



DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3254

La red social Facebook y su influencia como fuente de comunicación en los estudiantes de tercero de bachillerato de la unidad educativa fiscomisional San Juan Bautista

Ana Vasco-Martínez

ana.vasco@unl.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-3924-3731>

Universidad Nacional de Loja
Loja-Ecuador

Eduardo Fabio Henríquez Mendoza

eduardo.henriquez@unl.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-6102-9809>

Universidad Nacional de Loja
Loja-Ecuador

Franklin-Gustavo Santín-Picoita

Franklin.santin@unl.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-3852-047X>

Universidad Nacional de Loja
Loja-Ecuador

Hever Sánchez Martínez

hever.sanchez@unl.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-5189-5164>

Universidad Nacional de Loja
Loja-Ecuador

Sybel Ontaneda Andrade

sybel.ontaneda@unl.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-5947-6394>

Universidad Nacional de Loja
Loja-Ecuador

César Teodomiro Sandoya Valdiviezo

cesar.sandoya@unl.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-9343-155X>

Universidad Nacional de Loja
Loja-Ecuador

RESUMEN

En la actualidad las redes sociales se han vuelto un factor principal para la sociedad. Facebook, es una plataforma que ha permitido mantener una relación en tiempo real. Es por ello que, muchas instituciones educativas, usan este medio para estar en contacto con los estudiantes. Pero, pueden existir factores que afectan a la difusión de contenidos. Por ende, el objeto central de esta investigación es analizar la influencia de la red social Facebook como fuente de difusión de la comunicación entre los estudiantes de tercero de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscomisional San Juan Bautista del cantón Catamayo (Loja-Ecuador), en el período mayo-julio 2022. En el presente trabajo investigativo se utilizó el método cuantitativo. Esto permitió la extracción de información por medio de matrices de observación y encuestas analíticas mixtas, con preguntas abiertas y cerradas, que facilitaron la recolección de datos. Los resultados evidencian que el nivel de interacción aumenta o disminuye según el tipo de publicación. Los videos con participación estudiantil tienen mayor alcance en comparación a los informes institucionales. Por lo tanto la utilización de contenido audiovisual “videos” genera mayor interés.

Palabras clave: redes sociales; interacción; estudiantes; Facebook; difusión.

Correspondencia: jana.vasco@unl.edu.ec

Artículo recibido 10 agosto 2022 Aceptado para publicación: 10 septiembre 2022

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Cómo citar: Vasco Martínez, A., Henríquez Mendoza, E. F., Santín Picoita, F. G., Sánchez Martínez, H., Ontaneda Andrade, S., & Sandoya Valdiviezo, C. T. (2022). La red social Facebook y su influencia como fuente de comunicación en los estudiantes de tercero de bachillerato de la unidad educativa fiscomisional San Juan Bautista. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(5), 2415-2427. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3254

The social network facebook and its influence as a source of communication in third year high school students of the unidad educativa fiscomisional San Juan Bautista

ABSTRACT

Nowadays, social networks have become a major factor in society. Facebook is a platform that has allowed to maintain a relationship in real time. That is why, many educational institutions, use this medium to stay in touch with students. But there may be factors that affect the dissemination of content. Therefore, the main purpose of this research is to analyze the influence of the social network Facebook as a source of dissemination of communication among students in third year of high school of the Unidad Educativa Fiscomisional San Juan Bautista del canton Catamayo (Loja-Ecuador), in the period May-June 2022. IN this research work, the quantitative method was used. This allowed the extraction of information through observation matrices and mixed analytical surveys, with open and closed questions, which facilitated data collection. The results show that the level of interaction increases or decreases according to the type of publication. Videos with student participation have a higher reach compared to institutional reports. Therefore, the use of audiovisual content "videos" generates greater interest.

Keywords: *social networks; interaction; students; Facebook; dissemination.*

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales se han convertido en un fenómeno complejo que va más allá de la conexión de individuos en una plataforma digital. La interacción en estos medios sociales se ha vuelto crucial para los creadores de contenido. Los diversos factores que existen para conocer el número de seguidores, lugares de aceptación de publicación y que tipo de contenido interesa más a los usuarios.

Facebook, es un medio digital que cuenta con espacios de entretenimiento, información, trabajo y estudio, donde los usuarios pueden compartir con sus 'amigos' fotografías, vídeos o audios. Pero, en la actualidad crear contenido se ha vuelto un reto. Se requiere de creatividad para llamar la atención de los internautas (Aguilar-Torres, Henríquez-Mendoza, Santín-Picoita y Sánchez-Martínez, 2021).

La Unidad Educativa Fiscomisional San Juan Bautista, cuenta con una página de Facebook desde 2018, que es utilizada como medio de comunicación e información para la comunidad estudiantil. Pero, en una observación previa se contempló que la información compartida por la institución no llega a todos los usuarios que siguen la página.

A pesar de la constante actualización de la página, el problema radica en que no alcanza a su audiencia y el nivel de interacción es mínimo. Por ello, la presente investigación tiene como objetivo analizar la influencia de la red social Facebook como fuente de difusión de la comunicación entre los estudiantes de tercero de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscomisional San Juan Bautista.

Esta investigación es importante porque involucra a uno de los elementos primordiales para el futuro de la sociedad ecuatoriana, como son los estudiantes. Se llevará a cabo para dar a conocer como una red social puede servir como puente de comunicación entre estudiantes de secundaria y plante educativo.

Redes Sociales

Las redes sociales son sitios y aplicaciones usadas en diferentes áreas, ya sea para trabajar en ellas o de forma personal. Estos medios sociales están compuestos por individuos relacionados entre si (Gallego, 2010). Entonces, las redes sociales son sitios web donde los usuarios comparten contenido de interés propio y público.

Una de las características importantes de las redes sociales es la interacción. Esta es una acción mutua de comportamientos entre sujetos en el escenario de la comunicación (González, 2017; Rizo, 2006). La interacción en redes sociales es esencial para los sitios

web, cada vez que un usuario publica otra persona que se encuentra al otro lado del mundo le da *like*, comenta o comparte la publicación.

Facebook

Es un medio social con una gran acogida entre los jóvenes para realizar sus actividades académicas, por lo tanto, esta herramienta social consigue que los jóvenes trabajen con materiales multimedia, imágenes, repositorios, vídeos o páginas web para su aprendizaje (Abúndez Nájera, 2015).

Para enmarcar teóricamente esta investigación se consideró los elementos comunicativos, elementos narrativos y la relación de la audiencia con la red social Facebook.

▪ **Elementos comunicativos**

Los elementos comunicativos, se pueden presentar de manera unidireccional o bidireccional. Por lo que Kaplún (2002, citado en García-Calderón, et al., 2022) lo define de la siguiente forma:

El primero hace referencia a un modelo educativo tradicional caracterizado por un ente emisor (docente) y el otro receptor (estudiante), lo que genera roles rígidos en el ambiente de clase. El segundo se fundamenta en un modelo educativo alternativo, en donde hay un intercambio constante de los roles comunicativos, de forma que se alternen entre emisores y receptores en los actores educativos, lo que permite generar conocimiento. (p.5)

▪ **Elementos narrativos**

Los elementos narrativos son aquellos textos narrativos impresos y virtuales, “adecuando las características para una lectura profunda y un meticuloso análisis de contenidos y productos presentados por los usuarios, incluyendo, además, elementos emergentes que se presenten en el estudio” (Montoya, 2019, p.34).

▪ **Relación audiencia red social Facebook**

Dentro de la interacción de Facebook encontramos una serie de vinculaciones sociales que han permitido construir nuevas relaciones. Según Arratia, et al., (2006) “cuantas más relaciones físicas tenemos y más fuertes son, más utilizamos Internet y más se fortalecen estas relaciones. Parece, pues, que el papel social de estos espacios es el de construir y reforzar un tipo de relaciones determinadas” (p.309). Es así que, para esta investigación,

es importante identificar los tipos de relaciones que han generado en la plataforma web de la Unidad Educativa Fiscomisional San Juan Bautista entre estudiantes, docentes y administrativos.

Página de Facebook 'San Juan Bautista al Día'

La creación de contenido tiene como propósito brindar información a los usuarios ya sea comercial o únicamente de la marca. Además, se necesita un contenido de calidad que no tenga errores ortográficos, que usen correctamente los signos de puntuación y un buen manejo de *hashtags* que ayuden a posicionar (R.G, 2019). Por otro lado, los usuarios son las personas que disfrutan de un servicio o un producto. Existe dos tipos de usuarios: los usuarios potenciales que necesitan información para llevar a cabo una actividad, pero no son consientes de ello y los usuarios reales que si son consientes que necesitan y utilizan información para realizar una actividad (Sanz, 1994).

Para esta exploración se parte de las experiencias investigativas que han realizado otros autores en torno a Facebook como fuente de comunicación a nivel nacional e internacional. Los autores españoles Paniagua y Gómez en su investigación titulada "El uso de las redes sociales por parte de las universidades españolas" analizaron el uso de las redes sociales por parte de los planteles educativos. Además, se observó la conexión entre el medio, los alumnos y la audiencia general, para lograr este objetivo se identificó el lenguaje usado, reglas de comunicación a aplicar y los contenidos a disposición de la comunidad.

El presente estudio presenta la hipótesis: Los estudiantes de tercer año de bachillerato de la Unidad Educativa Fiscomisional San Juan Bautista son influenciados por Facebook de manera negativa ante el interés y atención al contenido de la página de Facebook del colegio en esta red social.

Por último, los objetivos que marcarán el propósito del estudio son los siguientes: primero identificar los elementos comunicativos utilizados por la Unidad Educativa Fiscomisional San Juan Bautista en la red social Facebook para la difusión de la información. A continuación, determinar de qué manera la información difundida por la Unidad Educativa Fiscomisional San Juan Bautista en Facebook genera interés e interacción entre los estudiantes de tercero de bachillerato con la página de Facebook. Y para finalizar, proponer y desarrollar un plan comunicacional que se adapte a las necesidades de la institución y al mismo tiempo sea bien recibido por los estudiantes.

METODOLOGÍA

Este trabajo tendrá un enfoque cuantitativo que se “utiliza para consolidar las creencias y establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población” (Hernández, et al., 2018, p.10) y el tipo de investigación será descriptivo-explicativo que, según Guevara, et al., (2020):

La investigación descriptiva se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad. La investigación explicativa es aquella que tiene relación causal, no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta precisar las causas del mismo. (p.165)

La población la conformaron 580 personas que representan a los estudiantes de la Unidad Educativa Fiscomisional San Juan Bautista. Se tomó como universo a 236 estudiantes que conforman los cursos de octavo año de básica superior hasta tercero de bachillerato unificado y como muestra a los alumnos de tercero de bachillerato que cuentan con un total de 27 alumnos.

Las técnicas a usar para esta investigación fue un análisis de contenido donde se propone desde una matriz de observación web identificar los elementos comunicativos, narrativos y relación audiencia red social Facebook. El análisis, como proceso de reflexión, permite acceder a la esencia del fenómeno estudiado, a la comprensión profunda y sus múltiples interpretaciones (Robles, 2011).

Y la segunda técnica es la encuesta según López-Roldán & Fachelli (2015) se da a través de “la integración de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se deriva de una problemática de investigación” (p.8).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En base a los resultados obtenidos en la investigación realizada a estudiantes de edades comprendidas entre 12 a 18 años, se evidencia que existe una relación entre los estudiantes y la página de Facebook. Se demuestra que Facebook es un medio de socialización e información, donde permite que los usuarios conozcan los trabajos que realiza la institución y las actividades que cumplen los docentes junto a los estudiantes.

Tras la aplicación de matrices de observación para identificar los diferentes contenidos publicados en la página de Facebook, se evidencia que el bajo nivel de interacción, estudiantes e institución se presenta por la falta de constancia en las publicaciones institucionales.

Los elementos comunicativos se identificaron mediante la teoría de Kaplún donde menciona la comunicación unidireccional y bidireccional (Kaplún, 2002, citado en García-Calderón et al., 2022). En lo unidireccional encontramos en los resultados una información emitida por la institución con características meramente informativas. Mientras, que en lo bidireccional se da mediante el lenguaje audiovisual “video” que más le interesa al educando, como se aprecia en los resultados.

En cambio, en los elementos narrativos, se evidencio que la interacción virtual se desarrolló mediante videos visualizados, compartidos, comentarios, reacciones (me gusta, me encanta, me importa, me divierte, me asombra, me entristece, me enfada) y reproducciones (Montoya, 2019;).

También se observó la relación audiencia con la página de Facebook ‘San Juan Bautista al Día’. Según Arratia, et al., (2006), entre más interacciones cotidianas de manera física mayor interés e interacciones digitales. Se identificó y anoto que, en el mes de mayo, las publicaciones con relación a estudiantes: los compartidos, comentarios, me gusta y me encanta expresaron el interés del estudiante de cara a la información institucional. Mientras que, otras publicaciones como contenido de religión, eventos especiales y parte mortuario tuvieron una interacción oxidante de mayor compartidos y de menor me importa, en esta escala de valores.

Por otro lado, la encuesta arrojó que los adolescentes usan las redes sociales durante una a dos horas en la noche; al mismo tiempo afirmaron conocer la página de Facebook de la institución a la que asisten y teniendo como preferencia los contenidos con texto y video. Asimismo, más de la mitad de la población encuestada está a favor de tener un espacio en la página de Facebook para participar. Esto refleja la necesidad que tienen los estudiantes de cara a la vinculación, generación de contenido y participación con la institución.

ILUSTRACIONES, TABLAS, FIGURAS

Tabla 1. Elementos comunicativos.

Nro.	Elementos comunicativos en Facebook			
	MAYO		JUNIO	
1	Informes institucionales	2	Informes institucionales	
2	Eventos especiales		Eventos especiales	1
3	Estudiantes	2	Estudiantes	27
4	Religión		Religión	1
5	Partes mortuorios		Partes mortuorios	1

Elaboración: Equipo investigador.

Nota: La frecuencia de las actividades: diarias, semanales y mensuales.

Tabla 2. Elementos narrativos

Nro.	Facebook		Elementos narrativos			
	Publicaciones Agenda mensual	Video	Imagen	Gráficos	Infografía	Texto
	MAYO					
1	Informes institucionales		1		1	2
2	Eventos especiales					
3	Estudiantes	1	1			2
4	Religión					
5	Partes Mortuorios					
	JUNIO					
1	Informes institucionales					
2	Eventos especiales		1			1
3	Estudiantes	27				27
4	Religión		1			1
5	Partes Mortuorios				1	1

Elaboración: Equipo investigador.

Fuente: a partir de resultados.

Tabla 3. Relación audiencia red social Facebook

Red Social Facebook						
Facebook	Informes institucionales	Eventos especiales	Estudiantes	Religión	Parte Mortuorios	
MAYO						
# de veces compartido	37		11			
# de comentarios	2		9			
# de reacciones	Me gusta	63	161			
	Me encanta	3	36			
	Me importa					
	Me divierte					
	Me asombra					
	Me entristece					
	Me enfada					
# de reproducciones			2273			
JUNIO						
# de veces compartido		1	126	4	4	
# de comentarios			172		13	
# de reacciones	Me gusta		55	890	65	14
	Me encanta		26	422	18	
	Me importa			23		
	Me divierte					
	Me asombra					
	Me entristece					14
	Me enfada					
# de reproducciones			20.945			

Elaboración: Equipo investigador.

Fuente: A partir de resultados.

Tabla 4. Resultados relevantes de encuesta

Variables	Cantidades									Porcentaje
	8 "A"	8 "B"	9 "A"	9 "B"	10	1 BGU	2 BGU "A"	2 BGU "B"	3 BGU	Total
Red Social Facebook	20	17	16	16	20	21	16	15	26	25,77%
Horario 7-9	7	5	11	6	16	22	15	8	14	34,55%
Tiempo 1-2 h	7	4	13	8	19	8	11	8	6	37,33%
Contenido Video	22	13	20	15	18	19	15	10	13	40,17%
Sí hay interacción	13	16	11	11	14	15	8	7	21	52,73%

Elaboración: Equipo investigador.

Fuente: A partir de resultados.

CONCLUSIONES

La red social Facebook se ha constituido como una de las plataformas de mayor cobertura y expansión en el mundo, captando la atención de millones de personas (Holzner, 2009).

En el caso de la Unidad Educativa Fiscomisional San Juan Bautista, la comunidad estudiantil destina gran parte de su tiempo al Tik Tok y en segundo lugar a Facebook.

Los estudiantes no utilizan su celular a la hora de clase, la mayoría lo usa después de la jornada escolar, pero con más frecuencia en la noche dedicando de 1 a 2 horas. También son conscientes que la institución a la que asisten cuenta con una página de Facebook que brinda información de interés para la comunidad, por lo cual más de la mitad de encuestados afirmó interactuar con dicha página.

Se observó que las publicaciones que generaron mayor interés fueron las que contaban con videos acompañados de texto y fotografías donde participan los estudiantes de la institución.

Además, durante la investigación se evidenció una falta de planificación, organización y de constancia en la difusión de contenidos institucionales que podría interesar a los educandos. Esta falencia agudiza de manera significativa la falta de interés con identidad y posicionamiento de la página en la comunidad tanto de docentes como de estudiantes. En consecuencia, luego de desestimar la hipótesis se evidencia que existe un interés por parte de los estudiantes en interactuar con otro tipo de contenidos en la página web institucional. Pero, la institución no ha invertido tiempo, recursos, ni capital humano en crear una red de comunicación entre estudiantes, docentes y administrativos.

Al tener en cuenta en el marco teórico la guía de autores como Mario Kaplún, Arratia y Montoya se pudo establecer una guía para analizar, identificar y determinar los elementos comunicativos, narrativos y de interacción planteados en la metodología y desarrollados en los resultados.

LISTA DE REFERENCIAS

- Abúndez Nájera, E.; Fernández Santos, F.; Meza de la Hoz, L. & Álamo Bernal, M. (2015). Facebook como herramienta educativa en el proceso de enseñanza-aprendizaje en el nivel medio superior. *Zona Próxima*, (22), 116-127. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2145-94442015000100009

- Aguilar-Torres, M. J., Henríquez-Mendoza, E. F., Santín-Picoita, F. G., & Sánchez-Martínez, H. (2021). Los Medios Sociales en la Promoción Turística de las Zonas Rurales. *Revista Tecnológica-Educativa Docentes 2.0*, 12(1), 191–199. <https://doi.org/10.37843/rted.v1i1.270>
- Gallego, J. C. (2010). *Tecnologías de la información y de la comunicación. Técnicas básicas*. Madrid: EDITEX.
- García-Calderón, Keiner; Barrientos-Córdoba, Adrián Eliécer; Córdoba-Alfaro, Claudio Israel. Las interacciones comunicativas en los procesos de enseñanza y aprendizaje en la clase de Estudios Sociales. *Revista Educación*, 46(1), 2022
- González Monteagudo, Carmen. (2017). La interacción en el camino hacia una comunicología. *Alcance*, 6(13), 142-172. Recuperado en 15 de febrero de 2022, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2411-99702017000200007&lng=es&tlng=es.
- Guevara Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., & Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5
- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015) *Metodología de la investigación social cuantitativa*. [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma de Barcelona. Centre] Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma de Barcelona. <https://ddd.uab.cat/record/129382>
- Montoya, D. (2019). *Corporalidades en Facebook: Ciber-cenestesis resistencias juveniles*. [Maestría en Comunicación, Universidad Distrital Francisco José de Caldas] Sistema de Bibliotecas Universidad Distrital Francisco José de Caldas. <https://repository.udistrital.edu.co/handle/11349/15760>
- R.G., F. (2019). *De profesión influencer. (Spanish Edition)* (Edición de Kindle ed.)
- Rizo García, M. (2006). *La interacción y la comunicación desde los enfoques de la psicología social y la sociología fenomenológica. Breve exploración teórica*. <https://ddd.uab.cat/record/12830?ln=es>

Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropofísico. *Cuicuilco*, 18(52), 39-49.

Sanz, C. (1994). *Manual de estudios de usuarios*. Fundación Germán Sánchez Ruipérez: Pirámide. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=45663>