación de la página de YouTube



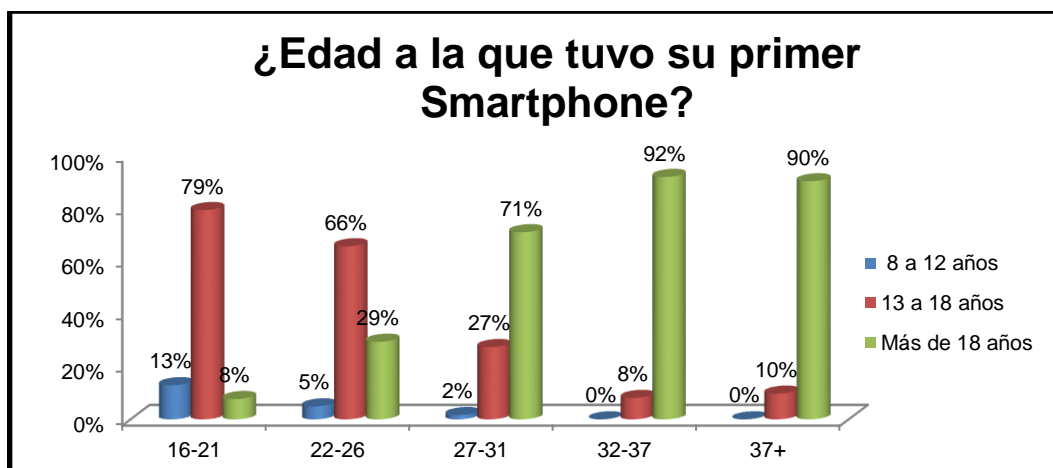
Fuente: captura de pantalla del navegador web, <https://www.youtube.com>.

Consulta: 1 de noviembre de 2017.

3. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En la pregunta 1 ¿Edad a la que tuvo su primer Smartphone?, el 92 % de las personas en el rango de edad de 32 a 37 años obtuvieron su primer Smartphone mayores a 18 años. Sin embargo, la tendencia marca que el joven de ahora obtiene su Smartphone a una corta edad, marcando en un 79 % al joven entre la edad de 16 a 21 años que obtuvieron su Smartphone entre la edad de 13 a 18. No obstante hay un porcentaje de 13 % asignado a los jóvenes entre la edad de 16 a 21 años que obtuvieron su Smartphone aun siendo niños entre 8 y 12 años. Con un alto porcentaje mayor a 70 %, las personas mayores o iguales a 27 obtuvieron su Smartphone a una edad mayor a 18 años, ya sea por la poca introducción de la tecnología o por escasos recursos.

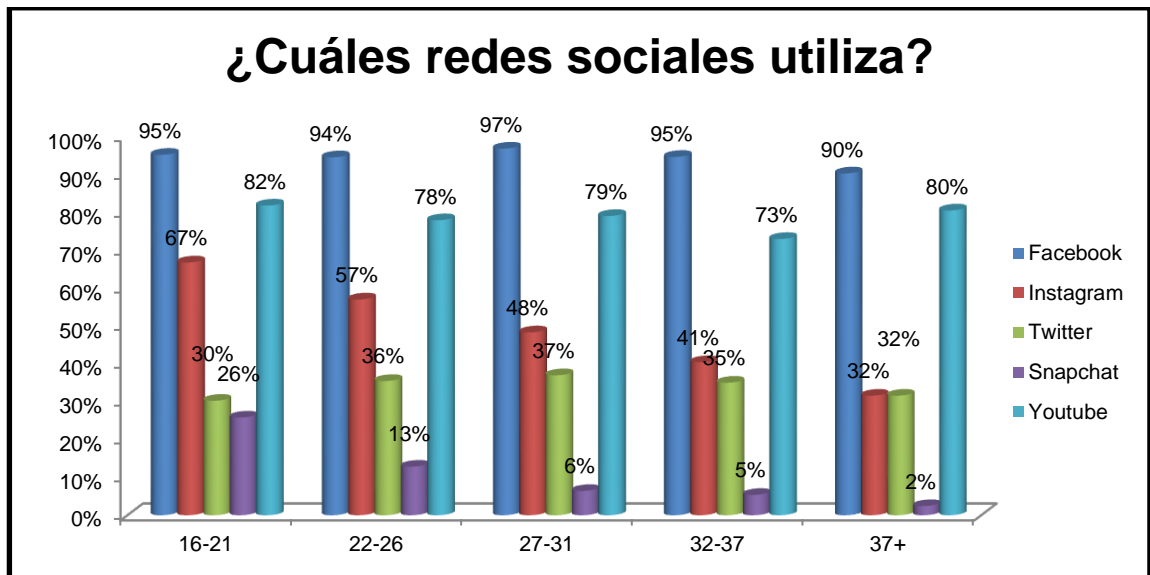
Figura 13. **Gráfica 1, de respuestas de la pregunta 1**



Fuente: elaboración propia.

En la pregunta 2 ¿Cuáles redes sociales utiliza?, los jóvenes entre la edad de 16 y 21 años son las personas más activas en las redes sociales, son los que tratan de utilizar la mayoría de las redes sociales. Los jóvenes adultos de la edad entre 27 y 31 años son los usuarios más activos en la red social Facebook llegando a una utilización del 97 %, sin embargo, en todas las edades existen índices altos en la utilización de facebook, seguido por la aplicación de YouTube, la más visitada después de facebook. El tercer lugar de preferencia se lo lleva Instagram donde su máximo porcentaje está en los jóvenes de 16 a 21 años con el 67 %. Twitter se encuentra en el cuarto lugar de preferencia donde su mayor índice se observa en los jóvenes de 27 a 31 años, posiblemente por el tema de noticias, pero se analiza en las siguientes preguntas. Y por último Snapchat, donde hay muy poca utilización de esta aplicación con los adultos mayores de 37 años, únicamente un 2 % utiliza Snapchat, evidentemente los jóvenes entre 16 y 21 años son los que más utilizan Snapchat, posiblemente por el tema de diversión, con la edición de sus imágenes y poder compartirlas.

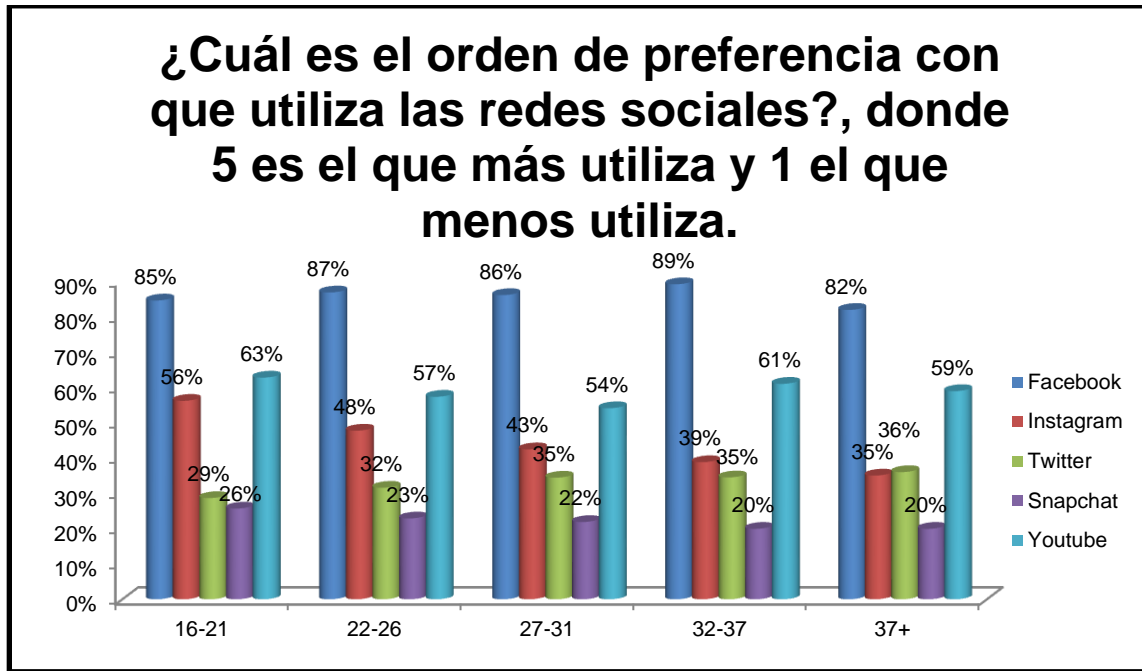
Figura 14. Gráfica 2, de respuestas de la pregunta 2



Fuente: elaboración propia.

En la pregunta 3 ¿Cuál es el orden de preferencia con que utiliza las redes sociales?, donde 5 es el que más utiliza y 1 el que menos utiliza. El objetivo de esta pregunta es conocer de las redes sociales que marcaron en la pregunta anterior, cuál es el nivel de preferencia para cada red social. Realmente los resultados son muy similares a la gráfica anterior. Todos los rangos de edades concuerdan que la red social que más les atrae utilizar es facebook, seguido por YouTube en segundo lugar. En tercer lugar posicionan a Instagram a excepción por las personas mayores de 37 años que el tercer lugar se lo otorgó a Twitter con 36 % de los encuestados siendo un punto de porcentaje arriba de Instagram con 35 %. El cuarto lugar se lo otorgaron a Twitter los encuestados de edad de 16 a 37 años. Y, por último todos concordaron en otorgarle a Snapchat el último lugar de preferencia.

Figura 15. Gráfica 3, de respuestas de la pregunta 3

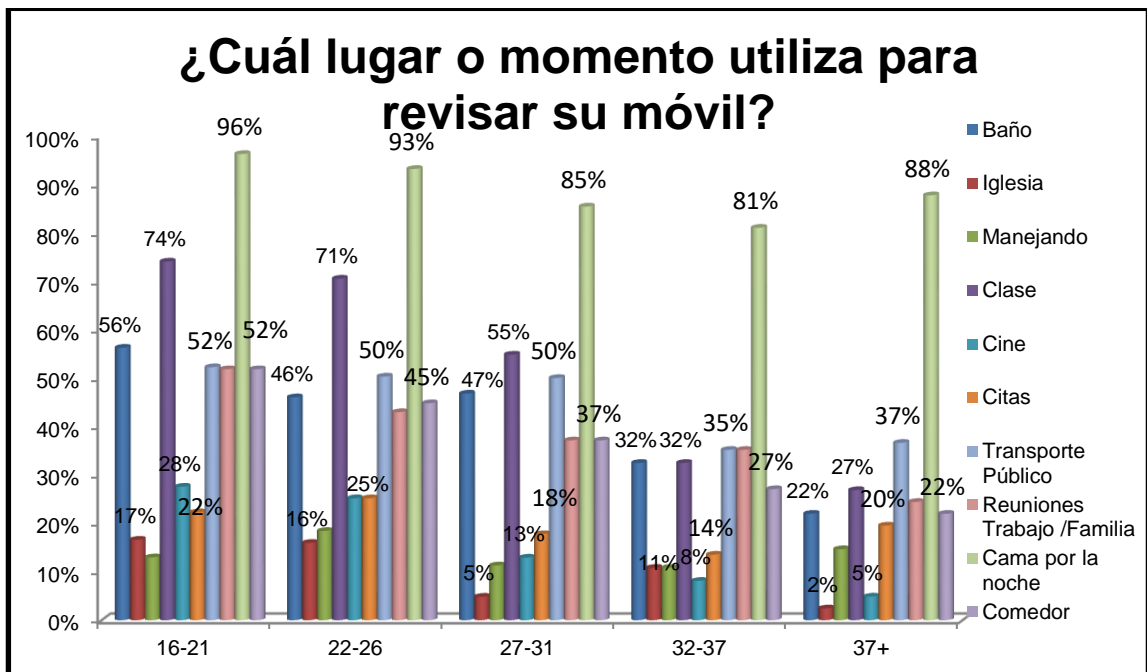


Fuente: elaboración propia.

En la pregunta 4 ¿Cuáles lugares utiliza para revisar su móvil?, nuevamente se observa que la mayor actividad se la llevan los jóvenes entre la edad de 16 a 21 años, teniendo mayor índice en la mayoría de los lugares descritos en la pregunta, a excepción de la opción Manejando y Citas, se puede concluir que por la edad no experimentan esos momentos. Más del 80 % de todos los encuestados revisan su móvil en la cama por la noche. Los jóvenes adultos comprendidos en las edades de 16 y 31 años, revisan el móvil recibiendo clases en la universidad. Otros de los índices elevados donde revisan el móvil son el baño, transporte público, reuniones con la familia y el comedor; estos últimos índices se mantienen similares entre las edades de 16 a 31 años. En los encuestados mayores a 31 años tienen un poco más de

conciencia a la hora de utilizar el móvil. Los lugares que menos utilizan para revisar el móvil es la iglesia y el cine.

Figura 16. Gráfica 4, de respuestas de la pregunta 4

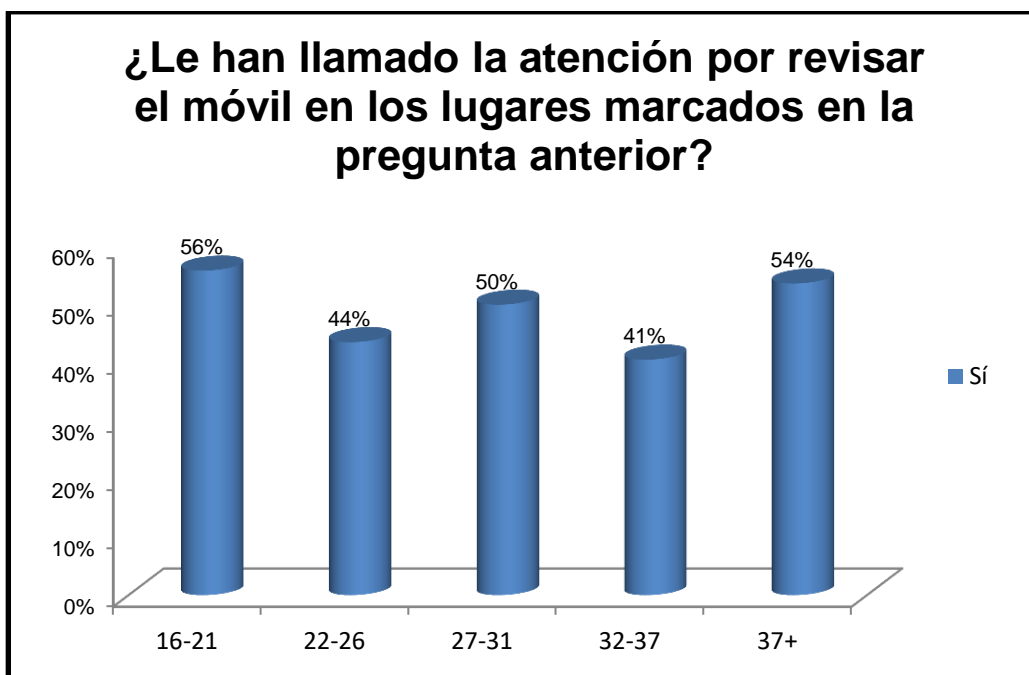


Fuente: elaboración propia

En la pregunta 5 ¿Le han llamado la atención por revisar el móvil en los lugares marcados en la pregunta anterior?, en la pregunta anterior se observaba la obsesión por revisar el móvil en cualquier lugar. En esta pregunta se pretende describir si alguien nota el exceso de tiempo que le dedica al móvil e implícitamente le ha llamado la atención por hacerlo. Más del 40 % de los encuestados le han llamado la atención por revisar el móvil, sin embargo, nuevamente se observa que el mayor índice se lo lleva los jóvenes comprendidos en las edades de 16 a 21 años con un 56 %.

Sorprendentemente el 54 % de los mayores de 37 años también les han llamado la atención por constantemente revisar el móvil. Los jóvenes adultos comprendidos entre la edad de 32 a 37 años son los que obtuvieron el menor índice de llamadas de atención con un 41 %.

Figura 17. **Gráfica 5, de respuestas de la pregunta 5**

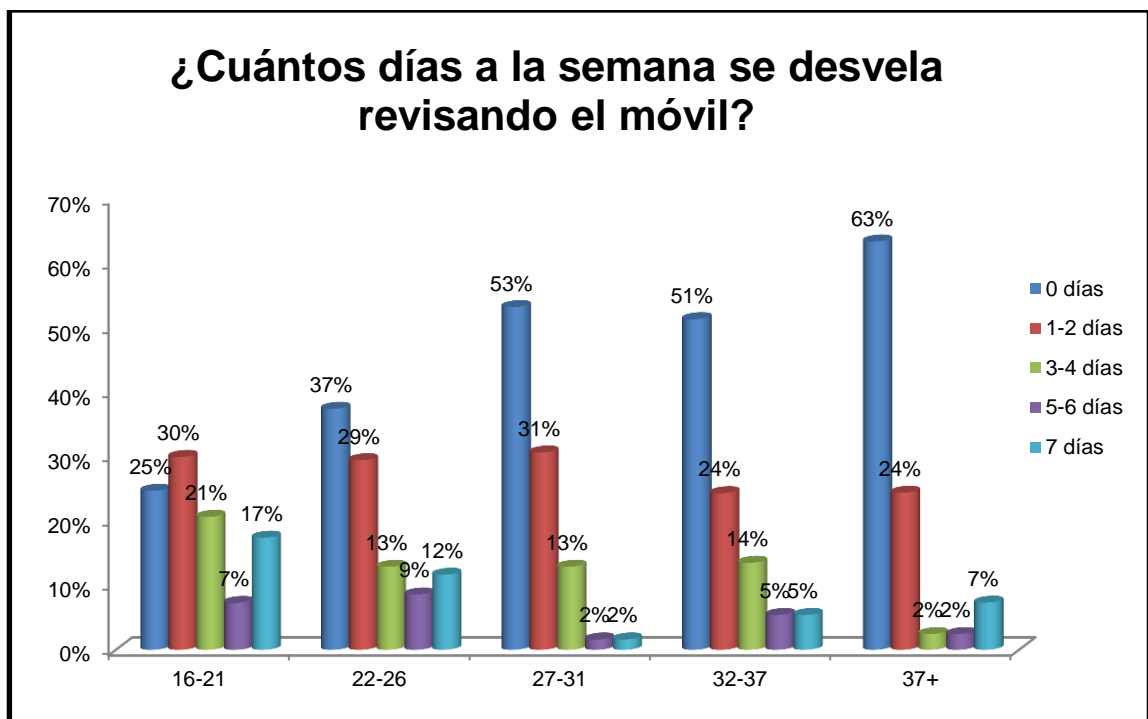


Fuente: elaboración propia.

En la pregunta 6 ¿Cuántos días a la semana se desvela revisando el móvil?, los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 16 a 21 años son los que más interactúan con el móvil, sólo un 25 % de estos jóvenes dice no desvelarse utilizando el móvil, un 30 % de estos jóvenes se desvelan de 1 a 2 días. Existe un 17 % de los encuestados que se desvela día a día. La tendencia marcada en la tabulación de esta pregunta, es a mayor edad menos desvelo. Los índices de desvelo disminuyen gradualmente. Sin embargo, las

personas mayores de 37 años a pesar de la edad, se encuentra un 37 % que se desvela uno o más días a la semana. Los jóvenes adultos comprendidos en las edades de 27 a 31 años y el rango de 32 a 37 años sus resultados tienden a ser similares llegando a más de 50 % que no se desvelan, tienen una mejor conciencia en no estar desvelándose revisando el móvil.

Figura 18. Gráfica 6, de respuestas de la pregunta 6

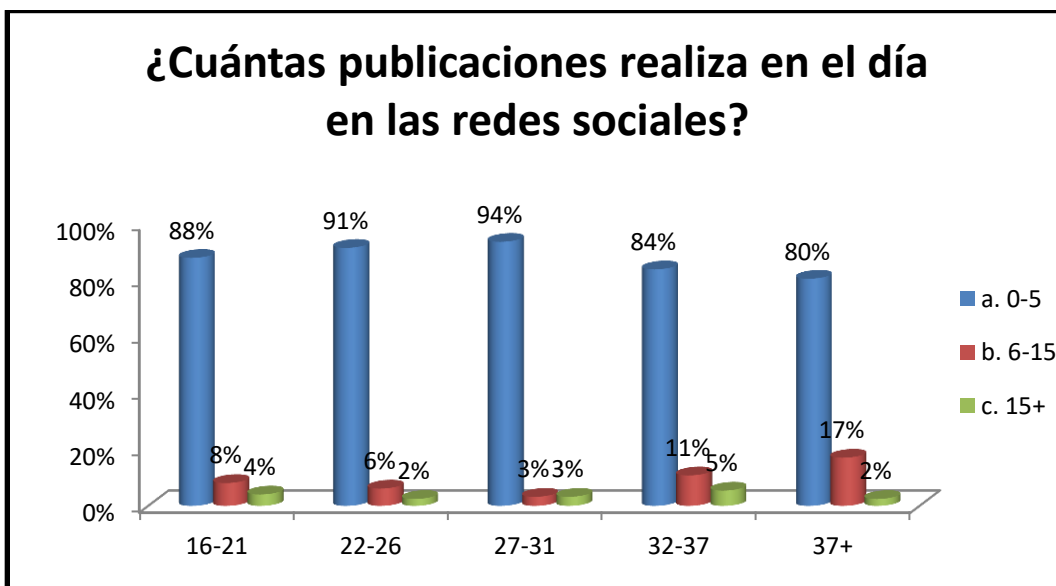


Fuente: elaboración propia.

En la pregunta 7 ¿Cuántas publicaciones realiza en el día en las redes sociales?, De todos los encuestados hay un resultado bastante alto para la categoría de realizar de 0 a 5 publicaciones al día. Las jóvenes comprendidos de 16 a 21 años sorprendentemente son el tercer lugar en contestar de 0 a 5 publicaciones con un porcentaje de 88 %, dándole un 8 % a realizar de 6 a 15

publicaciones, y sólo el 4% contestó que realiza más de 15 publicaciones al día. Sin embargo, los jóvenes adultos comprendidos en la edad de 32 a 37 años contestaron en un 5 % que realizan más de 15 publicaciones al día siendo un porcentaje más alto que el de los jóvenes de 16 a 21 años. Los adultos comprendidos en la edad de más de 37 años son los que contestaron más alto en la categoría de realizar de 6 a 15 publicaciones con un 17 %, también son los que menos realizan más de 15 publicaciones junto con los jóvenes adultos comprendidos entre 22 y 26 años.

Figura 19. **Gráfica 7, da respuestas de la pregunta 7**



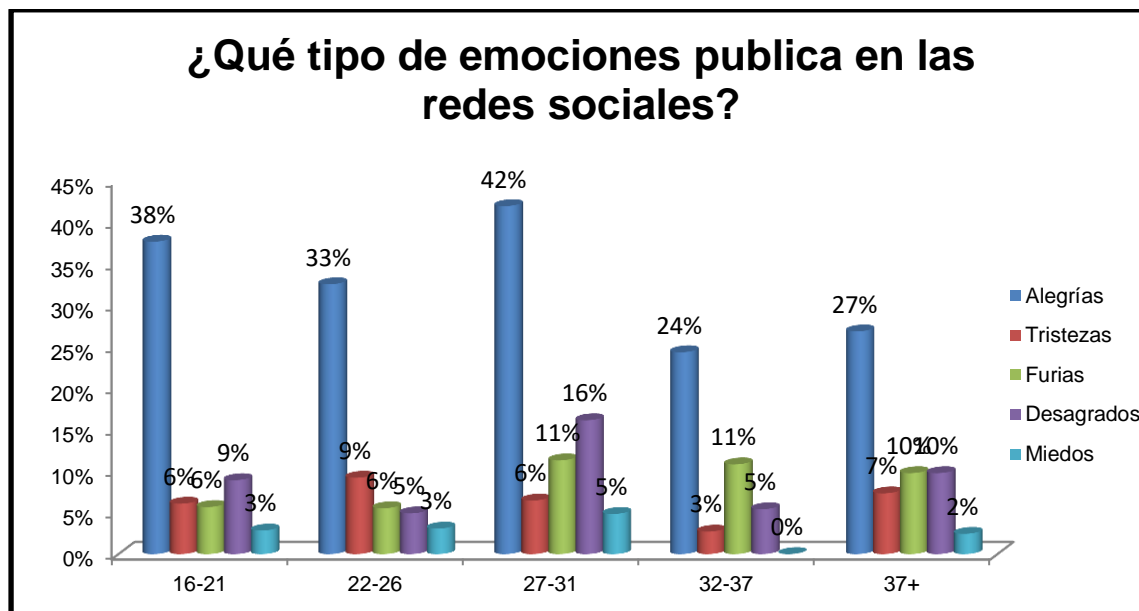
Fuente: elaboración propia.

En la pregunta 8 ¿Qué tipo de emociones publica en las redes sociales?, El resultado en esta gráfica, resalta que lo que más buscan las personas es expresar su alegría. El porcentaje más alto es de 42 % dado a la categoría de publicar alegrías en su vida de los jóvenes adultos comprendidos en las edades de 27 a 31 años. Sin embargo, a todas las demás categorías les dieron menos ponderación.

En los jóvenes comprendidos entre las edades de 16 y 21 años le dieron a la categoría de Alegrías un 38 %; un 6 % tanto para Tristezas como para Furias; un 9 % para la categoría de Desagrados; y un 3 % para la categoría de miedos. Para los jóvenes comprendidos entre las edades de 22 a 26 años le dieron un puntaje a la categoría de alegrías un 33 %; un 9 % para la categoría de tristezas; un 6 % para la categoría de furias; un 5 % para la categoría de desagrados; y solo un 3 % proporcionado a miedos. Los jóvenes comprendidos entre las edades de 27 a 31 años contestaron, siendo los que más porcentaje le dieron, a la categoría de alegrías un 42 %; un 6 % para la categoría de tristezas; un 11 % para la categoría de furias; también son los que más puntaje le dieron a la categoría de desagrados en un 16 %; y tan solo un 5 % a la categoría de miedos, siendo también el porcentaje más alto para esta categoría.

Los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 32 a 37 años le dieron a la categoría de Alegrías un 24 %; un 3 % a la categoría de tristezas; un 11 % para la categoría de furias; un 5 % para la categoría de desagrados; siendo este rango de jóvenes adultos quienes no les interesa publicar sus preocupaciones o miedos, dando a la categoría de miedos un 0 %. Para los Adultos comprendidos en la edad de más de 37 años, también les gusta publicar sus emociones y le dieron un porcentaje de 27 % a la categoría de alegrías; un 7 % para la categoría de tristezas; un 10 % para la categoría tanto para furia como desagrado; y únicamente un 2 % para la categoría de miedos.

Figura 20. Gráfica 8, de respuestas de la pregunta 8



Fuente: elaboración propia.

En la pregunta 9 ¿Ha realizado publicaciones únicamente para elevar su ego?, relacionado con la pregunta anterior, muchas de las personas que publican únicamente sus alegrías tienden a hacerlo por sentirse más que otros elevando así su ego. Sin embargo, el resultado de esta pregunta nos muestra que tan sólo un 16 % de los encuestados de los jóvenes comprendidos en las edades de 16 a 21 años, contestaron que Sí en los jóvenes adultos comprendidos en las edades de 22 a 26 años, siendo los que tienen el mayor porcentaje en elevar su ego con un 19 % los jóvenes adultos comprendidos en las edades de 27 a 31 años con un 16 % de los encuestados contestaron que sí realizan publicaciones para elevar su ego ya desde las edades de 32 años se va viendo un cambio de madurez en la persona, ya que los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 32 a 37 años contestaron con un 3 % que

realizan publicaciones para elevar su ego y en los adultos mayores a 37 años con 5 % realizan publicaciones para elevar su ego.

Figura 21. Gráfica 9, de respuestas de la pregunta 9

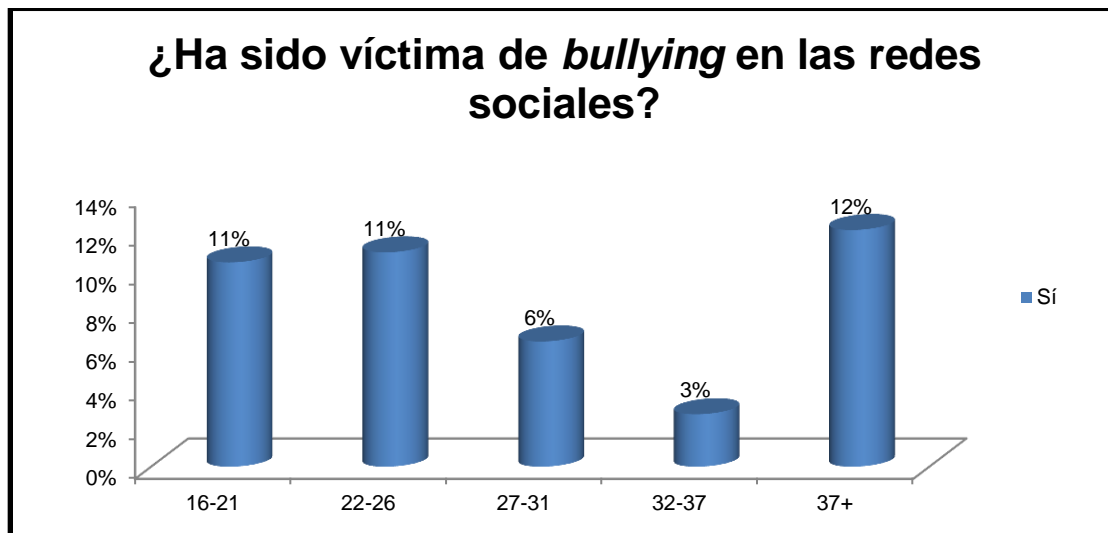


Fuente: elaboración propia.

En la pregunta 10 ¿Ha sido víctima de *bullying* en las redes sociales?, en la constante utilización de las redes sociales, se pueden hacer comentarios que no sean de agrado para otros usuarios de las redes sociales, que pueden provocar *bullying* a otros. En esta pregunta los jóvenes comprendidos entre las edades de 16 a 26 años contestaron con un 11 % que han sido víctimas de *bullying* en las redes sociales los adultos jóvenes comprendidos entre las edades de 27 a 31 años contestaron en un 6 % de los encuestados con un Sí de que han sido víctimas del *bullying* en las redes sociales; los adultos jóvenes comprendidos entre las edades de 32 a 37 años son los que han tenido mejor cuidado en el uso de las redes sociales, ya que solo un 3 % han sufrido de

bullying en las redes sociales; sorprendentemente hay más víctimas de *bullying* en las redes sociales con las personas adultas mayores a 37 años.

Figura 22. Gráfica 10, de respuestas de la pregunta 10

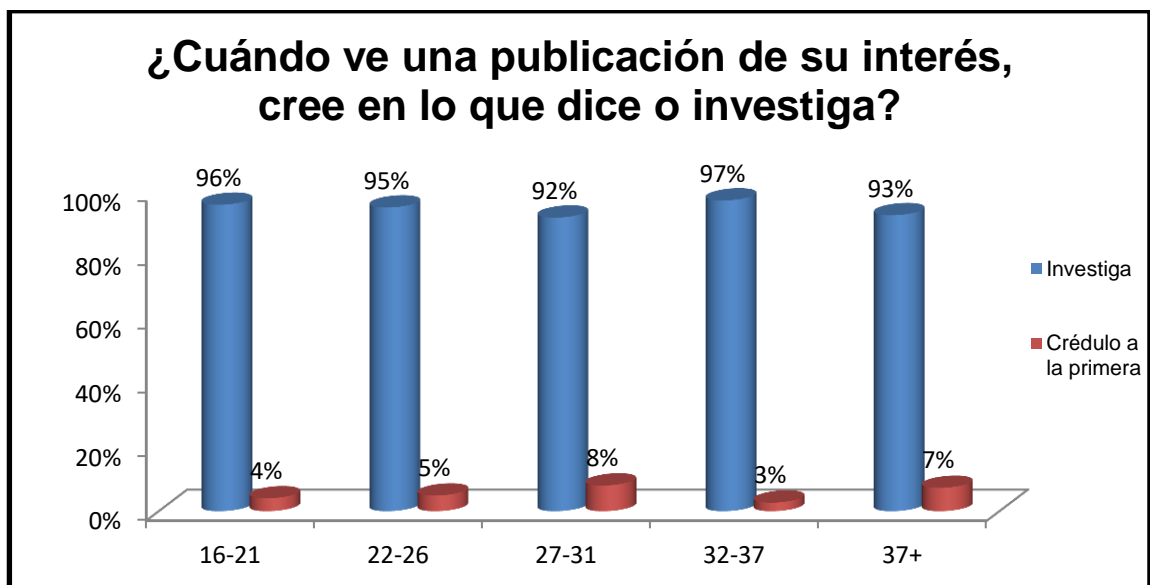


Fuente: elaboración propia.

En la pregunta 11 ¿Cuándo ve una publicación de su interés, cree en lo que dice o investiga?, existen jóvenes que creen todo lo que ven en las redes sociales, sin darse la oportunidad de investigar que lo que dicen en las redes sociales sea verdad. Esta pregunta da un giro a esta primera hipótesis, donde la mayoría contestó, que lo que ve en las redes sociales no lo creen a la primera vista y deciden ir a investigar lo que ven. Se observa que los jóvenes comprendidos en las edades de 16 a 21 años, un 4 % de los encuestados contestaron que si son crédulos a la primera y el 96 % contestó que sí investiga; en los jóvenes de 22 a 26 años un 5 % de los encuestados contestó que sí son crédulos a la primera vista de una publicación y el 95 % restante contestó que decide investigar lo que ve en las redes sociales; En los jóvenes adultos

comprendidos en las edades de 27 a 31 años, contestaron en un 8 % de los encuestados, que son crédulos a la primera vista de una publicación y el 92 % de los encuestados contestó que decide investigar la publicación; en los adultos jóvenes comprendidos entre las edades de 32 a 37 años, solo un 3 % contestó que lo que ve en las redes sociales lo cree a la primera pero el 97 % restante decide investigar la veracidad de lo que ve en las redes sociales; y por último para los adultos mayores a 37 años, un 7 % contestó que a la primera vista de la publicación decide creer la veracidad, sin embargo, el 93 % restante decide investigar la veracidad de la publicación.

Figura 23. **Gráfica 11, de respuestas de la pregunta 11**



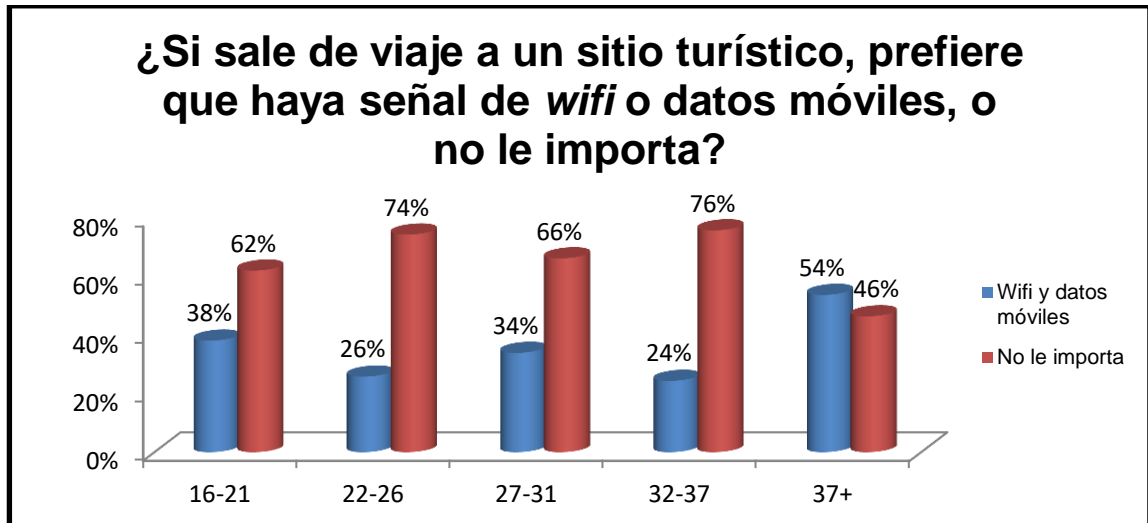
Fuente: elaboración propia.

En la pregunta 12 ¿Si sale de viaje a un sitio turístico, prefiere que haya señal de *wifi* o datos móviles o no le importa?, actualmente a los jóvenes les gusta viajar mucho, el objetivo de esta pregunta pretende demostrar, si los

jóvenes realmente disfrutan de los lugares a los que van de viaje o están más pendientes del móvil. En los jóvenes comprendidos en las edades de 16 a 21 años un 38 % de los encuestados prefiere que hay wifi o señal para sus datos móviles pero el 62 % restante de los encuestados realmente no le importa si haya o no acceso a señal de internet; en los jóvenes adultos comprendidos en las edades de 22 a 26 años un 26 % de los encuestados prefiere que haya señal de wifi o datos móviles y el 74 % restante no da importancia que haya señal de wifi o datos móviles.

En los jóvenes adultos comprendidos en las edades de 27 a 31 años, el 34 % de los encuestados prefiere que haya señal de internet para su móvil pero el 66 % restante dice no importarle en los adultos jóvenes comprendidos en las edades de 32 a 37 años son los que menos le importa que haya señal de wifi o datos móviles contestando con un 76 % que no le importa y un 24 % para los que sí les importa; sin embargo, para los adultos mayores de 37 años hay una preferencia hacia que haya señal wifi o datos móviles con un 54 % y se puede concluir que este porcentaje es alto en esta edad por cuestiones de trabajo, por la constante comunicación en relación laboral o con sus negocios, el 46 % restante contestó no importarle la señal.

Figura 24. Gráfica 12, de respuestas de la pregunta 12



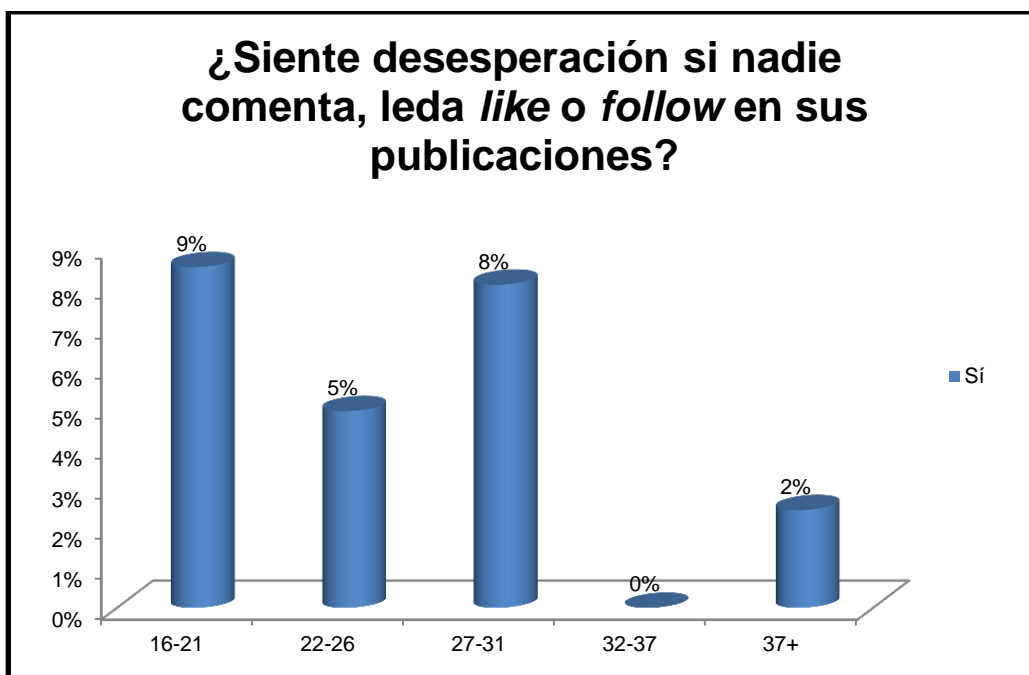
Fuente: elaboración propia.

En la pregunta No.13 ¿Siente desesperación si nadie comenta, le da *like* o *follow* a sus publicaciones?, esta pregunta surgió de observar algunas personas que sienten desesperación cuando nadie presta atención a sus publicaciones en las redes sociales, sin embargo, se observa todo lo contrario en el resultado de esta pregunta.

Los jóvenes comprendidos en las edades de 16 a 21 años en un 9 % contestaron que si siente desesperación cuando nadie presta atención a sus publicaciones ya sea por un comentario, un *like* o un *follow* en sus publicaciones, aunque fue bajo el porcentaje, fueron lo que más obtuvieron en esta pregunta; los jóvenes adultos entre las edades de 22 a 26 años un 5 % de los encuestados sienten desesperación cuando nadie presta atención a sus publicaciones; en los jóvenes adultos entre las edades de 27 a 31 años también sienten desesperación en un 8 % de los encuestados, los adultos jóvenes de 32

a 37 años ninguno contestó sentir desesperación cuando nadie comenta o sigue sus publicaciones; sin embargo, existe un 2 % en los adultos mayores a 37 años que siente desesperación cuando nadie comenta sus publicaciones o les regala un *like* o *follow* en sus publicaciones.

Figura 25. Gráfica 13, de respuestas de la pregunta 13

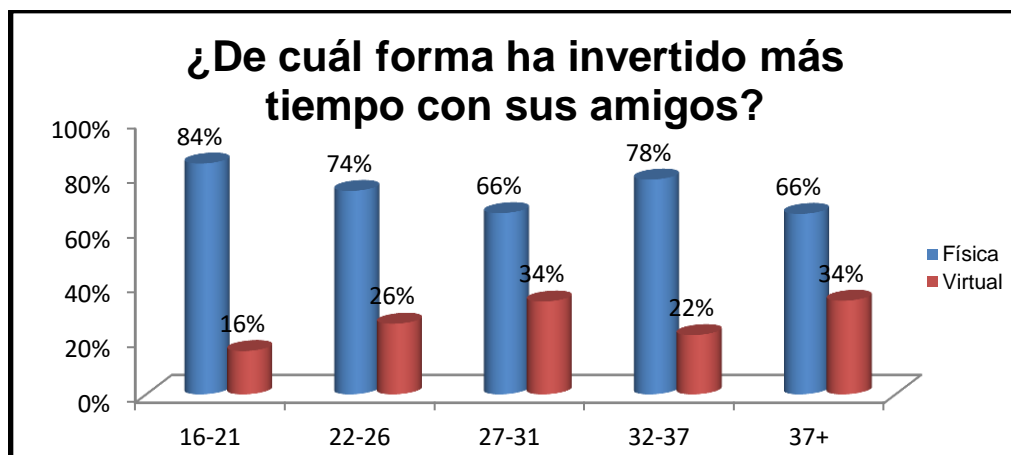


Fuente: elaboración propia.

En la pregunta núm. 14 ¿De cuál forma ha invertido más tiempo con sus amigos?, con tanta tecnología, existe más facilidad en la interacción con otras personas, pero dentro de la universidad el resultado es otro, hay mucha interacción con las personas de alrededor, con el catedrático y con los compañeros de clase, y eso se ve reflejado en el resultado de esta pregunta. Todos contestaron con más del 65 % que invierten más tiempo con sus amigos de forma física. En los jóvenes de las edades de 16 a 21 años contestaron con

un 84% de los encuestados que comparten más tiempo con sus amigos de forma física, el resto de los encuestados contestaron que lo hacen más de forma virtual con un 16 %; En los jóvenes adultos comprendidos en las edades de 22 a 26 años, con un 74 % de los encuestados respondieron que invierten más tiempo de forma física, y el 26 % restante de los encuestados lo hace de forma virtual; los jóvenes adultos comprendidos en las edades de 27 a 31 años en un 66 % de los encuestados respondieron que invierten más tiempo de forma física con sus amigos y el 34 % restante lo hace de forma virtual; los adultos jóvenes comprendidos en las edades de 32 a 37 años contestaron en un 78 % que la forma que más invierten tiempo con sus amigos es de forma física, el 22 % restante contestó que lo hace de forma virtual; y por último los adultos mayores de 37 años invierten más tiempo con sus amigos de forma física en un 66% al igual que los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 27 a 31 años, y el 34 % restante lo hace de forma virtual.

Figura 26. **Gráfica 14, de respuestas de la pregunta 14**

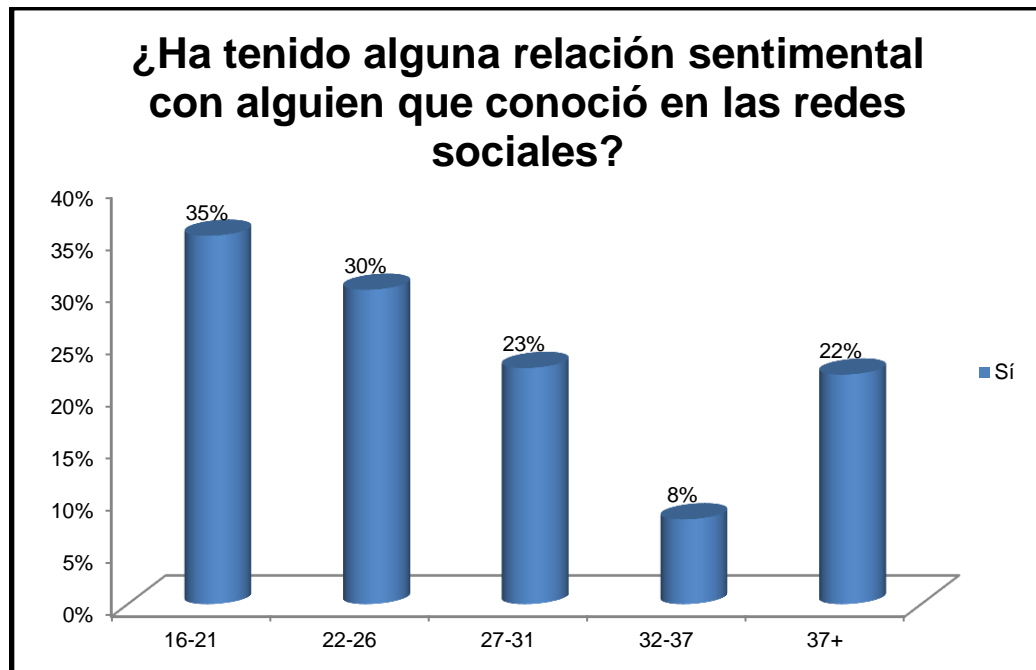


Fuente: elaboración propia.

En la pregunta núm. 15 ¿Ha tenido alguna relación sentimental con alguien que conoció en las redes sociales?, en Guatemala existen casos de personas que su pareja sentimental la han encontrado a través de las redes sociales, incluso llegaron a contraer matrimonio y viven felizmente casados. Esta pregunta tiene como objetivo identificar ese porcentaje de personas que han conocido pareja sentimental a través de las redes sociales.

En los jóvenes comprendidos entre las edades de 16 a 21 años, en un 35 % contestaron que han tenido una relación sentimental con alguien que conocieron a través de las redes sociales, siendo estos jóvenes con el mayor porcentaje de haber tenido una o más relaciones de este tipo; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 22 a 26 años contestaron en un 30 % de los encuestados que han tenido una relación sentimental con alguien que conocieron a través de las redes sociales; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 27 a 31 años, en un 23 % de los encuestados afirman haber tenido una o más relaciones sentimentales con alguien que conocieron en las redes sociales; en los adultos jóvenes comprendidos entre las edades de 32 a 37 años hay poca interacción en cuanto a las relaciones sentimentales a través de las redes sociales, ellos contestaron en un 8 % que han tenido alguna relación de este tipo; sin embargo, en los adultos mayores de 37 años contestaron en un 22 % de los encuestados que han tenidos una o más relaciones sentimentales con alguien que conocieron a través de las redes sociales.

Figura 27. Gráfica 15, de respuestas de la pregunta 15

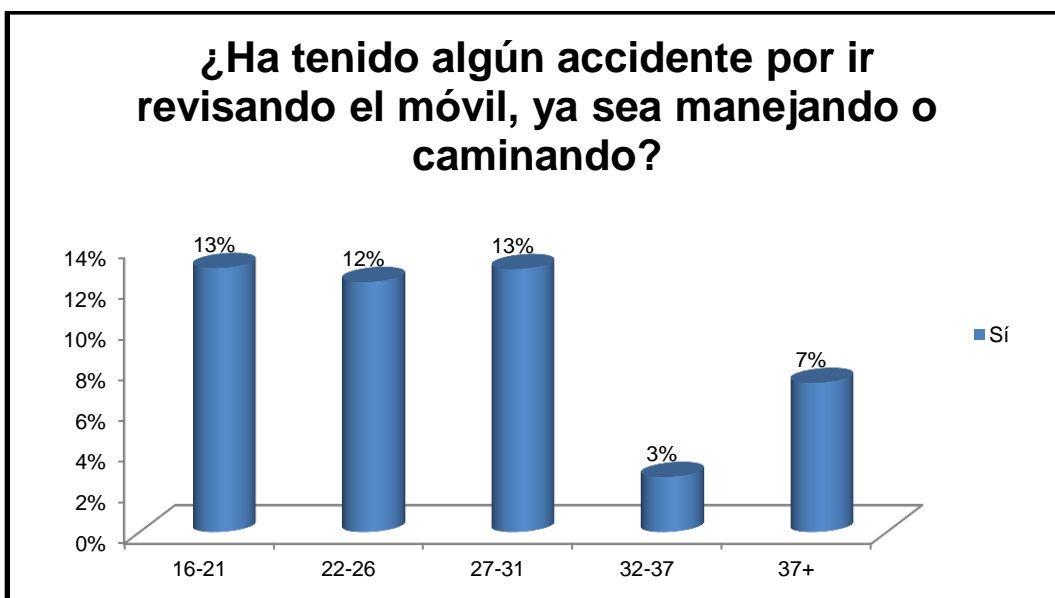


Fuente: elaboración propia.

En la pregunta núm. 16 ¿Ha tenido algún accidente por ir revisando el móvil, ya sea manejando o caminando?, esta pregunta surge derivado a muchos memes realizados con base a este tipo de accidentes, que por ir distraídos revisando el móvil, pierden atención en el camino por donde caminan o manejan, llegando así, a provocar un accidente o bien sufrir un accidente. En esta pregunta se hace resaltar que los universitarios tienen un poco más de cuidado con respecto a esta práctica ya que los porcentajes de jóvenes adultos que han tenido este tipo de accidentes han sido muy bajos. En los jóvenes comprendidos entre las edades de 16 a 21 años, contestaron en un 13 % de los encuestados que sí han tenido algún accidente por ir revisando el móvil; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 22 a 26 años, en un 12 % de los encuestados contestaron que han tenido algún accidente por ir revisando el

móvil; al igual que los jóvenes de 16 a 21 años; también los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 27 a 31 años contestaron en un 13 % de los encuestados que han tenido algún accidente por ir revisando el móvil; Sin embargo, a partir de los 32 años se ve una mejor conciencia al utilizar el móvil en situaciones donde requiere de atención a otras actividades para no sufrir un accidente, siendo los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 32 a 37 años que menos han sufrido un accidente contestando en un 3 % de los encuestados que sí han tenido algún accidente por ir revisando el móvil; y por último en los adultos mayores a 37 años, contestaron en un 7 % de los encuestados que sí han tenido algún accidente por ir revisando el móvil.

Figura 28. **Gráfica 16, de respuestas de la pregunta 16**



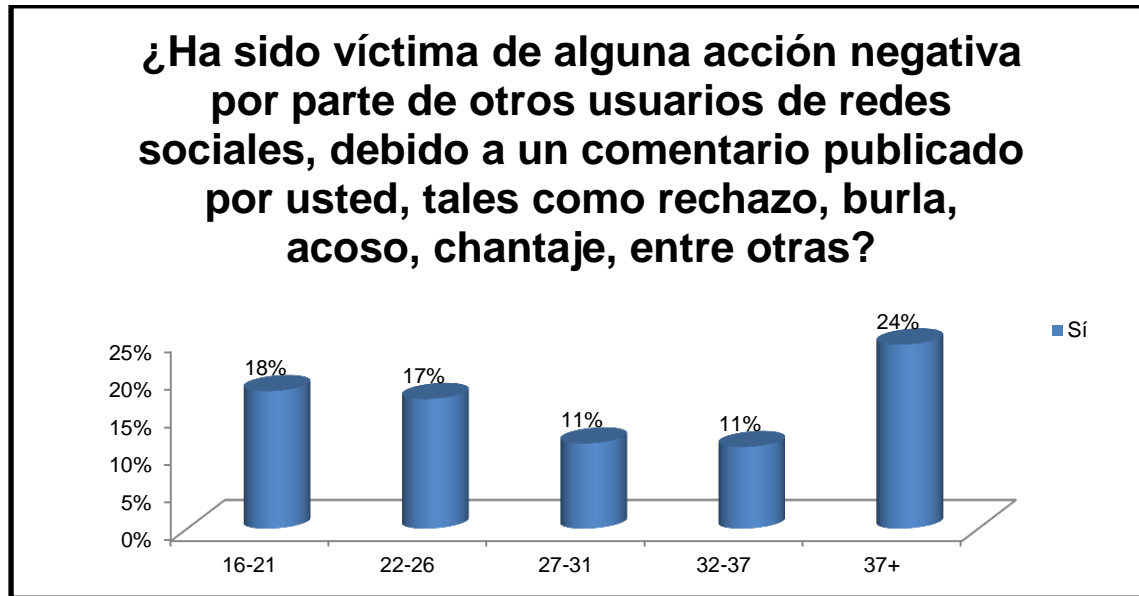
Fuente: elaboración propia.

En la pregunta núm. 17 ¿Ha sido víctima de alguna acción negativa por parte de otros usuarios de redes sociales, debido a un comentario publicado por

usted, tales como rechazo, burla, acoso, chantaje, entre otros.?, Esta pregunta es parte del *bullying* pero también es parte de algunos problemas obtenidos por alguna publicación realizada sin ninguna intención.

En los jóvenes comprendidos entre las edades de 16 a 21 años, en un 18 % de los encuestados afirman haber sido víctimas de alguna acción negativa por parte de otros usuarios, debido a un comentario publicado; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 22 a 26 años, en un 17 % de los encuestados afirman también haber sido víctima de acciones negativas por parte de otros usuarios debido a alguna publicación realizada; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 27 a 37 años, en un 11 % de los encuestados afirman haber sido víctimas de estas acciones negativas por otros usuarios; comprensiblemente existe un 24 % de los encuestados adultos de las edades mayores a 37 años, afirmando que han sido víctimas de alguna acción negativa por parte de otros usuarios por comentarios publicados en las redes sociales, posiblemente sea por la diferencia de edades y forma de pensar que hayan sufrido este tipo de acciones negativas.

Figura 29. Gráfica 17, de respuestas de la pregunta 17

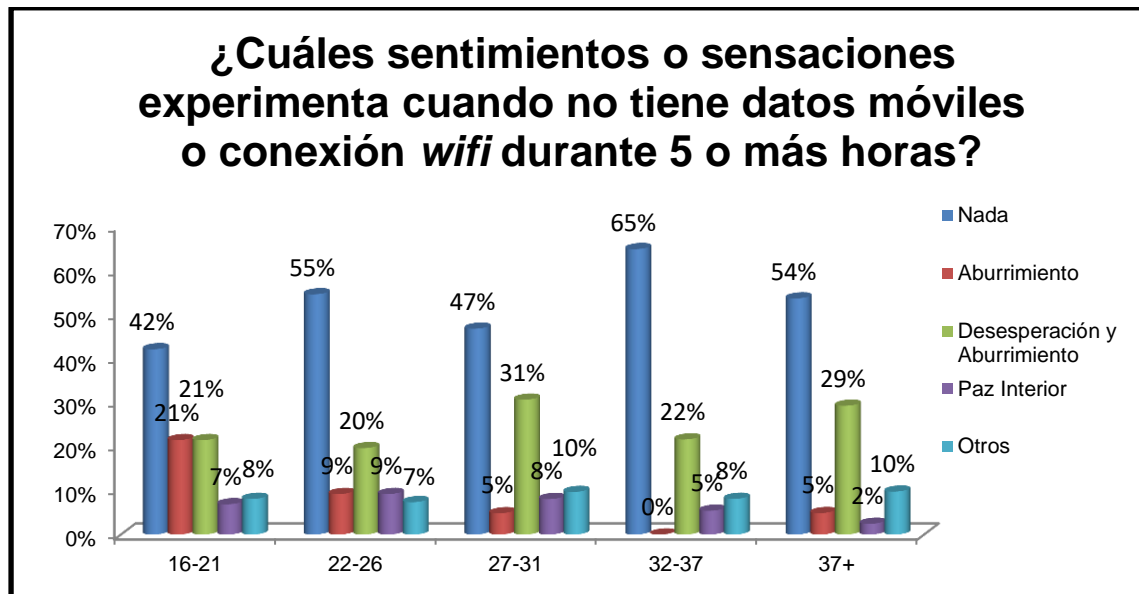


Fuente: elaboración propia.

En la pregunta núm. 18 ¿Cuáles sentimientos o sensaciones experimenta cuando no tiene datos móviles o conexión wifi durante 5 o más horas?, Esta pregunta se relaciona parcialmente con la pregunta núm. 12 cuando viajan a lugares sin señal de wifi o datos móviles, o cuando existe algún desperfecto técnico en las redes que resulta quedarse sin señal de internet, provocando en cada persona sensaciones y sentimientos diferentes. En los jóvenes comprendidos entre las edades de 16 a 21 años, en un 42 % de los encuestados afirma no sentir nada respecto a quedarse sin internet durante 5 o más horas, pero lo que más llegan a sentir es Aburrimiento en un 21 % o desesperación junto con aburrimiento en un 21 %, sólo un 7 % de los encuestados siente paz o tranquilidad el saber que no hay señal de internet, el 8 % restante ha sentido otras emociones, tales como tristezas, frustración, enojos; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades 22 a 26 años

hay un 55 % de los encuestados que afirma no sentir nada cuando se quedan sin señal de internet por 5 o más horas, pero un 9 % de los encuestados experimentan aburrimiento, un 20 % de los encuestados siente desesperación junto con aburrimiento, solo un 9 % experimenta paz y tranquilidad al saber que se quedan sin señal de internet por 5 o más horas, el 7 % restante experimenta otros sentimientos o sensaciones tales como tristeza, furia, frustración o estrés; en los jóvenes adultos comprendidos en las edades de 27 a 31 años, en un 47 % de los encuestados afirma sentir nada al que darse sin señal de internet por 5 o más horas, desesperación y aburrimiento es lo que sienten más este tipo de jóvenes con un 31 % de los encuestados, un 8% de los encuestados experimenta paz al saber que se quedan sin señal de internet por 5 o más horas, también un 10 % de los encuestados llegan a sentir otras emociones como enojos, tristezas, estrés, frustración; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 32 a 37 años se llevan el mayor porcentaje de sentir nada cuando se quedan sin señal de internet por 5 o más horas en un 65 %, en 22 % de los encuestados afirma sentir desesperación y aburrimiento, el 5 % de los encuestados de este rango de edad siente paz interior y el 8 % restante de los encuestados han experimentado otras emociones como enojos, estrés, frustración, tristezas; por último en las adultos mayores de 37 años afirman con un 54 % de los encuestados que llegan a sentir nada cuando se quedan sin señal de internet por 5 o más horas, ellos también sienten desesperación y aburrimiento con una participación del 29 % de los encuestados, solo un 2 % dice sentir paz interior y tranquilidad cuando se queda sin señal de internet por 5 o más horas, unos contestaron experimentar solo aburrimiento con un 5 % de los encuestados y el 10 % de los encuestados dice experimentar otras emociones, tales como enojos, estrés, frustración y tristezas.

Figura 30. Gráfica 18, de respuestas de la pregunta 18

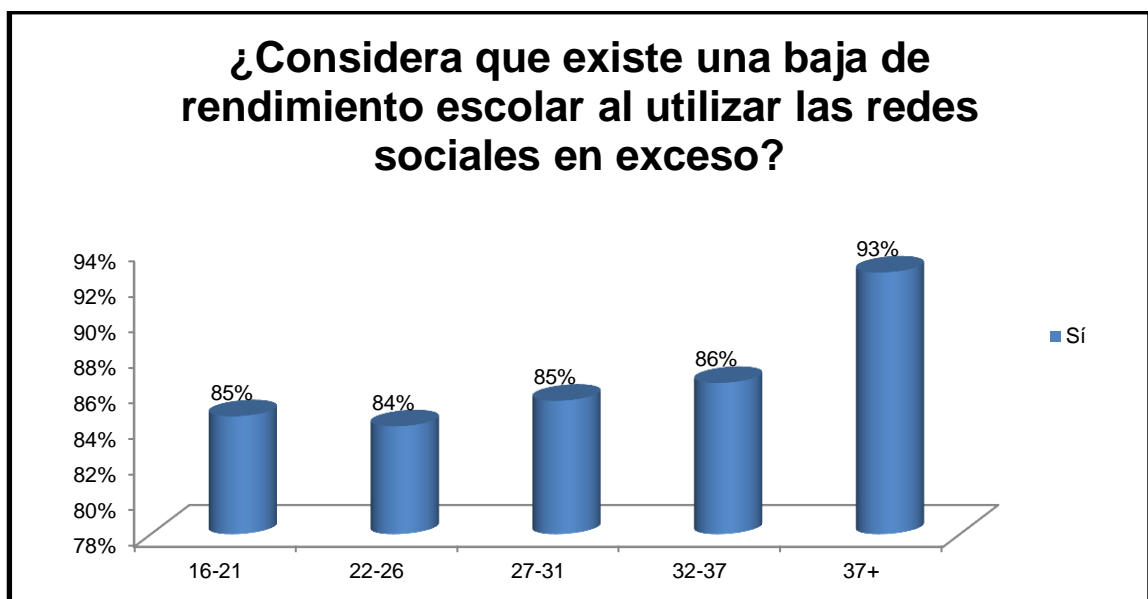


Fuente: elaboración propia.

En la pregunta núm. 19 ¿Considera que existe una baja de rendimiento escolar al utilizar las redes sociales en exceso?, a pesar de ver resultados que pareciera que tienen un buen uso de su móvil y las redes sociales, hay consideraciones bastantes altas en la baja de rendimiento escolar al utilizar las redes sociales en exceso. Más del 85 % de todos los encuestados consideran que si existe una baja de rendimiento escolar el utilizar en exceso las redes sociales. En los jóvenes entre las edades de 16 a 21 años, en un 85 % de los encuestados considera que existe baja de rendimiento escolar; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 22 a 26 años, en un 84 % de los encuestados contestaron también que existe una baja de rendimiento escolar el utilizar en exceso las redes sociales; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 27 a 31 años, afirman un 85 % de los encuestados que existe una baja de rendimiento escolar; en los adultos jóvenes comprendidos entre las

edades de 32 a 37 años consideran que el exceso de uso de redes sociales provoca una baja de rendimiento escolar; y por último los adultos con más de 37 años son los que más consideran que el exceso de redes sociales provoca una baja de rendimiento escolar, afirmado por el 93 % de los encuestados.

Figura 31. **Gráfica 19, de respuestas de la pregunta 19**

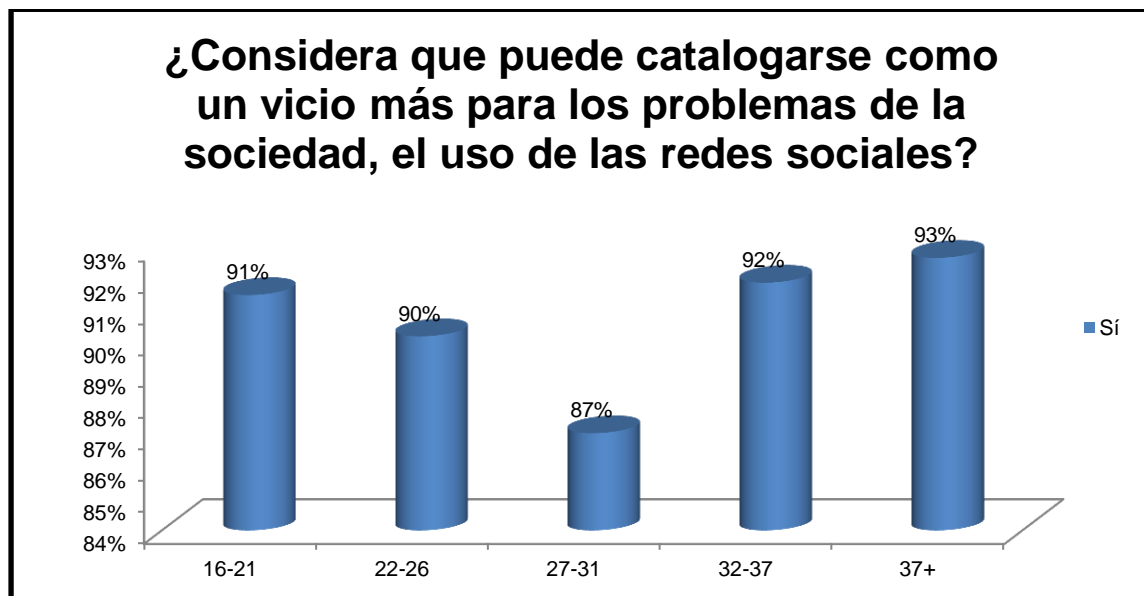


Fuente: elaboración propia.

En la pregunta núm. 20 ¿Considera que puede catalogarse como un vicio más para los problemas de la sociedad, el uso de las redes sociales?, los vicios en la sociedad guatemalteca que actualmente albergan son drogadicción, alcoholismo, prostitución, homosexualismo, tabaquismo y juegos de azar. Esta pregunta quiere revelar la opinión de los jóvenes adultos con respecto a considerar el uso de las redes sociales como un vicio más para los problemas de la sociedad. Los jóvenes comprendidos entre las edades de 16 a 21 años consideran con un 91 % de aprobación, catalogarse el uso de las redes sociales

como un vicio más a los problemas de la sociedad; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 22 a 26 años, en el 90 % de sus encuestados afirmaron catalogar el uso de las redes sociales como un vicio más a los problemas de las sociedad, en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 27 a 31 años, el 87 % de los encuestados considera que debe catalogarse como un vicio más para los problemas de la sociedad, el uso de las redes sociales; en los adultos jóvenes comprendidos entre las edades de 32 a 37 años, en un 92 % de los encuestados afirman que debe catalogarse como un vicio más para los problemas de la sociedad, el utilizar las redes sociales; lo adultos mayores a 37 años, son los encuestados con mayor porcentaje que afirma que el uso de las redes sociales debe catalogarse como un vicio más para los problemas de la sociedad.

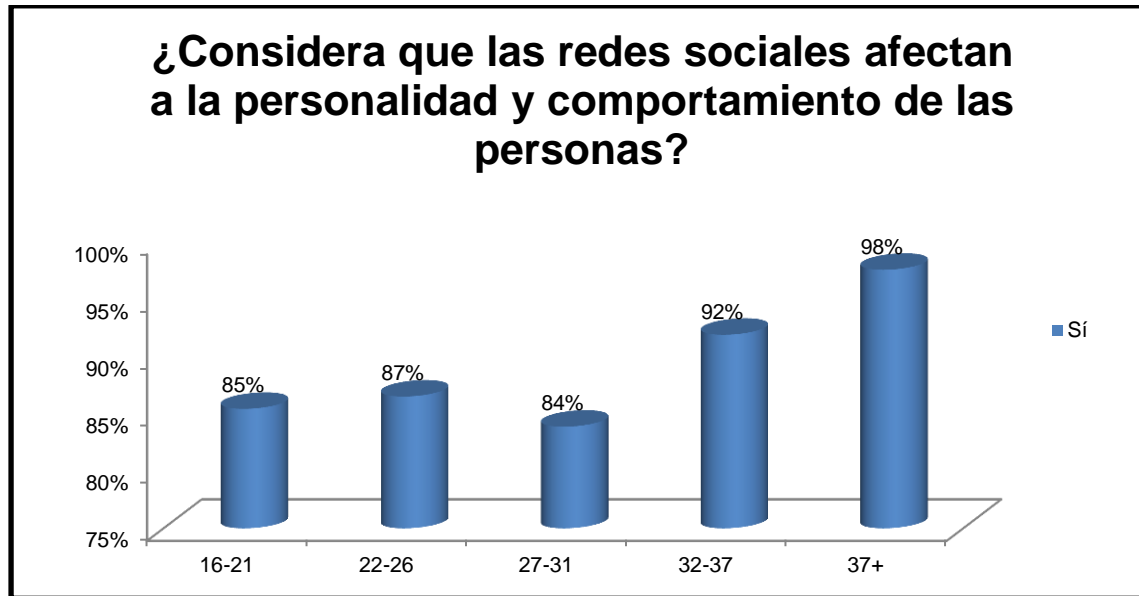
Figura 32. **Gráfica 20, de respuestas de la pregunta 20**



Fuente: elaboración propia.

En la pregunta núm.21 ¿Considera que las redes sociales afectan a la personalidad y comportamiento de las personas?, esta es una de las preguntas más importantes de la encuesta, con ella se quiere demostrar si realmente las personas consideran que existe una correlación entre el cambio de la personalidad y comportamiento de la persona con el uso de las redes sociales. Más del 80 % de los encuestados en su totalidad consideran que si afecta el uso de las redes sociales, a la personalidad y comportamiento de las personas. En los jóvenes comprendidos entre las edades de 16 a 21 años, el 85 % de los encuestados afirman que las redes sociales afectan a la personalidad y comportamiento de las personas; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 22 a 26 años, en un 87 % también consideran que las redes sociales afectan a la personalidad y comportamiento de las personas; en los jóvenes adultos de 27 a 31 años, el 84 % de los encuestados afirma que el uso de las redes sociales afecta a la personalidad y comportamiento de las personas; a partir de los 32 años esta correlación de la afección por el uso de las redes sociales se incrementa y los adultos jóvenes comprendidos entre las edades de 32 a 37 años con un 92 % de los encuestados afirman que el uso de las redes sociales, afectan a la personalidad y comportamiento de las personas; por último, los adultos mayores a 37 años consideran con un 98 % de los encuestado que las redes sociales afectan a la personalidad y comportamiento de las personas.

Figura 33. Respuestas de la pregunta 21

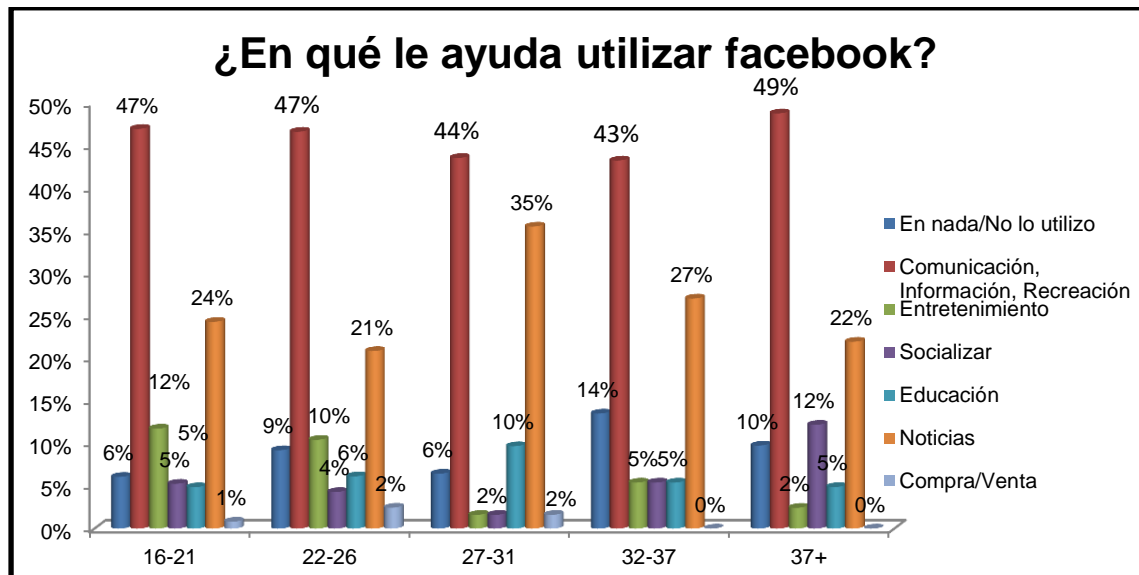


Fuente: elaboración propia.

En la pregunta núm. 22 ¿En qué le ayuda utilizar facebook?, si realmente las personas consideran que las redes sociales afectan a la personalidad y comportamiento de las personas, es importante conocer por qué continúan utilizando las redes sociales. Esta serie de preguntas demostrará el uso que las personas le dan a las redes sociales. En los jóvenes comprendidos entre las edades de 16 a 21 años el mejor aporte que les ofrece la red social facebook es el obtener comunicación, información y recreación, seguido por otro grupo de encuestados, de la misma edad, que con el 24 % de ellos contestaron que facebook lo utilizan para enterarse de noticias, en tercer lugar, estos jóvenes posicionaron el utilizar facebook para entretenimiento, otros jóvenes obtienen de Facebook otras actividades como socializar, en la educación escolar o para compra o venta de artículos, tan sólo el 6 % de los encuestados dice que no le ayuda en nada o no lo utiliza; en los jóvenes adultos comprendidos entre las

edades de 22 a 26 años, en un 47 % de los encuestados afirman que facebook les ayuda en la comunicación, información y recreación, el 21 % de ellos concuerdan que facebook les ayuda a estar informados en las noticias, en menor grado con 12 % de los encuestados, afirman que facebook les ayuda a entretenerse, otras actividades que también les ayuda facebook es en la educación un 6 %, a socializar un 4%, para compra o venta de artículos un 2 %, el 6% restante dice que facebook no les aporta nada o no lo utilizan; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 27 a 31 años, un 44 % de los encuestados afirman que facebook les ayuda en la comunicación, información y recreación, un 35 % de los encuestados contestaron que les ayuda a estar informados sobre las noticias, en este rango de edad le dieron el tercer lugar a la educación como aporte por parte de facebook en un 10 % de los encuestados, un 2 % para entretenimiento, 2 % para socializar, un 2 % para compra o venta de artículos y el 6 % restante afirma que Facebook aporta nada o simplemente no lo utiliza; en los adultos jóvenes comprendidos entre las edades de 32 a 37 años, en un 43 % de los encuestados consideran que facebook les ayuda en la comunicación, información y recreación, un 27 % de los encuestados dice que les ayuda a informarse de las noticias, un 5 % les entretiene, un 5 % les ayuda a socializar, un 5 % en la educación, un 5 % en compra o venta de artículos y el 14 % restante de los encuestados dice que facebook les ayuda en nada o simplemente no lo utilizan; para los adultos mayores a 37 años también dice que facebook les ayuda en la comunicación, información y recreación, un 22 % de los encuestados dice que les ayuda a estar informados de las últimas noticias, un 2 % dice que únicamente les entretiene, un 12 % de los encuestados afirma que le ayuda a socializar, un 5 % lo utilizan en la educación, y el 10 % restante afirma que facebook aporta nada o simplemente no lo utilizan.

Figura 34. Gráfica 22, de respuestas de la pregunta 22

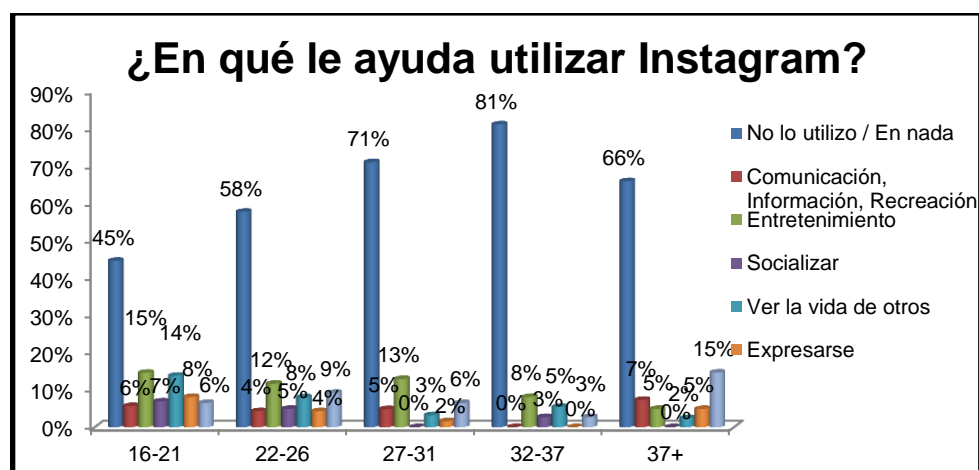


Fuente: elaboración propia.

En la pregunta 23 ¿En qué le ayuda utilizar Instagram?, a diferencia de la pregunta anterior en esta red social se observa que hay menos aporte por parte de la red social ya que más del 45 % de los encuestados afirma que Instagram aporta nada o que no lo utilizan. Existen tres aportes por parte de Instagram que los encuestados mencionaron como predominantes en esta red social que son, el entretenimiento, ver la vida de otros y apreciar fotos. En los jóvenes comprendidos entre las edades de 16 a 21 años, en un 6 % de los encuestados afirma que Instagram les ayuda en la comunicación, información y recreación, un 15 % de los encuestados menciona que Instagram les aporta entretenimiento, un 7 % socializar, un 14 % ver la vida de otros, un 8 % les ayuda a expresarse, un 6 % les ayuda a preciar diferentes fotos; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 22 a 26 años, en un 4 % menciona que Instagram les ayuda en la comunicación, información y

recreación, un 12 % de los encuestados menciona que Instagram les aporta entretenimiento, un 5 %, socializar, un 8 %, ver la vida de otros, un 4 %, a expresarse, un 9 %, a apreciar fotos; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 27 a 31 años, un 5 % de los encuestados afirma que Instagram les ayuda en la comunicación, información y recreación, un 13 % de los encuestados dice que les aporta entretenimiento, un 3 %, ver la vida de otros, un 2 %, a expresarse, un 6 %, a apreciar fotos; en los adultos jóvenes comprendidos entre las edades de 32 a 37 años, en un 8 % menciona que Instagram les aporta entretenimiento, un 3 %, socializar, un 5%, ver la vida de otros, un 3 %, a apreciar fotos; en los adultos mayores a 37 años, afirma con un 7 % de los encuestados que Instagram les ayuda en la comunicación, información y recreación, un 5 % de los encuestados dice que Instagram les aporta entretenimiento, un 2 %, en ver la vida de los demás, un 5 %, a expresarse y 15 % de los encuestados le ayuda a apreciar diferentes fotografías de diferentes lugares o personas.

Figura 35. **Gráfica 23, de respuestas de la pregunta 23**

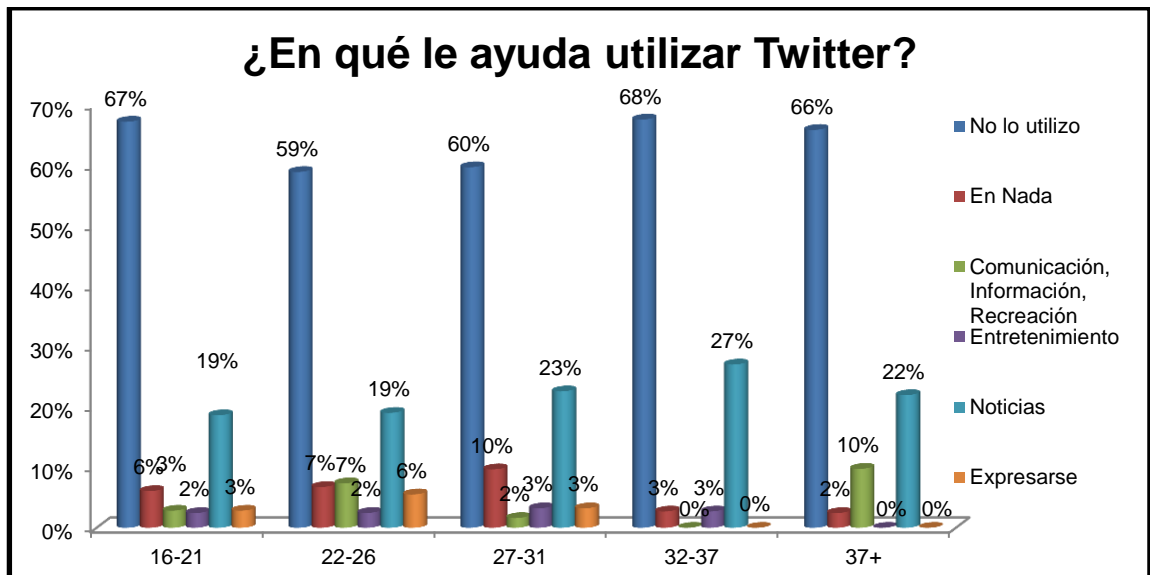


Fuente: elaboración propia.

En la pregunta 24 ¿En qué le ayuda utilizar Twitter?, más del 60 % de todos los encuestados no utilizan esta red social. En los jóvenes comprendidos entre las edades de 16 a 21 años, un 67 % de los encuestados no utiliza la red social Twitter, un 6 % de los encuestados menciona que Twitter les aporta nada, un 2% de los encuestados menciona que les ayuda en la comunicación, información y recreación, un 2 %, a socializar, un 19 % de los encuestados mencionan que les ayuda a estar informados de las últimas noticias y un 3 % les ayuda a expresarse; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 22 a 26 años.

De los encuestados el 59 % no utilizan Twitter, un 7% de los encuestados menciona que Twitter les aporta nada, un 7 % de los encuestados menciona que les ayuda en la comunicación, información y recreación, un 2 %, a socializar, un 19 % de los encuestados mencionan que les ayuda a estar informados de las últimas noticias y un 6 % les ayuda a expresarse; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 27 a 31 años, el 60% de los encuestados no utilizan Twitter, un 10% de los encuestados menciona que Twitter les aporta nada, un 2 % de los encuestados menciona que les ayuda en la comunicación, información y recreación, un 3 %, a socializar, un 23 % de los encuestados mencionan que les ayuda a estar informados de las últimas noticias y un 3 % les ayuda a expresarse; en los adultos jóvenes comprendidos entre las edades de 32 a 37 años, el 68 % de los encuestados no utilizan Twitter y son los que menos lo hacen, un 2 % de los encuestados menciona que Twitter les aporta nada, un 10 % de los encuestados menciona que les ayuda en la comunicación, información y recreación, un 22 % de los encuestados mencionan que les ayuda a estar informados de las últimas.

Figura 36. Gráfica 24, de respuestas de la pregunta 24

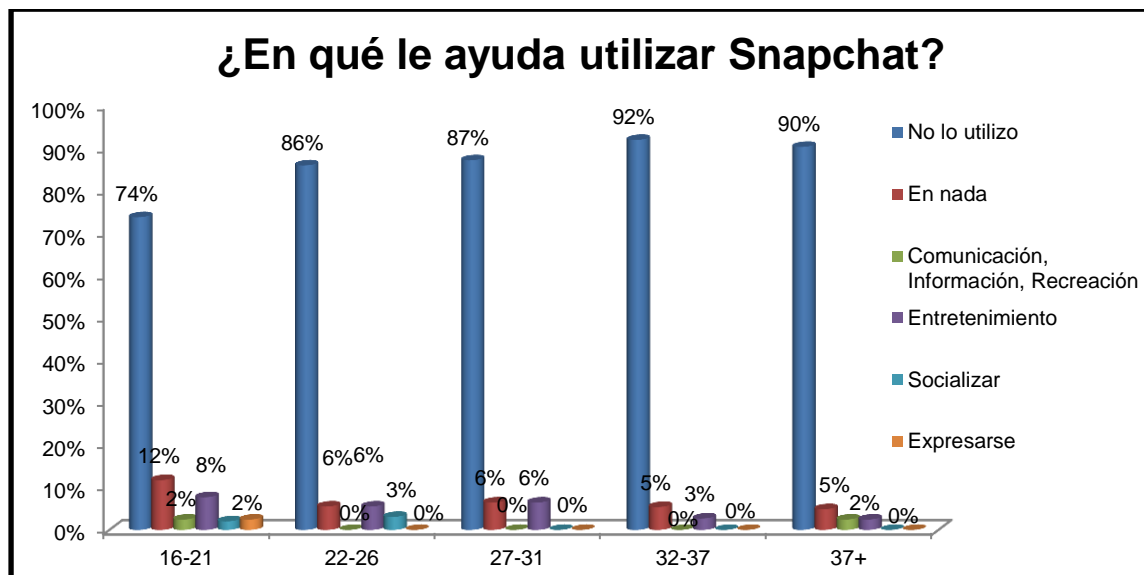


Fuente: elaboración propia.

En la pregunta 25 ¿En qué le ayuda utilizar Snapchat?, es la red social que menos utilizan dentro de los encuestados, observando más del 75 % de los encuestados no lo utilizan, y entre más es la edad de la persona, menos interés presta a esta red social. En los jóvenes comprendidos entre las edades de 16 a 21 años, siendo ellos los que más utilizan esta red social, ya que solo un 74 % de los encuestados no utilizan esta red social, un 12 % de los encuestados afirma que Snapchat aporta nada, un 2 % menciona que les ayuda en la comunicación, información y recreación, un 8 % de los encuestados afirma que les aporta entretenimiento, un 2 % a socializar, un 2 % a expresarse; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 22 a 26 años, un 74 % de los encuestados no utilizan esta red social, un 6% de los encuestados afirma que Snapchat aporta nada, un 6 % menciona que les aporta entretenimiento, un 3 %, socializar; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 27 a

31 años afirma que en un 87 % de los encuestados no utilizan esta red social, un 6 % afirma que Snapchat aporta nada, un 6 % les aporta entretenimiento; en los adultos jóvenes comprendidos entre las edades de 32 a 37 años, en un 92 % afirman no utilizar la red social Snapchat, un 5 % de los encuestados dicen que Snapchat aporta nada, un 3 % mencionan que aporta entretenimiento; en los adultos mayores a 37 años siendo ellos quienes menos utilizan la red social, en un 90 % de los encuestados no utiliza esta red social, un 5 % de los encuestados que menciona que Snapchat aporta nada, tan solo un 2,5 % de los encuestados menciona que Snapchat aporta en la comunicación, información, y recreación, y otro 2,5 % menciona que lo único que aporta es entretenimiento.

Figura 37. **Gráfica 25, de respuestas de la pregunta 25**

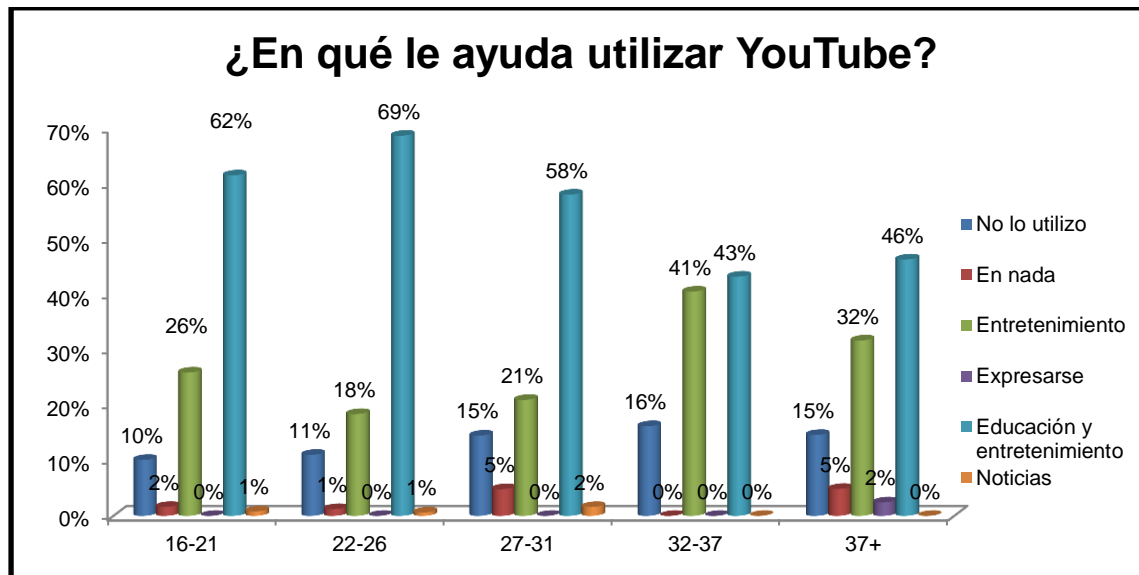


Fuente: elaboración propia.

En la pregunta 26 ¿En qué le ayuda utilizar YouTube?, en esta pregunta se ven resultados más positivos, más del 45 % de los encuestados concuerdan que la red social YouTube les aporta en la educación y entretenimiento. En los jóvenes comprendidos entre las edades de 16 a 21 años, un 62 % de los encuestados menciona que YouTube les aporta en la educación y entretenimiento, un 26 % de los encuestados menciona que únicamente les aporta entretenimiento, un 2 % de los encuestados menciona que les aporta nada, y el 10 % restante de los encuestados no utiliza esta red social; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 22 a 26 años, un 69 % de los encuestados afirma que YouTube les aporta en la educación y entretenimiento.

Un 18 % afirma que solo es entretenimiento, un 1 % de los encuestados les ayuda a ver videos de noticias, un 1 % de los encuestados menciona que YouTube aporta nada y un 11 % de los encuestados no utiliza esta red social; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 27 a 31 años, un 58 % de los encuestados afirma que YouTube aporta en la educación y el entretenimiento, un 21 % de los encuestados dice que YouTube aporta entretenimiento, un 2 % les ayuda a ver videos de noticias, un 5 % dice que YouTube aporta nada, y el 15 % restante afirma que no utiliza esta red social; en los adultos jóvenes comprendidos entre las edades de 32 a 37 años, un 43 % de los encuestados afirma que YouTube aporta en la educación y el entretenimiento, un 32 % de los encuestados afirma que solo es entretenimiento, y el 16 % restante de los encuestados no utiliza esta red social; en los adultos mayores a 37 años, un 46% de los encuestados afirma que YouTube aporta en la educación y el entretenimiento, un 32 % de los encuestados menciona que YouTube aporta solo entretenimiento, un 2 % dice que ayuda a expresarse, un 5 % de los encuestados menciona que YouTube aporta nada y el 15 % restante dice no utilizar esta red social.

Figura 38. Gráfica 26, de respuestas de la pregunta 26



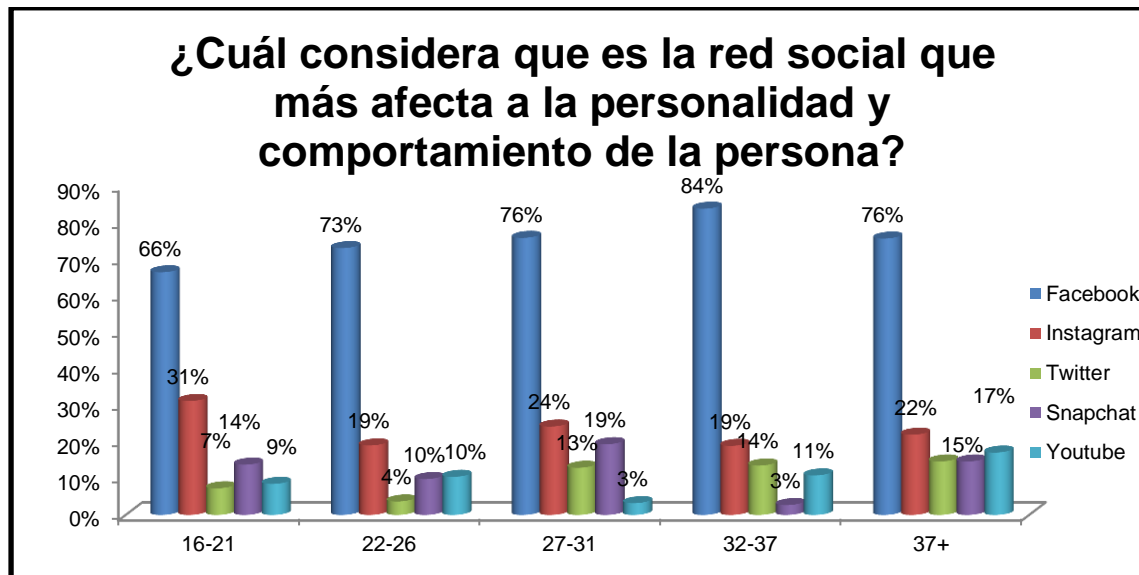
Fuente: elaboración propia.

En la pregunta 27 ¿Cuál considera que es la red social que más afecta a la personalidad y comportamiento de las personas?, reafirmando con la pregunta 21, si las redes sociales afectan a la personalidad y comportamiento de las personas, esta pregunta le ayuda a especificar cuál red social es la que más afecta a la personalidad y comportamiento de las personas, aunque algunos encuestados marcaron más de una opción, el resultado fue, la red social que más afecta a la personalidad y comportamiento de una persona, facebook con más del 66 % de los encuestados seleccionando esta opción. En los jóvenes comprendidos en las edades de 16 a 21 años, un 66 % de los encuestados considera que facebook es la red social que más afecta a la personalidad y comportamiento de las personas, un 31 % de los encuestados marcó a Instagram como la segunda red social que más afecta, un 14 % mencionó que Snapchat es la tercera red social que más afecta, un 9% para

YouTube y un 7 % para Twitter. En los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 22 a 26 años, un 73 % de los encuestados considera que Facebook es la red social que más afecta a la personalidad y comportamiento de las personas, un 19 % de los encuestados considera que es Instagram la red social que más afecta, un 10 % para Snapchat, un 10 % para YouTube y el 4 % restante para Twitter; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 27 a 31 años, un 76 % de los encuestados considera que Facebook es la red social que más afecta, un 24 % de los encuestados considera que es Instagram la red social que más afecta, un 19% para Snapchat, un 13 % para Twitter y un 3 % para YouTube.

En los adultos jóvenes comprendidos entre las edades de 32 a 37 años considera que Facebook es la red social que más afecta a la personalidad y comportamiento de las personas, un 19 % de los encuestados considera que es Instagram la red social que más afecta, un 14 % de los encuestados afirmó que Twitter, un 11 % a YouTube y un 3 % para Snapchat; en los adultos mayores a 37 años estuvieron de acuerdo que Facebook es la red social que más afecta a la personalidad y comportamiento de una persona, votando por Facebook con un 76 % de los encuestados, el 22 % de los encuestados también estuvo de acuerdo en colocar en segundo lugar a Instagram como la red social que más afecta, un 17 % para YouTube, un 15 % para Twitter y un 15 % para Snapchat.

Figura 39. Gráfica 27, de respuestas de la pregunta 27



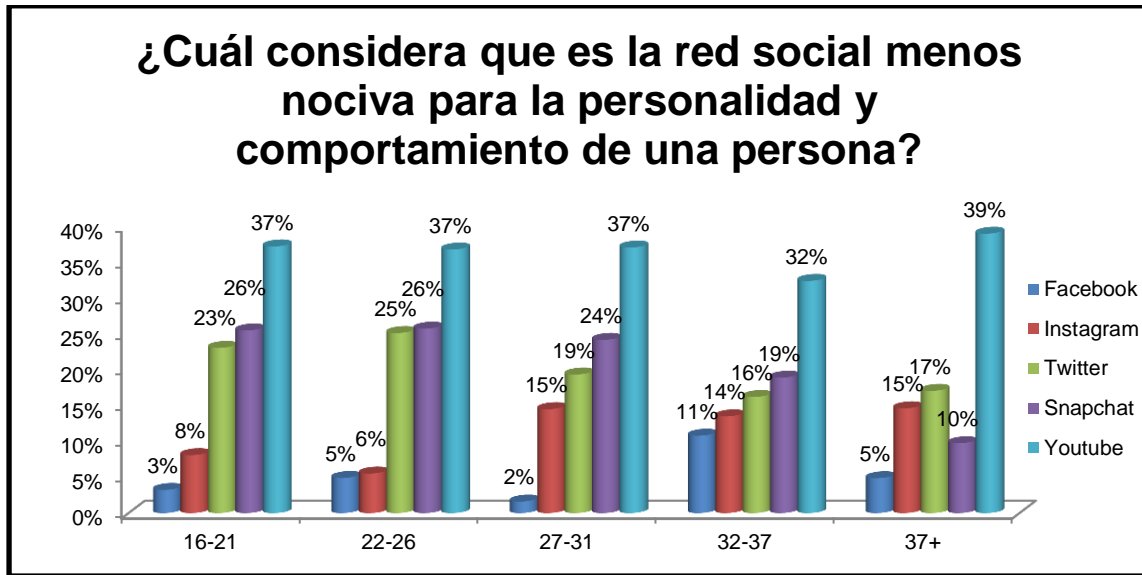
Fuente: elaboración propia.

En la pregunta 28 ¿Cuál considera que es la red social menos nociva para la personalidad y comportamiento de una persona?, como contraparte a la pregunta anterior, se tiene esta pregunta que quiere resaltar la red social que menos afecta a la personalidad, o sea la que es menos nociva a la personalidad y comportamiento de una persona. A lo largo de las interpretaciones de estas preguntas se observó que la red social menos nociva a la personalidad y comportamiento de una persona, es YouTube, y esta pregunta no dejó de demostrarlo a través de las respuestas de los encuestados. En los jóvenes comprendidos entre las edades de 16 a 21 años, un 37 % de los encuestados considera que YouTube es la red social que menos afecta, un 26 % de los encuestados marcó a Snapchat como la red social que menos afecta, un 23 % escogió Twitter como la red social menos nociva, tan solo un 8 % de estos jóvenes marcaron por Instagram como la red social menos nociva y un 3 % votó

por facebook como la red social menos nociva; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 22 a 26 años, un 37 % determinó que YouTube es la red social que menos afecta a la personalidad y comportamiento de una persona, un 26 % votó por Snapchat como la red social que menos afecta a la personalidad y comportamiento de una persona, un 25 % eligió a Twitter como la menos nociva, un 6% para Instagram y un 5 % para facebook; en los jóvenes adultos comprendidos entre las edades de 27 a 31 años, un 37 % concuerdan que YouTube es la red social que menos afecta a la personalidad y comportamiento de una persona, un 24 % marcaron por Snapchat como la red social menos nociva, un 19 % marcaron por Twitter, un 15 % para Instagram, este último es más elevado que los dos subgrupos anteriores, y un 2 % determinó que facebook es la menos nociva.

En los adultos jóvenes comprendidos entre las edades de 32 a 37 años, continúa considerando que YouTube es la red social que menos afecta en la personalidad y comportamiento de una persona, un 19% votó por Snapchat como la red social menos nociva, un 16% cree que Twitter es la red social que menos afecta, un 14 % determinó que es Instagram la que menos afecta en la personalidad y comportamiento de una persona, y un 11 % escogió a facebook como la menos nociva; por último con los adultos mayores a 37 años, dando el mejor porcentaje para YouTube con un 39 % determinando que es la red social que menos afecta en la personalidad y comportamiento de una persona, un 17 % de los encuestados considera que Twitter es la red social que menos afecta a la personalidad y comportamiento de una persona, un 15 % convergieron con Instagram para nominarla como la red social menos nociva, un 10 % de los encuestados marcaron por Snapchat como la red social menos nociva, y solo un 5 % votó por facebook como la red social menos nociva para la personalidad y comportamiento de una persona.

Figura 40. Gráfica 28, de respuestas de la pregunta 28



Fuente: elaboración propia.

4. DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

El inicio de una persona al utilizar las redes sociales, es el acceso a internet, más aún cuando ya obtienen su primer teléfono inteligente, un *Smartphone*. El uso de la tecnología debe tener un control sobre los menores, porque puede conllevar a sucesos no deseados y desastrosos. Las personas actualmente están recibiendo toda la tecnología posible como regalo de sus padres, muchos padres no tienen conciencia del daño que puede provocar al dar libertad en la tecnología con teléfonos inteligentes, muchos padres dicen yo le daré a mi hijo todo lo que siempre quise tener, no se da cuenta que no lo obtuvo porque sus padres lo consideraban inadecuado.

Por ello muchos jóvenes casi siendo niños ya obtienen su propio Smartphone. Sin embargo, para los estudiantes de la Universidad San Carlos de Guatemala, no está muy marcada esa tendencia, pareciera que hay un mejor control por parte de los padres en los jóvenes que llegan a la Universidad, cuidando de darle un uso correcto a sus dispositivos y en cuanto a los tiempos de uso. En adultos mayores de 37 años, no es difícil saber que hayan tenido un teléfono inteligente a una corta edad debido, a que el primer teléfono inteligente lanzado fue en el 2000, por la compañía BlackBerry, este dispositivo no tenía acceso a redes sociales, sino únicamente correo y acceso a internet, posteriormente empezó a vincularlo con facebook. Teléfono móvil si es creíble que los adultos mayores hayan tenido acceso a él, por el auge que empezó a tener en los 90's.

Cómo se mencionaba en el capítulo 2, el ser humano es social por naturaleza y siempre busca interactuar con otros grupos de su misma forma cultural o mismas ideologías. Los jóvenes buscan esa interacción o fines a través de las redes sociales, donde saben que se concentran las mayores cantidades de personas interculturales. De todos los encuestados no hubo uno que dijera que no interactúa con ninguna red social, todos son activos, aunque algunos más que otros. Algunos usuarios utilizan más de una red social por lo que se mantienen más conectados al mundo virtual desde edades de 16 años (incluso menores de 16 años tienen mucha interacción con redes sociales) en adelante. Esta interacción con las redes sociales, como ya mencionábamos se da por la necesidad de socializar, o por el simple hecho de, estar actualizado, o ser el mejor en las redes sociales, ganar popularidad, estos son algunos de los objetivos de los usuarios.

A pesar del tiempo que lleva facebook posicionado en el mercado y de la competencia que ha tenido con diferentes redes sociales, en la Ciudad Universitaria San Carlista de Guatemala, la preferencia hacia la red social facebook es el número uno. No importando la edad, género o profesión, prefieren utilizar facebook como primera red social, ante las demás que utilicen, aun así, también utilizan las demás redes sociales, pero en menor preferencia. La actividad más grande la tienen en facebook, se ha convertido en una de las plataformas de red social más completa. Aunque el concepto de red social en YouTube es diferente, los jóvenes de la Universidad de San Carlos de Guatemala la tienen como la segunda opción de preferencia como red social, ya sea por diferentes motivos educativos o de entretenimiento.

Los jóvenes actualmente son los más activos en las redes sociales y no digamos como internautas, son los más curiosos en cuanto a aprender de otras culturas y las diferentes tecnologías. Los teléfonos inteligentes ofrecen esa

facilidad de comunicación e interacción con la información que se encuentra en la nube (internet), llevando al joven a una dependencia de estar continuamente informándose en las redes sociales, que para ello utilizan espacios y tiempos que no deberían ser los adecuados para hacerlo. La mayoría de las personas revisan su *Smartphone* durante las noches en su cama, antes de dormirse, provocando una intervención en el sueño que pueda ocurrir una baja de rendimiento escolar o laboral, en los que realizan esta práctica.

Para los estudiantes en la Universidad de San Carlos de Guatemala, hay un porcentaje alto, mayor a 70 % de ellos, que utilizan tiempo de período de clase para revisar sus cuentas de redes sociales a través de su móvil. También otros de los lugares bastante comunes para revisar el móvil, es el baño, donde antiguamente utilizaban revistas para entretenerse en ese espacio, ahora lo que utilizan es su teléfono inteligente, sin embargo, esta última práctica no debería de realizarse, debido a la acumulación de bacterias que se concentran en los sanitarios, más en los sanitarios públicos, porque posteriormente nos llevamos esas bacterias a través del dispositivo, dispositivo que luego utilizan para colocarlos al oído, contaminando nuevamente las manos y adicionalmente la cara. Y muchas de las personas les llaman la atención por realizar esas prácticas, incluso hay estudios sobre esas prácticas donde recomiendan las consecuencias y patologías que puede ocasionar. Son constantemente llamados a la atención, sin embargo, no acatan la sugerencia.

En el estudio de esta investigación se incluye la pregunta para saber cuántas personas se desvelan revisando el móvil antes de dormirse. El resultado mostró que en la Ciudad Universitaria San Carlista, no lo hacen revisando el móvil, sino estudiando. Por lo tanto, los porcentajes altos obtenidos en esta pregunta ocurren de cero a tres noches por semana, de

acuerdo al aumento de la edad, el cero noches aumenta, hay menos desvelos en las personas mayores.

Por tanta persona que se observa diariamente da la impresión que todo el tiempo se la pasan publicando en las redes sociales, incluso en el panel de noticias de facebook, tienen a ser los mismos internautas quienes realizan publicaciones a diario, muchas veces hasta diez veces por día. Esta investigación trató que las personas se autoevaluaran en el hecho de cuántas publicaciones realizan al día.

Los resultados mostraron que las personas realizan de cero a 5 publicaciones en su mayoría, con sus respuestas demuestran que su actividad es más observatorio en las redes sociales, posiblemente se vaya creando un patrón entre las personas universitarias y las que no son universitarias, a través del uso de las redes sociales. Un universitario ha aprendido a manejar su tiempo para dedicárselo a los estudios y dejar por un lado el vicio de estar revisando las redes sociales, posiblemente la persona no universitaria no ha aprendido a realizar esa separación. El porcentaje de las personas que se encuentran la perspectiva de que la mayoría de los jóvenes se la pasan en las redes sociales publicando diferentes temas, ocurre muy bajo en la Ciudad Universitaria San Carlita,

Muchas de las personas se la pasan publicando sus emociones en las redes sociales, ya sean alegrías, tristezas, furias, desagrados o preocupaciones, aunque en el tema de las preocupaciones podría utilizarse las redes sociales como un medio de apoyo y recibir la ayuda correspondiente, dependiendo el tipo de preocupación, ya sea se me perdió mi gatito o personas desaparecidas o accidentes que necesiten ayuda inmediata, podría tomarse como apoyo, las redes sociales. Pero las otras emociones pueden llegar a

interpretarse que los jóvenes necesitan algún tipo de atención por las demás personas, posiblemente porque no han recibido la atención adecuada en sus casas o tengan algún problema psicológico, que lo llevan a la acción de estar publicando sus emociones, o por el simple hecho de ganar popularidad o elevar su ego. En la Ciudad Universitaria San Carlita, las personas lo que más llegan a publicar son las alegrías, ya sea por compartir con las demás personas su alegría o por crear envidias entre sus seguidores en las redes sociales. Se observa que los estudiantes San Carlitas, tienen un buen control sobre las redes sociales, porque no dejan que influya en sus emociones. Aunque son pocas las personas que realmente realizan publicaciones por elevar su ego, no descarta que no existan en la Universidad de San Carlos, este tipo de personas se da más en la edad de 22 a 26 años.

En el instrumento se realizó la pregunta si habían sido víctimas de *bullying* en las redes sociales, porque este es una de las principales causas en descontrol de personalidad en los niños o jóvenes menores de 16 años que tienen acceso a redes sociales, sin embargo, en esta investigación a las personas que se llegó, que son estudiantes, catedráticos y personal administrativo fue muy baja la tasa de personas que ha recibido algún tipo de *bullying* a través de las redes sociales. Nuevamente arribamos en que los universitarios san carlistas tienen un buen manejo de sus cuentas de redes sociales.

En el interior del país la situación con las redes sociales, se vuelve un poco complicada, tal como lo describe el dicho pueblo chico, infierno grande, y todo lo que se publica deciden creerlo, más si de lo que se trata son difamaciones hacia las personas. También en este tiempo, el que está pasando Guatemala, se vive todas estas calumnias hacia los funcionarios y autoridades públicas, y la mayoría de los guatemaltecos decide creerlo. En esta

investigación también se tuvo la intención de mostrar esa tendencia, sin embargo, los datos demostraron que más del 90 % de los universitarios san carlistas son incrédulos y deciden investigar algún tema que les cause interés.

Cuando se habla de los *millenials* y neosolteros, se comentó que los *millenials* son personas nacidas entre 1980 y 1999, de los cuales un buen porcentaje se han convertido en un nuevo término que se maneja actualmente que son los neosolteros, que antes de compartir su vida con una pareja deciden realizarse como personas profesionales y viajar mucho. Se pretendía comprobar si al momento de viajar estas personas, realmente les interesaba viajar y conocer los lugares, o les da pavor ir a un lugar donde no haya comunicación o señal de internet. Aunque los porcentajes de las personas que contestaron que realmente no les importa si hay o no hay señal de internet, es bajo, no fue lo suficiente para descartar que realmente existe pavor en varios de los universitarios. En las personas mayores de 37 años más del 50 % contestaron que si les interesa que haya señal, se puede interpretar que no es por mantenerse conectados a las redes sociales, sino por cuestiones de estar comunicados con su trabajo ya sea por el correo electrónico o por medio de Whatsapp.

La tecnología ha sido creada desde un inicio con el objetivo de facilitar las tareas, de modo que los procesos que se realizan a diario se automaticen logrando una mejor eficiencia en los resultados. Actualmente las personas desean automatizar todo, hasta sus amistades, tanto que la interacción tiende a ser más virtual que física. Los universitarios san carlistas decidieron demostrar lo contrario, con respecto a la forma de interactuar con sus amistades. Se evidencia que ellos contestarán que la forma que invierte más tiempo con sus amigos es física, debido a que, en la universidad viéndose a diario, tienden a

interactuar con sus amistades físicamente, ya sea por grupos de trabajo o grupos de estudio.

La forma de enamorar a las parejas ha sido automatizada también, muchas de las personas les gusta y hasta les crea morbo encontrarse con alguien diferente en las redes sociales y crear química entre los dos. Escribir no es lo mismo que cuando se dicen las palabras de frente. Se introdujo una de las preguntas claves para esta situación, si alguna vez habían tenido alguna relación con alguien que conoció en las redes sociales. Sorprendentemente las personas que más han tenido esta experiencia son: los jóvenes comprendidos entre las edades de 16 a 21 años en un 35 % de los encuestados, comprendidos en esa edad.

Las personas mayores de 37 años son las personas más vulnerables con respecto a sufrir algún tipo de acción negativa en las redes sociales, la causa podría ser la edad, porque la mayoría de personas en las redes sociales son jóvenes, ellos tiene pensamientos de estar bromeando, que cuando ven un comentario serio de una persona mayor, la empiezan a atacar o burlarse de ellos.

Las personas adictas a estar conectados en las redes sociales, tienden a sufrir desesperación y aburrimiento a pasar un largo tiempo sin señal de wifi o señal de datos móviles, aunque en los universitarios san carlistas tiene un mejor control sobre esas emociones al quedarse sin señal, ello tienden a no sentir nada, para ellos no tiene importancia tener señal, siempre buscan otro tipo de actividades para entretenerse, sin embargo, no pasa lo mismo con las personas mayores de 37 años, he de pensar que ellos si sienten un poco más de desesperación y aburrimiento debido a cuestiones laborales para estar comunicados, con temas de urgencia.

Aunque los encuestados estuvieron en un buen nivel en el manejo de las redes sociales, no se podía dejar pasar por alto preguntarles su opinión con respecto a si consideran que exista un bajo rendimiento escolar al utilizar en exceso las redes sociales. Fueron conscientes al mencionar que sí existe un bajo rendimiento escolar, en su mayoría más del 85 % de todos los encuestados.

Los universitarios san carlistas también consideran que si no se le da un uso adecuado a las redes sociales podría convertirse en un vicio, que puede afectar junto a los problemas de la sociedad, porque ya en muchas personas se observa que el uso de las redes sociales es un vicio que no pueden controlar. También los universitarios san carlistas consideran que el uso de las redes sociales afecta a la personalidad y comportamiento de las personas. El vicio crea dependencia, frustración, ansiedad y no permite realizar otras actividades donde la persona pueda desenvolverse libremente.

En la Ciudad Universitaria San Carlita convergieron en la opinión de utilizar facebook para la comunicación, información y recreación y otro grupo lo utiliza para noticias, son usos adecuados que se le da a la red social. Con respecto a Instagram hubo menos participación en comentarios debido a que más del 55 % no utiliza o considera que no le sirve en nada. Las opiniones con respecto a lo que ofrece Instagram fueron entretenimiento y poder ver la vida de otras personas a través de las fotos que publican en la red social. Lo positivo que pudieron determinar de esta aplicación fue la apreciación de diferentes fotos publicadas, de diferentes partes del mundo o de usuarios amantes a la fotografía.

Con respecto a la aplicación Twitter los usuarios san carlistas estuvieron de acuerdo en catalogar a Twitter como la convergencia de noticias, el punto

más fuerte de Twitter fue ofrecer las noticias, según los universitarios san carlistas. Con respecto a Snapchat, hubo mucho menos participación más del 81 % de los encuestados no utiliza Snapchat, y el resto de los encuestados un 8 % considera que no le sirve en nada utilizar esa aplicación, tan solo un 6 % considera que le sirve de entretenimiento. Esta fue la red social que menos utiliza los universitarios san carlistas, posiblemente por lo poco que puede aportar a una persona. Esta red social es considerada como la aplicación que ayuda a las personas a llamar la atención.

Los universitarios san carlistas utilizan YouTube para la educación universitaria, para apoyarse en la realización de sus tareas, en la facultad de Ingeniería y la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, uno de los videos más visitados son los de *julioprofe*, para apoyarse en los cursos de matemática y física.

Figura 41. Canal principal de JULIOPROFE



Fuente: RÍOS GALLEGO, Julio Alberto. Canal Julioprofe.

<https://www.youtube.com/channel/UCIkCzk3ezlAxX5r2OFIHLaQ>. Consulta: 6 de noviembre de 2017.

YouTube es la red social que tiene comentarios muy positivos, a pesar que se pueden encontrar diversidad de videos que también pueden influir en la personalidad de las personas y comportamiento, es más aceptable entre la comunidad como aporte educativo según los universitarios san carlistas.

Los encuestados acuerdan que las redes afectan a la personalidad y comportamiento de las personas, también se demuestra cuál red social realmente es la que más afecta a la personalidad y comportamiento de las personas. Los universitarios san carlistas convergieron en colocar a facebook como la red social que más daño hace, por la dependencia que crea, de estar conectados sabiendo que publican las demás personas. En los pueblos se maneja mucho las páginas anónimas de facebook, donde lo que menos hacen es dar la realidad de la situación actual, es más, para colocar en evidencia a muchas personas o simplemente crearles calumnias, sufriendo *bullying* cibernético. Otras de las cosas que crea dependencia Facebook, son los juegos asociados a la aplicación, llamando la atención completa de las personas impidiendo el progreso de una persona como profesional.

Así como también los universitarios san carlistas determinaron una red social que afecta seriamente en la personalidad y comportamiento de una persona, también se le preguntó cuál consideraba la red social menos nociva para la personalidad y comportamiento de una persona. Desde los comentarios se podría observar cuál sería esa red social. Ellos determinaron la red social menos nociva la de YouTube, por sus buenos aportes al crecimiento de una persona, en la vida, en lo profesional. Por su flexibilidad en la publicación de videos, realizando tutoriales de paso a paso, de cualquier situación en la que necesite una persona en un determinado tiempo.

CONCLUSIONES

1. A partir de los datos proporcionados por la muestra del grupo objetivo se observa que los universitarios de la Universidad San Carlos de Guatemala, no se ven influidos, ni les afecta el uso de las redes sociales, debido a que tiene un control adecuado sobre ellos.
2. El uso indebido, definitivamente afecta en la personalidad y comportamiento de las personas, según los datos de la muestra obtenida.
3. El uso de las redes sociales es un vicio que se suma a todos los vicios que existen en el país, según los datos de la muestra del grupo objetivo.
4. Los datos de la muestra del grupo objetivo determina que facebook es la red social que más afecta a la personalidad y comportamiento de una persona, debido a que es la que más usuarios universitarios posee, y a nivel país también es la red social más utilizada, esta razón puede provocar confusiones en los pensamientos de cada persona o llegar a ser víctimas de *bullying* cibernético.
5. Se determinó con base en los datos de la muestra del grupo objetivo que, YouTube es la red social más benéfica, debido al alto contenido educativo visitado por los universitarios de la Universidad San Carlos de Guatemala, por tanto, es la que menos daño causa a la personalidad y comportamiento de una persona.

RECOMENDACIONES

1. Realizar una nueva investigación donde se incluya a otros sectores de personas, para determinar nuevas conclusiones a nivel de país.
2. Tener un mejor control en los tiempos de uso de las redes sociales y en los contenidos que se publican o se ven en las redes sociales.
3. Concientizar a los padres de familia sobre la importancia de limitar a sus hijos desde pequeños, al acceso a las redes sociales, debido al vicio que puede provocar, y no terminar en un futuro indeseable para sus hijos.
4. Concientizar a los jóvenes sobre el uso correcto de facebook, con respecto a qué debe y qué no debe publicar en facebook.
5. Concientizar sobre la privacidad que ofrece la red social para evitar sucesos peligrosos como acosos, secuestros, entre otros, que pueden llegar a perjudicar la integridad física de una persona.
6. Promover la educación a través de tutoriales en YouTube.

BIBLIOGRAFÍA

1. Acerca de las respuestas y las menciones. [en línea]. <<https://support.twitter.com/articles/243906?lang=es>> [Consulta: 10 de febrero de 2018].
2. Aida Sánchez. Instagram Direct, ¿qué es, cómo funciona y cómo pueden usarlo las marcas?. [en línea]. <<http://www.codigosocial.es/instagram-direct-que-es-como-funciona-y-como-pueden-usarlo-las-marcas/>> [Consulta: 18 de febrero de 2018].
3. ALONSO ROBOLLEDO Ruy. *¿Cuál es la red social que más afecta a tu bienestar?* [en línea]. <<http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2017/05/24/cual-red-social-que-mas-afecta-tu-bienestar>> [Consulta: 15 de febrero de 2018].
4. Ana Bulnes Fraga – Cómo funciona la App facebook messenger. [en línea]. <<https://tecnologia.uncomo.com/articulo/como-funciona-la-app-facebook-messenger-26182.html>> [Consulta: 17 de marzo de 2018].
5. Aquila Messenger, el chat de mensajería instantánea de Twitter. [en línea]. <<http://www.telam.com.ar/notas/201707/196352-aquila-messenger-la-alternativa-para-hacer-de-twitter-una-mensajeria-instantanea.html>> [Consulta: 10 de enero de 2018].

6. BBC Mundo. *¿Qué efectos tiene las 5 mayores redes sociales en la salud mental de los jóvenes?*. [en línea]. <<http://www.bbc.com/mundo/noticias-39974688>> [Consulta: 15 de febrero de 2018].
7. Carmen Lliulla. *¿Qué es y cómo hacer un retweet?*. [en línea]. <<https://www.webspacio.com/que-es-retweet/>> [Consulta: 3 de mayo de 2018].
8. Casos de ciberbullying. [en línea]. <<http://www.ciberbullying.com/cyberbullying/casos-de-ciberbullying/>> [Consulta 2 de febrero de 2018].
9. CB en Español. *Estudio revela impacto de las redes sociales en la salud mental de los jóvenes*. [en línea]. <<http://cb.pr/estudio-revela-impacto-de-las-redes-sociales-en-la-salud-mental-de-los-jovenes/>> [Consulta: 13 de febrero de 2018].
10. Cga – Odeo. [en línea]. <<http://www.juntadeandalucia.es/averroes/centros-tic/41009822/mediawiki/index.php?title=Odeo>> [Consulta: 15 de febrero 2018].
11. El Norte. *Expertos sugieren regular el uso de las redes sociales en los adolescentes*. [en línea]. <<http://www.elnorte.com.ve/expertos-sugieren-regular-uso-redes-sociales-adolescentes/>> [Consulta: 15 de febrero 2018].

12. El Comercio – Instagram. *La peor red social para la salud mental, según estudio.* [en línea]. <<http://www.elcomercio.com/tendencias/instagram-efectos-redes-sociales-saludmental-estudio.html>> [Consulta: 15 de febrero 2018].
13. Eugenia Skaf. *10 tips eficaces para impulsar tu cuenta de Twitter.* [en línea]. <<https://postcron.com/es/blog/10-tips-eficaces-para-impulsar-tu-cuenta-de-twitter/>> [Consulta 6 de marzo de 2018].
14. Facebook – Configurar los pagos de la tienda. [en línea]. <<https://www.facebook.com/business/help/1672007083043120>> [Consulta: 12 de marzo de 2018].
15. HispanTV – *Conozca efectos de redes sociales en salud mental de los jóvenes.* [en línea]. <<http://www.hispantv.com/noticias/salud/341958/efectos-redes-sociales-salud-mental-jovenes>> [Consulta: 8 de marzo de 2018].
16. Iñaki Huerta. *Guía para Community Manager en Twitter.* [en línea]. <<http://blog.ikhuerta.com/guia-para-community-managers-en-twitter>> [Consulta: 6 de febrero de 2018].
17. Javier SALAS. *Cómo afecta las redes sociales a los adolescentes.* [en línea]. <<https://centrorodero.es/afectan-las-redes-sociales-los-adolescentes/>> [Consulta: 15 de febrero de 2018].
18. Juan Diego Polo. *El nuevo logo de YouTube, y nuevo diseño en su web.* [en línea]. <<https://www.whatsnew.com/2017/08/29/el-nuevo-logo-de>>

youtube-y-nuevo-diseno-en-su-web/.> [Consulta: 3 de mayo de 2018].

19. Kingston109. *Qué es y cómo funciona Snapchat.* [en línea]. <<https://www.taringa.net/posts/info/19201178/Que-es-y-como-funciona-Snapchat.html>> [Consulta: 10 de abril de 2018].
20. Padovan Erika. - *Quién se acuerda de Hi5.* [en línea]. <<http://blog.adventures.do/quien-se-acuerda-de-hi5>> [Consulta: 4 de marzo de 2018].
21. Pastor Javier. *Y el primer Smartphone de la historia fue...* [en línea]. <<https://www.xatakamovil.com/movil-y-sociedad/y-el-primer-smartphone-de-la-historia-fue>> [Consulta: 15 de febrero de 2018].
22. ¿Qué tipos de grupos existen en facebook? [en línea]. <<http://www.imh.eus/es/comunicacion/dokumentazio-irekia/manuales/manual-facebook-redes-sociales-para-usuario-y-para-empresa/grupos-en-facebook/bfque-tipos-de-grupos-existen-en-facebook>> [Consulta: 17 de febrero de 2018].
23. Victoria Cea - *¿Qué es y Cómo funciona Snapchat? Ventajas y Desventajas para el Community Manager.* [en línea]. <<https://vceando.wordpress.com/2014/03/11/que-es-y-como-funciona-snapchat-ventajas-y-desventajas-para-el-community-manager/>> [Consulta: 25 de mayo de 2018].

APÉNDICE

Apéndice 1. Instrumento utilizado en la investigación



Instrumento núm.1 dirigida a los universitarios en la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Rol en la Universidad: Estudiante Docente Personal
Admón.

Género: Masculino Femenino. Facultad _____

Edad 16 –21 22 – 26 27 – 31 32 – 37 37+

Apreciable compañero, se solicita su valiosa colaboración, respondiendo las preguntas que se le presentan con una **X** donde corresponda, esta información tendrá fines eminentemente investigativos y será manejada en forma confidencial.

- ¿Edad a la que tuvo su primer Smartphone?
 8 - 12 años 13 - 18 años más de 18 años
- ¿Cuáles redes sociales utiliza?
 Facebook Twitter YouTube
 Instagram Snapchat
- ¿Cuál es el orden de preferencia con que utiliza las redes sociales?, donde 5 es el que más utiliza y 1 el que menos utiliza.
 Facebook Twitter YouTube
 Instagram Snapchat
- ¿Cuál lugar o momento utiliza para revisar su móvil?
 Baño Clase Transporte público Comedor
 Iglesia Cine Reuniones de Familia o trabajo
 Manejando Citas Cama por la noche

Continuación del apéndice 1.

5. ¿Le han llamado la atención por revisar el móvil en los lugares marcados en la pregunta anterior?
 Sí No
6. ¿Cuántos días a la semana se desvela revisando el móvil? _____
7. ¿Cuántas publicaciones realiza en el día en las redes sociales?
 0 - 5 6 - 15 más de 15
8. ¿Qué tipo de emociones publica en las redes sociales?
 Alegrías Tristezas Furias
 Desagrados Miedos . Ninguna
9. ¿Ha realizado publicaciones, únicamente para elevar su ego?
 Sí No
10. ¿Ha sido víctima de *bullying* en las redes sociales?
 Sí No
11. ¿Cuándo ve una publicación de su interés, cree en lo que dice o investiga?
 Investigo la veracidad de la información Crédito a la primera
12. ¿Si sale de viaje a un sitio turístico, prefiere que haya señal de *wifi* o datos móviles, o no le importa?
 Que haya señal de wifi o datos móviles No le importa
13. ¿Siente desesperación si nadie comenta, le da *like* o *follow* en sus publicaciones?
 Sí No
14. ¿De cuál forma ha invertido más tiempo con sus amigos?
 Virtual Física
15. ¿Ha tenido alguna relación sentimental con alguien que conoció en las redes sociales?
 Sí No
16. ¿Ha tenido algún accidente por ir revisando el móvil, ya sea manejando o caminando?
 Sí No

Continuación del apéndice 1.

17. ¿Ha sido víctima de alguna acción negativa por parte de otros usuarios de redes sociales, debido a un comentario publicado por usted, tales como: rechazo, burla, acoso, chantaje, etc.?

 Sí No

18. ¿Cuáles sentimientos o sensaciones experimentan cuando no tiene datos móviles o conexión *wifi* durante 5 o más horas?

19. ¿Considera que existe una baja de rendimiento escolar al utilizar las redes sociales en exceso?

 Sí No

20. ¿Considera que puede catalogarse como un vicio más para los problemas de la sociedad, el uso de las redes sociales?

 Sí No

21. ¿Considera que las redes sociales afectan a la personalidad y comportamiento de las personas?

 Sí No

22. ¿En qué le ayuda utilizar facebook? _____
_____ No lo uti

23. ¿En qué le ayuda utilizar Instagram? _____
_____ No lo uti

24. ¿En qué le ayuda utilizar Twitter? _____
_____ No lo uti

25. ¿En qué le ayuda utilizar Snapchat? _____
_____ No lo uti

26. ¿En qué le ayuda utilizar YouTube? _____
_____ No lo uti

27. ¿Cuál considera que es la red social que más afecta a la personalidad y comportamiento de la persona?

 Facebook
 Instagram Twitter
 Snapchat YouTube

Continuación del apéndice 1.

28. ¿Cuál cree que es la red social menos nociva para la personalidad y comportamiento de las personas?

<input type="checkbox"/>	Facebook	<input type="checkbox"/>	Twitter	Yo	<input type="checkbox"/>	De
<input type="checkbox"/>	Instagram	<input type="checkbox"/>	Snapchat			

Fuente: elaboración propia.