UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MENCIÓN COMUNICACIONES PUBLICITARIAS

TRABAJO DE GRADO

ANALIZAR LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN EN LAS RELACIONES DE PAREJA DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS.

VERACIERTA, Daniuska

Tutor:

URBINA, María Carolina

Caracas, septiembre 2017

AGRADECIMIENTOS

Este Trabajo de Grado fue el resultado de mucho esfuerzo, constancia y dedicación, en el que se invirtieron varios días para su culminación. Representa uno de los logros más valiosos a lo largo de mi formación universitaria.

Primero que nada quiero agradecer a mi familia, quienes siempre me brindaron su apoyo. A mis padres Enrique Veracierta y Aurora Cámara por motivarme a ser una mejor versión de mí cada día, por la confianza que me brindaron, por el ánimo transmitido durante mi proceso de estudios universitarios y por los conocimientos impartidos para ser una mejor profesional.

A mi hermano Enrique Rafael, por apoyarme y guiarme cuando tuve algún problema, por ser una de las personas más valiosas y por ser un ejemplo a seguir. Agradezco la confianza, la disposición a ayudarme y escucharme en todo momento.

A mis abuelos Enrique Veracierta y Rosa Salazar, ya que son mi inspiración, les agradezco los valores impartidos, los cuales pondré en práctica tanto en mi vida personal, como profesional.

A mi abuela Felicia Ávila, por preocuparse y estar siempre atenta de mí. Espero poder compartir contigo muchos años más y que puedas presenciar cada uno de mis logros.

A mis tíos José Antonio, Edda Rodríguez y mi prima Edda Valentina por brindarme su apoyo en todo momento y por poder contar con ustedes cada vez los necesito.

A mi profesora de seminario María Carolina Urbina, ya que gracias a ella pude culminar mi Trabajo de Grado después de un arduo trabajo en equipo. Le agradezco por guiarme, corregirme y lo más valioso, por enseñarme.

Al profesor Jorge Ezenarro, por responder cada una de las dudas que me surgieron durante el proceso de elaboración de mi Trabajo de Grado.

Quiero agradecer especialmente a mi casa de estudio, a la Universidad Católica Andrés Bello por ser mi segunda casa, por abrirme las puertas día a día hacia el aprendizaje y por ser un espacio de inspiración que siempre llevaré en mí corazón.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 16

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 18

1.1 Descripción y formulación del problema 18

1.2 Delimitación 19

1.3 Objetivos de la investigación 20

1.3.1 Objetivo general 20

1.3.2 Objetivos específicos 20

1.4 Justificación de la investigación 21

II. MARCO CONCEPTUAL 22

2.1 Comportamiento 22

2.1.1 Actitudes 23

2.1.2 Percepción 23

2.1.3 Interpretación 25

2.1.4 Personalidad 25

2.2 Valores 26

2.2.1 Lealtad 27

2.2.2 Respeto 27

2.2.3 Responsabilidad 28

2.3 Relaciones de pareja 28

2.3.1 Apego 29

2.3.2 Conflicto 30

2.3.3 Confianza 30

2.3.4 Celos 31

2.4 Internet 31

2.4.1 Web 2.0 32

2.4.1.1 Características de la Web 2.0 33

2.4.2 Generación Y 34

2.4.3 Internauta 35

2.4.4 Consecuencias de internet 36

2.4.4.1 Adicción 36

2.4.4.2 Aislamiento 36

2.4.4.3 Comunicación 37

2.4.4.4 Socialización 38

2.5 Medios sociales 38

2.5.1 Definición de medios sociales 38

2.5.2 Características de los medios sociales 39

2.5.3 Clasificación de los medios sociales 39

2.5.4 Redes Sociales 40

2.5.4.1 Definición de redes sociales 40

2.5.4.2 Tipos de redes sociales 41

2.5.4.3 Ventajas y desventajas de las redes sociales 42

2.5.4.4 Facebook 44
2.5.4.5 Whatsapp 46
2.5.4.6 Instagram 46
2.5.4.7 Snapchat 48
2.5.4.8 Twitter 48
2.5.4.9 Pinterest 49
III. MARCO REFERENCIAL 50
3.1 Tecnología 50
3.1.1 Impacto que han tenido los dispositivos móviles en la actualidad 50
3.1.2 Usos de dispositivos electrónicos 51
3.2 Internet 53
3.2.1 Penetración de internet en el mundo 53
3.2.2 Penetración de internet en Venezuela 54
3.2.3 Usos de internet en Venezuela 55
3.3 Redes sociales 56
3.3.1 Redes sociales más usadas por millennials 56
3.3.2 Motivos de uso de las redes sociales 57
3.3.3 Privacidad en las redes sociales 58
3.4 Millennials 59
3.4.1 Actividades preferidas en tiempo libre 59
3.5 Relaciones de pareja 60
3.5.1 Efectos positivos y negativos de la tecnología en las relaciones de pareja 60

3.5.2 Diferencia entre lo público, lo privado y lo secreto 62

3.6 Nivel educativo 64

3.6.1 Nivel de estudio de los venezolanos 64

IV. EL MÉTODO 65

4.1 Modalidad 65

4.2 Diseño y tipo de investigación 66

4.3 Diseño de variables de investigación 67

4.3.1 Definición conceptual 67

4.3.2 Definición operacional 68

4.3.2.1 Operacionalización de variables 69

4.4 Unidades de análisis y población 73

4.5 Diseño muestral 73

4.5.1 Tipo de muestreo 74

4.5.2 Tamaño de la muestra 74

4.6 Diseño del instrumento 75

4.6.1 Descripción del instrumento 76

4.6.1.1 Encuesta o cuestionario (primera versión) 78

4.6.1.2 Entrevista en profundidad (primera versión) 84

4.7.2 Validación del instrumento 86

4.7.3 Ajuste del instrumento 90

4.7.3.1 Encuesta (versión final) 90

4.7.3.2 Entrevista (versión final) 98

4.8 Criterios de análisis 100

4.9 Procesamiento 101

4.10 Limitaciones 102

V. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS 103

5.1 Resultados del primer instrumento (encuesta) 103

5.2 Resultados del segundo instrumento (entrevista) 145

5.2.1 Resultados de las entrevistas 151

VI. ANÁLISIS DE RESULTADOS 158

6.1 Análisis de los instrumentos (encuesta y entrevista) 158

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 198

7.1 Conclusiones 198

7.2 Recomendaciones 203

7.2.1 Recomendaciones referentes a la investigación 203

7.2.2 Recomendaciones para estudiantes al realizar un proyecto de grado 205

BIBLIOGRAFÍA 207

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura #1: Sexo de los encuestados 103

Figura #2: ¿Qué edad tienes? 104

Figura #3: Estudiantes que dedican su tiempo libre a ver televisión 105

Figura #4: Estudiantes que dedican su tiempo libre a chatear con amigos y familiares 105

Figura #5: Estudiantes que dedican su tiempo libre a escuchar música 106

Figura #6: Estudiantes que dedican su tiempo libre a leer 106

Figura #7: Estudiantes que dedican su tiempo libre a viajar 107

Figura #8: Estudiantes que dedican su tiempo libre a descansar, dormir 107

Figura #9: Estudiantes que dedican su tiempo libre a ir al teatro 108

Figura #10: Estudiantes que dedican su tiempo libre a ir al cine 108

Figura #11: Estudiantes que dedican su tiempo libre a pasar tiempo en pareja 109

Figura #12: Estudiantes que dedican su tiempo libre a hacer tareas del hogar 109

Figura #13: Estudiantes que dedican su tiempo libre a tomar bebidas alcohólicas 110

Figura #14: Estudiantes que dedican su tiempo libre a jugar videojuegos 110

Figura #15: Estudiantes que dedican su tiempo libre a rumbear 111

Figura #16: Estudiantes que dedican su tiempo libre a salir a reuniones 111

Figura #17: Estudiantes que dedican su tiempo libre a hacer deporte 112

Figura #18: Estudiantes que dedican su tiempo libre a entretenerse 112

Figura #19: Estudiantes que dedican su tiempo libre a otras actividades 113

Figura #20: ¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales en tu tiempo libre? 114

Figura #21: ¿Interactúas con tus contactos por medio de las redes sociales? 115

Figura #22: Estudiantes que ingresan a las redes sociales por medio del teléfono móvil 116

Figura #23: Estudiantes que ingresan a las redes sociales por medio de la Tablet 116

Figura #24: Estudiantes que ingresan a las redes sociales por medio de computadora, laptop 117

Figura #25: ¿Ingresar a las redes sociales es uno de los mayores usos que le das a tu dispositivo? 118

Figura #26: ¿Qué red social te gusta más? 119

Figura #27: Estudiantes a los que les genera interés la función de chatear en las redes sociales 120

Figura #28: Estudiantes a los que les genera interés la función de mantenerse al día con las noticias en las redes sociales 120

Figura #29: Estudiantes a los que les genera interés la función de encontrar contenido entretenido en las redes sociales 121

Figura #30: Estudiantes a los que les genera interés la función de compartir fotos y videos en las redes sociales 121

Figura #31: Estudiantes a los que les genera interés la función de publicar historias en las redes sociales 122

Figura #32: Estudiantes a los que les genera interés la función de comentar publicaciones en las redes sociales 122

Figura #33: Estudiantes a los que les genera interés la función de publicar estados en las redes sociales 123

Figura #34: Estudiantes a los que les genera interés la función de otros en las redes sociales 123

Figura #35: ¿Con qué tipo de personas interactúas por redes sociales 124

Figura #36: ¿Te consideras más sociable por las redes sociales que en persona? 125

Figura #37: ¿Los perfiles de redes sociales reflejan lo que las personas son realmente? 126

Figura #38: ¿Alguna vez saliste con alguien que conociste por medio de las redes sociales? 127

Figura #39: ¿Confías en tu pareja? 128

Figura #40: ¿Tu pareja respeta la privacidad de tus redes sociales? 129

Figura #41: ¿Las redes sociales permiten expresar el amor que sientes hacia tu pareja? 130

Figura #42: ¿Las redes sociales permiten una mejor comunicación con tu pareja? 131

Figura #43: ¿Por las redes sociales es más fácil expresar algo a tu pareja que en el cara a cara? 132

Figura #44: ¿Las redes sociales permiten expresar sentimientos y emociones sin temor al rechazo? 133

Figura #45: ¿Has sentido celos por el tipo de contenido que sube tu pareja en las redes sociales? 134

Figura #46: ¿Has sentido incomodidad por el tiempo que tu pareja le dedica a las redes sociales? 135

Figura #47: ¿Tienes constantes discusiones con tu pareja por culpa de las redes sociales? 136

Figura #48: ¿Sientes la necesidad de saber qué está haciendo tu pareja en las redes sociales? 137

Figura #49: ¿Tu pareja te pide la clave de tus redes sociales? 138

Figura #50: ¿Tu pareja revisa tu celular? 139

Figura #51: ¿Has sentido la necesidad de revisar el perfil social de tu pareja? 140

Figura #52: ¿Estás pendiente de lo que publica tu pareja en las redes sociales? 141

Figura #53: ¿Las redes sociales pueden deteriorar las relaciones de pareja? 142

Figura #54: ¿Las redes sociales generan malentendidos con tu pareja? 143

Figura #55: ¿Has terminado relaciones de pareja a causa de las redes sociales? 144

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla #1: Operacionalización objetivo específico 1 69

Tabla #2: Operacionalización objetivo específico 2 70

Tabla #3: Operacionalización objetivo específico 3 71

Tabla #4: Operacionalización objetivo específico 4 72

Tabla #5: Ejemplo de matriz de las entrevistas 101

Tabla #6: Matriz de las entrevistas 145

RESUMEN

La presente investigación, tiene como objetivo analizar la influencia de las redes sociales como medio de comunicación en las relaciones de pareja de estudiantes universitarios. Este estudio se realizó bajo la modalidad I. (llamada Estudios de Mercado) de la escuela de comunicación social de la Universidad Católica Andrés Bello. El tipo de investigación es exploratoria y no experimental. El objetivo general es: analizar la influencia que tienen las redes sociales como medio de comunicación en las relaciones de pareja de estudiantes universitarios. Los objetivos específicos son: identificar variables demográficas y psicográficas de la audiencia, identificar hábitos de consumo de redes sociales, identificar las redes sociales que más efecto tienen en las relaciones de parejas, identificar las situaciones que ocasionan las redes sociales en la relación de pareja de estudiantes. Para cumplir con los objetivos establecidos se usó la encuesta y la entrevista como instrumentos de investigación (180 encuestas a estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello, Universidad Simón Bolívar y Universidad Central de Venezuela, además seis entrevistas realizadas a los estudiantes de las tres casas de estudio antes mencionadas). Por otro lado, los instrumentos fueron validados por tres profesores (uno del área metodológica, otro del área de estadística y otro de conducta del consumidor). El procesamiento para las encuestas se llevó a cabo a través del programa IBM SPSS Statistics 24. Lo cual permitió concluir que las redes sociales tienen una influencia tanto positiva como negativa, en las relaciones de pareja de estudiantes universitarios.

Palabras clave: influencia, redes sociales, relaciones de pareja.

SUMMARY

The present research aims to analyze the influence of social networks as a mean of communication in the relations of university students. This study was carried out under modality I. (denominated Market Studies) according to the school of mass media of the Universidad Católica Andrés Bello. The type of research is exploratory and experimental. The main objective is: to analyze the influence of social networks as a mean of communication within the relationships of university students. The specific objectives are: identify the demographic and psychographic variables of the audience, identify the habits of the social networks, identify the social networks that have the most effect on the couple‘s relationships, identify the situations that cause the social networks on the couple‘s relationships. In order to meet the established objectives, surveys and interviews were used as research instruments (180 surveys of students of the Andrés Bello Catholic University, Simón Bolívar University and Central University of Venezuela and six interviews with students from the three study houses mentioned above). On the other hand, the instruments were validated by three teachers (one from the methodological area, another from the statistical area and the other from the consumer behavior). Surveys were processed through the IBM SPSS Statistics 24 program. This led to the conclusion that social networks have a positive and negative influence on the relationships of a couple of university students.

Keywords: influence, social networks, relationships of couple.

INTRODUCCIÓN

Con el paso del tiempo, se han creado redes sociales atractivas que han tenido una significativa relevancia, como lo es: Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Snapchat, Pinterest, entre otras. Estas plataformas tienen la funcionalidad de que sus usuarios puedan ejercer una interacción con otros, permitiendo compartir características en común, gustos, intereses y valores.

El impacto que han tenido las redes sociales en los últimos tiempos, han permitido destacar ventajas como: que facilitan las relaciones sociales del individuo desde el lugar donde se encuentren, permiten establecer conexión y conocer a nuevas personas, entre otros. Las redes sociales pueden tener aspectos favorables y desfavorables en cuanto a las relaciones humanas. Sin embargo, todo depende de los hábitos establecidos en las plataformas. En las relaciones de pareja, las redes sociales pudieran ser causantes de situaciones no tan favorables, trayendo como consecuencia disgustos, debido a los malos hábitos que tienen los usuarios en las mismas.

En este Trabajo de Grado se pretende analizar la influencia que tienen las redes sociales como medio de comunicación sobre las relaciones de pareja, a través de los datos obtenidos. Dejando a un lado la profundización de problemas psicológicos por falta de comunicación y confianza que puedan surgir en la relación de pareja.

Asimismo, este Trabajo de Grado pretende establecer como objetivos: la identificación de variables demográficas y psicográficas de la audiencia, hábitos de consumo de redes sociales, las redes sociales que más efecto tienen en las relaciones de pareja y las situaciones que ocasionan las redes sociales.

Los objetivos permitirán obtener respuesta a la siguiente interrogante: ¿Cuál es el impacto de las redes sociales como medio de comunicación en las relaciones de pareja de los estudiantes universitarios pertenecientes a la UCAB, a la UCV y a la USB?. Cuya conclusión permitirá establecer un nuevo conocimiento para la sociedad y para futuras investigaciones, ya que ofrece un aporte importante y actual relacionado a la comunicación. Debido a que los hábitos establecidos en las redes pueden determinar las mejoras o deterioros de las relaciones de pareja.

En vista de que los adolescentes es el público que más recurre a las redes sociales para relacionarse y entretenerse, este Trabajo de Grado tendrá foco en los adolescentes de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), Universidad Central de Venezuela (UCV) y Universidad Simón Bolívar (USB). Cuya medición es realizada por medio de encuestas y entrevistas en profundidad.

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 *Descripción y formulación del problema*

La investigación correspondiente a este Trabajo de Grado responde a: ¿Cuál es el impacto de las redes sociales como medio de comunicación en las relaciones de pareja de los estudiantes universitarios pertenecientes a la UCAB, a la UCV y a la USB?

Las redes sociales han tenido un auge significativo en los últimos tiempos debido a que representan nuevas formas de interacción y socialización. Convirtiéndose de esta manera en el día a día de un gran sector de la sociedad.

Según Santos (2015), las redes sociales proporcionan infinidad de aspectos positivos pero también aspectos negativos “No se puede negar que a los jóvenes les hace falta mucha educación para usarlas. Es muy común ver personas sentadas en un restaurante con la cara fija en la pantalla del celular”. (para. 4).

De acuerdo con un estudio anual realizado en el 2016 por IAB, Asociación del sector publicitario y de comunicación en España, 81% de las personas con edades comprendidas entre 16 y 55 años utilizan las redes sociales. Y aseguran que una de las actividades que más relevancia tiene para este grupo de personas es la utilización de los chats 79%, según IAB (citado por Antevenio, 2016).

Además, de acuerdo con un estudio realizado por Latam, los principales usos de un Smartphone se centran en: redes sociales, mensajería instantánea y contenido de

video y fotos. Siendo las redes sociales, las primeras en la lista y la mensajería instantánea, la segunda, según Latam (citado por Fernández, 2017).

Una significativa parte del tiempo utilizado por un internauta se invierte para la utilización de las redes sociales, de igual manera ocurre con los teléfonos móviles, gran parte del tiempo es invertido en aplicaciones de este tipo.

Las redes sociales han calado tanto en las sociedades que sus usos pueden determinar si contribuyen como un elemento a favor o en contra de las relaciones humanas.

Por lo tanto, con este estudio se pretende precisar el grado de influencia que tienen las redes sociales, específicamente en las relaciones de pareja de estudiantes pertenecientes a tres prestigiosas universidades de Caracas: Universidad Central de Venezuela (UCV), Universidad Simón Bolívar (USB) y Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Ya que las redes sociales son las aplicaciones que más usan los millennials, incluso se estima que 59,4% de los usuarios tienen edades comprendidas entre 19 y 29 años de edad. (Nava, 2016).

En el siguiente trabajo de investigación se pretende dejar a un lado la profundización de aspectos psicológicos por falta de comunicación y confianza que puedan surgir internamente en las parejas.

1.2 *Delimitación*

El estudio se realizará en el espacio geográfico de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), Universidad Simón Bolívar (USB) y la Universidad Central de

Venezuela (UCV). Su delimitación demográfica serán estudiantes universitarios de las tres casas de estudio que cursen pregrado.

La investigación abarcará el período comprendido entre el mes de octubre del año 2016 hasta junio del 2017, en las cuales se tiene proyectado ejecutar las investigaciones pertinentes al problema de investigación y la realización de los instrumentos correspondientes: encuestas y entrevistas en profundidad.

1.3 *Objetivos de la investigación*

1.3.1 *Objetivo general*

Analizar la influencia que tienen las redes sociales como medio de comunicación en las relaciones de pareja de estudiantes universitarios.

1.3.2 *Objetivos específicos*

- Identificar variables demográficas y psicográficas de la audiencia.
- Identificar hábitos de consumo de redes sociales.
- Identificar las redes sociales que más efecto tienen en las relaciones de parejas.
- Identificar las situaciones que ocasionan las redes sociales en la relación de pareja de estudiantes.

1.3 *Justificación de la investigación*

Las personas están en constante comunicación, en consecuencia, las redes sociales están presentes como una respuesta ante esa necesidad. Este Trabajo de Grado pretende establecer un aporte importante a la comunicación, ya que los hábitos establecidos en las redes sociales determinan la mejora o deterioro de las relaciones de pareja.

Con el resultado del proyecto se pretende brindar un aporte significativo no sólo en el ámbito académico, como base teórica para otros trabajos de estudio, sino también para todas aquellas personas que deseen estar informadas al respecto. Debido a que se ofrecerá información de una interrogante actual y con alto grado de relevancia, de manera que se convertirá en un nuevo conocimiento para la sociedad.

II. MARCO CONCEPTUAL

2.1 *Comportamiento*

El comportamiento es la manera de actuar que tienen las personas ante los estímulos del entorno. Puede surgir de manera consciente o inconsciente, voluntario o involuntario, público o privado, de acuerdo a las circunstancias. (Reyes, 2012).

La forma de actuar está determinada por la cultura, las actitudes, los valores personales y culturales, la ética, las emociones, el ejercicio de la autoridad, las relaciones, la hipnosis, la persuasión, la coerción y la genética. (Soto, s.f.).

Cada individuo posee características propias que lo diferencian del resto. Por tal motivo, se pueden distinguir tres grupos de comportamiento: el comportamiento pasivo (aquel individuo que parece estar sometido por la sociedad, puesto que no se opone a la voluntad de los demás), el comportamiento agresivo (aquel individuo que considera que lo fundamental es hacer su voluntad y en el que los demás no tienen importancia) y el comportamiento seguro (aquel que expresa sus necesidades sin imponerlas y respeta a los demás). (Fleitcher, 2014).

De esta manera, el comportamiento representa aquellas acciones que realiza el ser humano de acuerdo a los estímulos que recibe y el vínculo que establece con el entorno. (Escalante, 2012).

2.1.1 *Actitud*

Según Schiffman y Lazar (2010), “la actitud es una predisposición aprendida, que impulsa al individuo a comportarse de una manera consistentemente favorable o desfavorable”. (p. 228).

Están conformadas de emociones que conllevan a un tipo de acción frente a una situación específica, siendo la respuesta inmediata a la percepción. De esta manera, las actitudes se componen de los siguientes aspectos: el objetivo (debe tener un punto focal), la dirección (puede ser favorable o desfavorable), el grado (cuánto gusta o disgusta), la intensidad (la fuerza de su convicción), la estructura (se refiere a la organización de las actitudes, la consistencia interna y la centralidad interactudinal) y el aprendizaje (ya que de las actitudes se aprende). (Rivera, Arellano y Molero, 2009).

Entre otras características importantes de las actitudes, se puede resaltar que son estables la mayoría de las veces, implican un sujeto-objeto, comprenden muchas o pocas cosas y son motivadoras-afectivas. Es por esto que tiene una importancia social muy significativa, ya que las actitudes son compartidas por un número elevado de personas. Según Whittaker (citado por Hiebaum, s.f.).

Las actitudes se relacionan con los fenómenos sociales de alguna manera, lo cual permite la predicción de la cultura perteneciente a una sociedad, además, sirve para controlarla. (Hiebaum, s.f.).

2.1.2 *Percepción*

Según Schiffman y Lazar (2010) la percepción se define como “el proceso mediante el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos para formarse una imagen significativa y coherente del mundo”. (p. 154).

La percepción es un concepto cognitivo de la conciencia, se refiere al reconocimiento, interpretación y significación, para elaborar juicios de acuerdo a las sensaciones del entorno tanto físico, como social. (Vargas, 1994).

De esa manera, en la percepción intervienen procesos psíquicos tal y como lo es el aprendizaje, la memoria y la simbolización. Por otro lado, el concepto no es un proceso lineal de estímulo y respuesta sobre un sujeto pasivo, por el contrario, son una serie de procesos en constante interacción, donde el individuo y la sociedad son activos en la conformación de percepciones particulares a cada grupo social. (Vargas, 1994).

La función de la percepción hace posible recibir, procesar e interpretar la información del entorno por medio de los sentidos. Debido a que obedece a los estímulos cerebrales captados a través de la vista, el olfato, el tacto, el audio y el gusto. Por otro lado, la percepción permite reacciones y respuestas de manera automática, también integra el desarrollo del esquema corporal, el control del equilibrio, la postura de la coordinación de ambos lados del cuerpo, el nivel de alerta del sistema nervioso, el desarrollo emocional y el comportamiento. Es así como la percepción constituye aquella interpretación que se le da a una sensación (lo captado por los sentidos), la cual adquiere un significado y posteriormente es clasificada en el cerebro. (Escalante, 2012).

2.1.3 Interpretación

La interpretación es un término que tiene más de un significado. Uno de ellos se refiere a buscar un sentido que muchas veces se encuentra oculto, bien sea en una expresión lingüística, en un signo, entre otros. (Klimovsky, 1994).

En otras palabras, la interpretación es expresar la explicación del sentido de algo después de haber comprendido un determinado hecho. (Pérez y Gardey, 2011).

Cada persona tiene una manera diferente de interpretar, pues, cada individuo posee una visión distinta sobre un mismo hecho, ya que en el proceso se emiten juicios. En ocasiones, existen interpretaciones que dificultan la vida y otras que más bien la posibilitan. (Benedetti, 2009).

Por otro lado, se considera que el sufrimiento está ligado a las interpretaciones, ya que si no se puede revertir un hecho, existen posibilidades de cambiar la perspectiva de la interpretación de ese hecho. Pues, en ocasiones se suele confundir las interpretaciones con la verdad. (Samsó, 2013).

2.1.4 *Personalidad*

La personalidad son todas aquellas características internas en el ámbito psicológico que determinan y reflejan la forma en que un individuo responde a su ambiente. (Schiffman y Lazar, 2010).

Es un sello que distingue a cada ser humano, el cual está conformado por la combinación conjunta de rasgos y cualidades distintivas. Entre los aspectos que la integran se considera que la personalidad es: consistente, distintiva, estable y permanente. Por otro lado, se destaca la diferenciación la cual permite identificar a cada ser humano como un ser único, es decir, las distintas reacciones que puedan tener las personas ante un mismo estímulo. También, como aspecto de la personalidad se destaca la evolución, a pesar de que sea consistente, la personalidad puede variar a largo plazo por la interacción con el medio, las experiencias vividas y a medida de que la persona adquiera madurez. Por último, se destaca la impredicción como aspecto importante, ya que la personalidad es una combinación de características y comportamientos que hacen realmente difícil la predicción de la respuesta de las personas a los estímulos. (Rivera, Arellano y Molero, 2009).

2.2 *Valores*

Los valores son cualidades que no se pueden ver, ni tocar y que generan conciencia en las personas. Es aquello que contribuye a darle sentido a la vida, ya que permiten que los seres humanos sean mejores personas. (Costa, s.f.).

Los valores son todos aquellos principios, cualidades y creencias que permiten a los seres humanos ser mejores personas y a comportarse de determinadas maneras. Los valores más comunes son: la responsabilidad, el respeto, la audacia, la alegría, la calma, el compromiso, la compasión, la consistencia, la competitividad, la cortesía, la creatividad, la confianza, la disciplina, la justicia, la fe, la bondad, la lealtad, el éxito, el apoyo, la gratitud, entre otros. (Portal web de ConceptoDefinición, s.f.).

Asimismo, determinan la forma de ser de un individuo y orientan su conducta. Además, aquellos que son realmente importantes para una persona se vuelven parte de su identidad, lo cual permite fortalecer el deber ser. (Portal web de Fundación Televisa, s.f.).

2.2.1 *Lealtad*

La palabra lealtad está altamente relacionada con la fidelidad. Otros de los sinónimos que la componen son: la franqueza, la nobleza, la honradez, la sinceridad y la rectitud. En este sentido, no se le puede etiquetar como leal a una persona que engañe, debido a que se esconden hechos y se esconde la verdad. (Fuenmayor, 2005).

En tal sentido, la lealtad es considerada una virtud ya que va ligada directamente con la conciencia y con la convicción de defender aquello con lo que una persona se compromete aún y cuando se encuentre en distintas situaciones. La palabra lealtad se relaciona estrechamente con valores como el respeto, la responsabilidad, la sinceridad, la dignidad y la honestidad. (Sinalefa, 2011).

2.2.2 *Respeto*

En primer lugar, el respeto representa la base de la ética y la moral. Consiste en aceptar el punto de vista de las demás personas a pesar de no estar de acuerdo con ellas, ya que nadie posee la verdad absoluta, según Moran, (citado por Naranjo, 2009).

El respeto significa tomar en consideración y reconocer el derecho ajeno, debido a que no todas las personas piensan y actúan de la misma manera. Es así como se puede lograr vivir en paz. Se considera como un valor fundamental para que se pueda llevar a cabo una convivencia pacífica entre los miembros que pertenecen a una sociedad. (ConceptoDefinición, s.f.).

Algunas personas menosprecian a otras cometiendo actos negativos que impiden una buena convivencia en sociedad, como lo es: discriminar, humillar, ignorar, burlarse o simplemente tratar a las personas como si fueran inferiores. La esencia del respeto es reconocer que todas las personas son valiosas por

igual y que ningún individuo tiene mayor valor o significado que otro. (Fundación Televisa, s.f.).

2.2.3 *Responsabilidad*

Una persona responsable es aquella que actúa con toda libertad pero de manera consciente, en otras palabras es aquella que tiene poder y asume ese poder. La responsabilidad es vivir en comunidad y preocuparse en todo momento de los demás. (Corcho y Corcho, 2008).

La responsabilidad es un valor que se caracteriza por el cumplimiento de las obligaciones diarias y el cuidado, que como seres humanos, se tiene al tomar alguna decisión. Las personas responsables tienen la capacidad de comprometerse y actuar de manera correcta, ejerciendo sus derechos como personas y desempeñando sus obligaciones. Por lo tanto, la responsabilidad se encuentra ligada a lo ético y a lo moral. (Portal web de Significados, s.f.).

2.3 *Relaciones de pareja*

Una relación de pareja es un nexo de amor entre dos o más personas, el cual se desarrolla en diferentes etapas que colaboran a la evolución de la relación. (González, 2016).

Las fases que componen al concepto de relación de pareja son: el enamoramiento, el noviazgo, la consolidación (cuando las personas se conocen aún más y pueden presentar enfrentamientos de personalidades, representa la etapa

decisiva que determina el compromiso de la pareja), el matrimonio (cuando se comprometen a vivir juntos). En una relación de pareja ambos individuos se complementan y aunque tengan rasgos distintivos, comparten valores, ilusiones y respetan su propio espacio personal. (González, 2016).

Por otro lado, se debe destacar que el surgimiento de atracción amorosa busca más que todo un entendimiento mutuo por parte de los individuos que conforman la relación, para poder llevar a cabo dicho nexo y que pueda existir una buena y saludable convivencia entre las partes. (Pimentel, 2014).

2.3.1 *Apego*

El apego es aquella relación afectiva más íntima, profunda y de gran importancia que establecen los seres humanos y que está caracterizado por una relación duradera en el tiempo, la cual suele ser estable, consistente y permanente durante la mayor parte de la vida de las personas. (Lecannelier, s.f.).

De acuerdo con otras percepciones, el apego se puede considerar como el principal motivo de sufrimiento de la humanidad, debido a que puede existir una dependencia de que alguien o algo sean indispensables para la felicidad propia. En otras palabras, se refiere a que en ausencia de esa persona, el individuo no goza de felicidad plena. Además, se debe destacar que hoy en día en las relaciones de pareja suele haber un miembro más dependiente del otro aunque reciba muy poco amor a cambio. Puesto que existen individuos que se esfuerzan más en lograr que la otra persona tenga el mismo trato sobre ella, lo que conlleva a que se invierta la mayor parte del tiempo teniendo que soportar una relación basada en el maltrato. (Walter Riso, 2013).

2.3.2 *Conflicto*

El conflicto en las relaciones de pareja empieza a aparecer cuando en los dos miembros existen motivaciones opuestas pero de igual intensidad. Lo cual trae como consecuencia malentendidos, los cuales son causantes de que exista insatisfacción, frustración, debilitamiento y pérdida de la pareja, en caso de que no se lleguen a acuerdos en conjunto. Las situaciones de conflicto más usuales en una relación de pareja son: la repartición de tareas correspondientes al hogar las cuales generan discusiones y situaciones desagradables, el desacuerdo en la forma de percibir la intimidad, el grado de compromiso en la pareja y la pasión. (Calero, 2000).

Por otro lado, es importante considerar que muchas de las diferencias que se desencadenan en una relación, son porque cada individuo trae consigo su propia experiencia de vida y cultura. (Pérez, s.f.).

2.3.3 *Confianza*

La confianza es la seguridad o la esperanza que se tiene firmemente sobre un individuo o algo, es la firmeza de que la persona actuará con seguridad y sinceridad. También se refiere a la presunción propia y del ánimo para hacer las cosas. (Pérez y Merino, 2009).

La confianza es aquella que garantiza la solidez que pueda existir en una relación, ya que sin ella sería insostenible la convivencia. Es prácticamente imposible que pueda existir una buena convivencia si se desconfía de una persona, ya que al desconfiar existe una brecha significativa, debido a una actuación inapropiada o un

pensamiento erróneo por parte de la pareja, el cual no permitirá llevar a cabo ningún tipo de nexo. (Rissoan, 2015).

De esta manera, la confianza es considerada como un pilar fundamental de la vida, puesto que sin ella no se podría establecer una relación de intimidad real con la pareja. Debido a que cuando existen sospechas de dudas no justificadas acerca de la lealtad o la fidelidad, se puede convertir en un círculo vicioso y finalmente una relación insostenible, lo cual traería como consecuencia la disolución de la pareja. (Villanueva, 2013).

2.3.4 *Celos*

Celos es la sensación que siente una persona cuando considera que está en peligro de perder a su pareja. Ocurre debido a que la persona le presta demasiada atención a otra u a otras cosas que disminuyen el interés en la relación. En otras palabras, los celos son las respuestas emocionales ante cualquier percepción de amenaza, lo cual puede desencadenar que la persona que siente celos no sea feliz, sienta tristeza o incluso actuar de manera violenta contra su pareja o contra el sujeto al cual su pareja dirige la atención. (Pérez, 2016).

2.4 *Internet*

Internet es una gran trama pública de redes de computadoras las cuales no tienen ni un administrador central principal, ni un dueño. Hoy en día, ha tenido un significativo alcance capaz de vincular a las personas y negocios de todo tipo entre sí. La nueva economía se basa en internet ya que permite mantener conectadas a las

personas tanto en cualquier momento, como en cualquier lugar del mundo, brindando informaciones de todo tipo, entretenimiento y comunicación a sus usuarios. (Kotler y Armstrong, 2003).

Las funciones para las que se utiliza internet son relativamente las mismas desde sus inicios, traen consigo ciertas evoluciones con el paso del tiempo pero siguen fundamentándose más que todo en: informar, relacionarse y realizar transacciones. Con respecto al ámbito de la información la posición dominante es de la página web Google, puesto a que han sabido organizar y hacer de una manera más eficiente la acción de búsqueda de la información que se requiere. En cuanto a las relaciones, la red social Facebook suele ser la líder en ese ámbito por la cantidad de usuarios que se le suman a la plataforma. Por último, al referirse a las transacciones en el ámbito digital, se encuentran como los más importantes sitios web: eBay y Amazon. (De La Rosa, 2010).

2.4.1 *Web. 2.0*

El término Web 2.0 o lo que es igual a Web social, es la segunda generación de los sitios en la historia, está basado en el modelo de una comunidad de usuarios cuyo fin principalmente es el intercambio y producción de contenidos. (Ganyet, s.f.).

El concepto de Web 2.0 se acuño a partir del año 2003 y se refiere a aquel fenómeno social que surgió a partir del desarrollo de diversas aplicaciones en internet. De manera que se establece una distinción entre el usuario que era básicamente pasivo el cual recibía o publicaba información en la que no existían muchas posibilidades de interactuar y el nuevo fenómeno que trae consigo el auge de blogs, redes sociales y otras herramientas útiles. (Pérez y Gardey, 2010).

La red social, en otras palabras, está conformada por todas aquellas plataformas destinadas a la publicación de contenidos, en la que se destacan los blogs, redes sociales como Facebook por ejemplo, los servicios wikis como Wikipedia, portales de alojamiento de fotografías, música, videos como Flickr y Youtube, entre otros. Estas herramientas son las que marcan este fenómeno social conocido como la Web 2.0, es el fenómeno en el que existe la posibilidad de interactuar con el resto y aportar informaciones para enriquecer la navegación en internet. (Pérez y Gardey, 2010).

2.4.1.1 *Características de la Web 2.0*

La Web 2.0 posee diferentes características, entre ellas: transforma al usuario pasivo a un usuario activo que intercambia y suministra información en la red, la Web 2.0 constituye un medio que sirve para la distribución de servicio, así como la búsqueda, selección y construcción de las informaciones, anexa aplicaciones de escritorio en aplicaciones web, divide los contenidos de las presentaciones, el usuario pasa de ser un simple consumidor a un creador de contenidos. Asimismo, el usuario es quien decide cómo usar y cómo gestionar las herramientas que dispone la red, existe facilidad al momento de publicar, consultar e investigar los contenidos, permite ahorrar tiempo y dinero y por último, estimula significativamente la inteligencia en beneficio de la colectividad, precisamente por el intercambio de contenidos generados. (Revuelta y Pérez, 2009).

La Web 2.0 está elaborada por los usuarios. Se destaca por ser una herramienta para compartir información que no necesita instalación alguna, se puede acceder desde cualquier lugar por medio de un dispositivo fijo o móvil, se mantiene evolucionando con el paso del tiempo lo cual implica un proceso de adaptación por parte del usuario, otra característica a resaltar es que la comunidad es quien crea el conocimiento, es extendida por medio de la socialización y la interconexión. (López, 2014).

2.4.2 *Generación Y*

Aquellos individuos pertenecientes a la generación Y nacieron entre el año 1977 y 1994 o entre 1982 y el año 2000. Son los hijos de los conocidos baby boomers. Los miembros de la generación Y, o los también conocidos como generación del milenio, se dividen en 3 subsegmentos, que son: los adultos de la generación Y que son aquellos con edades comprendidas entre los 19 a los 28 años de edad, los adolescentes de la generación Y que son todos aquellos de 13 a 18 años y los niños de la generación Y, o los también denominados preadolescentes con edades que oscilan entre los 8 a los 12 años de edad. (Schiffman y Lazar, 2010).

Con el fin de determinar cuáles son los actividades que realizan los individuos pertenecientes a la generación Y, se realizó una encuesta a más de 7.000 estudiantes y se encontró que: el 97% tienen computadora, 97% descargan música y archivos por medio de redes para compartir datos, 94% tienen un celular, 76% utilizan mensajería instantánea y redes sociales, 75% poseen un perfil en Facebook y la mayoría lo revisa diariamente, 60% cuentan con dispositivo electrónico de música o video, 34% ven noticias en sitios web, 28% escriben un blog, 44% leen los blogs de otras personas. (Schiffman y Lazar, 2010).

Es importante destacar que la generación del milenio prefiere dedicar su tiempo a navegar por la red, en vez de ver televisión y al compararlos con los baby boomers, es muy poco probable que lean noticias físicas. (Schiffman y Lazar, 2010).

Los que pertenecen a la generación Y, son más que todo los usuarios que más frecuentan el servicio de mensajes de texto por teléfono celular. De acuerdo con un estudio realizado recientemente, se encontró que 63% de los adultos pertenecientes a

la generación Y utilizan más la mensajería de texto en comparación con 31% de los miembros de la generación X. Por otro lado, se concluyó que 18% de los usuarios tiene aproximadamente 40 años de edad, mientras que el 13% tienen 50 años. También, se arrojó que 76% usuarios tienen edades comprendidas entre 15 a 19 años y 90% de los de los que rondan entre los 20 años, utilizan los celulares para enviar mensajes de texto, entre otros. (Schiffman y Lazar, 2010).

2.4.3 *Internauta*

El británico Tim Berners diseñó un sistema capaz de compartir información en el mundo por medio de internet: el World Wide Web (WWW), dicho proyecto cambió el paradigma que se tenía de la comunicación, ya que fue posible el surgimiento de las páginas web, muy utilizadas más que todo en estos tiempos. (Los Tiempos Digital, s.f.).

Es así como el término internauta se considera un neologismo que resultó de la combinación del término internet y el griego nautes (o lo que es igual a navegante), el cual se usa para referirse a aquellos usuarios que habitualmente utilizan internet o la red. En otras palabras, es un internauta aquella persona que navega en internet y que se dedica a visitar páginas web por extensión, quien hace uso de aplicaciones para obtener información de la red o quien interactúa con el resto por medio de correo electrónico, compartimiento de archivos y discusiones en foros web. (Echavarría, 2012).

2.4.4 *Consecuencias y beneficios de internet*

2.4.4.1 *Adicción*

La adicción se caracteriza por la dependencia excesiva a una situación o a algo y que puede ser perjudicial para la salud. En la actualidad el uso de las nuevas tecnologías en los adolescentes representa perderse en un mundo de fantasía para huir de la rutina del día a día. La adicción a las nuevas tecnologías suelen generarse a partir de un problema previo que tiene que ser detectado, como lo es: la falta de amistades, la soledad, entre otros. (Szerman, s.f.).

2.4.4.2 *Aislamiento social*

El aislamiento social o social withdrawal se presenta cuando una persona se aleja de su entorno de forma involuntaria, aunque muchos puedan pensar lo contrario. (Zuñiga, s.f.).

En otra de sus acepciones, se define al aislamiento como: dejar a algo o a alguien solo, separarlo de otras cosas, apartarlo de la comunicación, alejarlo del trato con los demás y abstraer su realidad. (Pérez y Merino, 2010).

2.4.4.3 *Comunicación*

La comunicación es un proceso en el que el emisor establece una conexión con el receptor y viceversa, en el que intercambian y comparten ideas, información y códigos que son comprensibles por ambas partes. (Thompson, 2011).

En la comunicación existe la necesidad de expresar algo, bien sea una emoción, un sentimiento, una necesidad, etc. Es expresar la forma en que cada individuo entiende al mundo. (Recio, 2007).

Cuando un individuo quiere establecer una comunicación con otro, deben tener los siguientes elementos en común: un mismo código, actitud afectiva, valores, creencias y actitudes. Por otro lado, entre los elementos que conforman al proceso de comunicación se destaca: el emisor (quien expresa el mensaje), el mensaje, una vez cifrado, se pasa al canal por el que va a circular, para finalmente llegar al receptor (quien recibe el mensaje y lo descifra). (Hiebaum, s.f.).

Si los elementos que conforman al proceso de comunicación resultan de manera exitosa, se podrá estar en presencia de un feed-back, es decir, que el mensaje recibido produzca un efecto que influya en el mensaje que posteriormente se emitirá. Es imposible que pueda existir una comunicación cuando uno de los participantes (emisor o receptor) utiliza signos distintos. También se debe destacar la comunicación no verbal, que es aquella que se refiere a los mensajes cifrados en códigos simbólicos: señales de tráfico, mensajes de texto, sistema morse. (Hiebaum, s.f.).

2.4.4.4 *Socialización*

La socialización se refiere a un proceso mediante el cual un individuo entiende los elementos socioculturales de su entorno y los adopta como propios de su personalidad, para poder integrarse a la sociedad. (Calderón, s.f.).

En el proceso de socialización, los individuos interiorizan las normas, la cultura y los valores de su entorno para obtener aprendizajes que permitan llevar a cabo, de manera, efectiva el proceso de interacción social. (Pérez y Merino, 2008).

El proceso de interiorización implica una adaptación a la sociedad y a la cultura, la cual se genera en tres etapas, que son: el nivel biológico y psicomotor (vigilia-sueño, alimentación y ropa), el nivel afectivo (conformación de la vida afectiva) y el nivel de pensamiento (incorporación de categorías de pensamiento y valores). La socialización tiene sus inicios antes del nacimiento (en la etapa prenatal del individuo), constituyendo toda la vida del mismo. Sin embargo, la etapa más importante es la de la infancia. (Hiebaum, s.f.).

2.5 *Medios sociales*

2.5.1. *Definición de medios sociales*

Se define a los medios sociales como todas aquellas aplicaciones de la red que permiten el intercambio de contenidos creados por el usuario, es decir, aquellos que permiten una interacción y se desarrollan bajo fundamentos tecnológicos de la conocida Web 2.0. Entre los ejemplos de la Web 2.0 se destacan: las comunidades web, los

foros, lo clasificados, las redes sociales, los servicios de alojamiento de video, los wikis, los blogs, los foros, etc. En los sitios Web 2.0 es donde los usuarios pueden relacionarse e interactuar entre sí con otros. (Scharrenberg, 2011).

Los medios sociales están conformados por un conjunto de herramientas y aplicaciones capaces de generar conversaciones, interacción, colaboración y distribución de contenidos entre los usuarios presentes. (Gutiérrez, 2013).

2.5.2 *Características de los medios sociales*

Los medios sociales comparten la mayoría o todas las características que se destacarán a continuación: la participación (ya que fomentan la retroalimentación y la posibilidad de contribuir), la apertura (ya que los usuarios son libres de publicar cualquier tipo de ideas o perspectivas que quieran expresar sin discriminaciones), permiten que las conversaciones fluyan, permite la creación de grupos de una manera rápida y sencilla con aquellas personas que compartan los mismos intereses, entre otros. (López, 2010).

Entre otras características, los medios sociales forman parte del día a día de muchas personas en el ámbito social, sentimental y hasta laboral. Es importante destacar que 96% de los millennials utilizan las redes sociales, un dato resaltante es que Facebook supera el uso semanal de páginas web como Google, las redes sociales han demostrado alcanzar más usuarios en poco tiempo, las aplicaciones de IPod lograron un billón de descargas en 9 meses y Youtube es el segundo buscador del mundo. (Fernández, s.f.).

2.5.3 *Clasificación de los medios sociales*

Los principales tipos de medios de comunicación social son: en primer lugar las redes sociales (en las que se comparten contenidos y permiten comunicación como

Facebook, Hi5, MySpace, LinkedIn, entre otros), también se encuentran los blogs (los que permiten la elaboración o creación de artículos en línea como por ejemplo: Blogger, Wordpress, entre otros), se destacan los podcasts (que son todos aquellos archivos con contenido de audio y video bajo la figura de suscripción a través de servicios como: Apple iTunes), los wikis (que son todos aquellos sitios web que permiten a los usuarios crear contenidos que generan una base de datos en beneficio a los conocimientos de la sociedad como lo es: Wikipedia), los foros (que son todos aquellos sitios web donde los usuarios pueden discutir determinado tema de interés), también existen las comunidades de contenido (que son todos aquellos grupos que organizan y comparten ciertos contenidos como por ejemplo: Youtube (videos), Flickr (fotos), entre otros), los microblogging (que se refieren a la combinación de redes sociales con blogs de longitud corta como: Twitter). (López, 2010).

2.5.4 *Redes sociales*

2.5.4.1 *Definición de redes sociales*

Según Schiffman y Lazar (2010) las redes sociales son “comunidades virtuales donde las personas comparten información acerca de sí mismos con otros, quienes por lo general tienen intereses similares, y con quienes establecen relaciones que en su mayoría existen tan sólo en el ciberespacio”. (p. 265).

Las redes sociales representan para los millennials una herramienta para dar a conocer su identidad a las demás personas y evadir la realidad. En este sentido, suelen usar sus dispositivos para ingresar a las plataformas sociales de manera compulsiva, ya que sienten la necesidad de una estimulación permanente y estar siempre al tanto de todo. Incluso, cabe destacar que 41% de los millennials no pueden vivir sin su teléfono celular y 65% de ellos sólo se desconecta una hora al día. (Del Barrio, 2016).

Los contenidos de las redes sociales pueden generar tanto impactos negativos como impactos positivos. Entre los negativos se destaca el fraude cibernético, las redes de prostitución y los hackeos, es decir, otra persona se puede adueñar de la cuenta de un tercero sin su permiso. Entre los aspectos positivos que se pueden destacar: que facilitan el acceso a la comunicación, también se puede generar el comercio electrónico y la publicidad de manera digital, la posibilidad de crear comunidades para compartir contenidos y crear vínculos amistosos y comerciales entre los usuarios. (Hooper, 2016).

Entre los aspectos positivos de las redes sociales se puede destacar que ante la falta de claridad y transparencia de los medios de comunicación en Venezuela, las redes sociales han tenido un auge significativo en cuanto a la revisión de noticias por parte de los usuarios. (Durán, 2017).

Por otro lado, en cuanto al tiempo que le dedican los millennials a las redes sociales, según un estudio realizado por Merca 2.0, aproximadamente invierten entre una a dos horas conectados a las plataformas sociales. (Gonzalez, 2015).

2.5.4.2 *Tipos de redes sociales*

Existen diferentes tipos de redes sociales, entre ellas: las de tipo generalistas u horizontales (que son aquellas ideales para mantener el contacto con familiares y amigos como lo es Facebook, Twitter, Google+, Tuenti, MySpace, Hi5, Sónico, Orkut, Badoo, Habbo, Friendster, entre otros), las profesionales o verticales (que son aquellas ideales para fines laborales, promocionar ofertas laborales y para encontrar empleo como lo es LinkedIn, Xing, Viadeo, entre otros), las de geolocalización (que son aquellas que permiten monitorear y compartir la ubicación como: Foursquare, Bliquo, Gowalla, Facebook Places, Google Latitud, entre otros), las redes sociales temáticas o especializadas según los gustos del consumidor, videos (como Youtube y Vimeo),

fotografía (como Flickr y Fotolog), en el área de viajes (se puede encontrar Minube, Tripadvisor, TrayBuddy y Wayn), en música (Lastfm, Gratunes y Mog), en el área de libros (Quelibroleo, EntreLectores, LibraryThing, Shelfari y Anobii), en juegos (se encuentra Wipley), en cine y TV (Flixter y GatGlue), en el área de motos (Moterus, Eburra), en el área de animales (Dogster, TV mascotas), entre otras áreas. (Páginas Amarillas Cantv, 2011).

2.5.4.3 *Ventajas y desventajas de las redes sociales*

La empresa de estudios de mercado llamada OH! Panel, realizó una investigación en distintos países de Latinoamérica. En el estudio se entrevistaron a 2.155 personas, de las cuales seis de cada diez, mejoraron las relaciones afectivas con sus amigos y familiares, gracias al uso de las redes sociales como herramienta de comunicación, según OH! Panel (citado por el portal web de El Cronista, 2013).

Entre las ventajas se destaca el reencuentro con conocidos, además de favorecer positivamente a la búsqueda de pareja y de amistades para compartir intereses, permiten compartir momentos especiales con personas cercanas, existen posibilidades de conectarse con las personas por más lejos que se encuentren, permiten buscar trabajo y buscar a trabajadores para los negocios, mantienen a las personas actualizadas con las noticias del momento, permiten participar en conferencias y actos, permiten comunicación en tiempo real y se pueden generar movimientos masivos ante situaciones de crisis. (Universia Honduras, 2012).

También, se puede destacar como aspecto positivo de las redes sociales: que mantienen y fortalecen las relaciones humanas, permiten encontrar grupos con intereses en común para facilitar la socialización, fomentan el intercambio de

conocimientos debido a la interacción, permiten la libertad de expresión, se pueden concretar oportunidades laborales, permiten movilizar a la sociedad ante una causa y generan reputación. (Trujillo, 2015).

Entre las desventajas, se considera que pueden llegar a ser peligrosas si no existe una buena manipulación de la privacidad en las cuentas, pueden darse casos en los que exista una falsificación de la personalidad, existe falta de control de los datos, pueden generar dependencia y adicción consumiendo gran parte del tiempo, un tercero puede apropiarse de los contenidos que se publican, pueden ser utilizada por criminales para saber datos sobre sus víctimas y cometer delitos como acoso, abuso sexual, secuestro, tráfico de personas. (Universia Honduras, 2012).

Todo lo que se publica en las redes sociales debe considerarse como público o notorio, es decir, las fotos, videos, contenido y comentarios estarán disponibles para cualquier persona en internet. Entre otros aspectos negativos se considera que las redes pueden hacer perder el tiempo, debido a las largas horas que pasan algunas personas en las plataformas, pueden atentar contra la seguridad de las personas que publican vivencias para alardear (ya que en las redes sociales existen secuestradores), existe el riesgo de que surjan seguidores que acosen a través del perfil y en algunos casos practicar bullying digital, pueden generar rumores, informaciones que no son verídicas, pueden aumentar la posibilidad de toparse con estafas y trampas como el *spam* (publicidad no autorizada) y el *pishing* (usurpación y suplantación de identidad). El *spam* y el *pishing* son más que todo asociados a aquellos enlaces de origen desconocido que se encuentran en los sitios web, los cuales introducen un *malware* en la computadora, sin que el usuario tenga conocimiento de ello, con el fin de instalar virus en las computadoras y robar datos para solicitar recompensa o la utilización de tarjetas de crédito. (Trujillo,2015).

Se debe tener en cuenta que entre las desventajas, las redes sociales también pueden ser usadas para hacer terrorismo. Por otro lado, el *bullying* en internet puede llegar a ser tan negativo para las sociedades que pueden acabar con la vida de las personas (ya que muchos individuos se han suicidado por ser víctimas de la humillación pública). (Santos, 2015).

Asimismo, uno de los problemas que pueden ocurrir relacionado a la privacidad, es que a menudo las personas comparten contenidos en redes sociales que no suelen ser del gusto de su pareja, generando desconfianza. Por tal motivo, deriva la necesidad de investigar a los más allegados de la pareja y el tipo de conversaciones que mantienen o establecen con otras personas, por ende, si se sospecha algo puede generar conflictos. (Sabater, 2014).

Todas las redes sociales son abiertas, son públicas ya que cualquier persona puede acceder a ellas. Por lo tanto los usuarios deben aprender a darles un buen uso, para fortalecer las relaciones que en ocasiones se ven quebrantadas por esa razón. (López, 2015).

Por otro lado, se debe resaltar que en las redes sociales las personas constantemente publican fotos y contenidos que revelan solamente "lo más destacado" de su vida y su apariencia (CNN, 2016).

2.5.4.4 *Facebook*

Facebook es considerada una red social que permite a sus usuarios comunicarse y compartir con aquellas personas que forman parte de su vida. (Facebook, s.f.).

La red social Facebook fue creada por Mark Zuckerberg, en sus inicios tenía el objetivo de ser una red social exclusivamente para los estudiantes de la Universidad de Harvard, ya que su creador estudiaba en la misma. La red social se creó con el fin de ser un espacio en el que los alumnos de dicha universidad pudieran interactuar e intercambiar contenidos y comunicación de una manera sencilla, eficaz y rápida a través de la plataforma. Sin embargo, fue tan innovadora la propuesta de Zuckerberg que con el tiempo logró extenderse y estar disponible para cualquier persona que se encuentre navegando en la red. (Pérez y Gardey. 2010).

El acceso a las diferentes funciones que ofrece la red social es de manera gratuita. Al usuario registrarse en la página puede enviar mensajes, compartir archivos como imágenes, videos, enlaces, puede observar las fotografías de otras personas y tener una constante comunicación con el resto, esto permite mantener el contacto a pesar de las distancias físicas que puedan existir entre una persona y otra. (Arthur, 2014).

Se convirtió en la red social más importante con 900 millones de usuarios en todo el mundo, se calcula que 1 de cada 13 personas tiene un perfil en la red social y debido a su alcance se ha traducido a 70 idiomas diferentes. Los usuarios de Facebook poseen aproximadamente 130 amigos en sus perfiles, sin embargo, el usuario promedio establece interacción con 4 y 7 personas. Por otro lado, se debe destacar que 25% de los usuarios de Facebook fueron abandonados por sus parejas, incluso consideran a Facebook como el causante de sus divorcios. (Pino, s.f.).

Facebook sigue siendo una red social de referencia para los millennials, ya que acceden a Facebook principalmente para estar al día con las noticias, compartir opiniones o intereses, para saber de sus amigos y para negocios. Es considerada como un punto de encuentro digital. (Epsilon Technologies, 2015).

2.5.4.5 *Whatsapp*

Whatsapp es una plataforma de mensajería instantánea a través del teléfono celular en la que se puede enviar y recibir mensajes. Además, hace posible también el intercambio de archivos de audio, video y fotografías. (Pérez, 2010).

Ofrece a sus usuarios una serie de funciones que hacen mejor la experiencia de usar la aplicación como: los grupos (en los que se puede interactuar y compartir contenidos hasta con 256 personas a la vez), configuraciones como el silenciador, edición de nombre de grupo, personalización de las notificaciones, etc. También, permite mantener las conversaciones sincronizando todos los chats con la computadora. En este sentido, permite también realizar llamadas libremente de manera gratuita siempre y cuando exista una conexión a internet, también brinda seguridad de manera automática (todo lo que se comunica es privado, nadie más puede tener acceso a leer o escuchar las comunicaciones). Otra de las funciones a destacar de la aplicación es que permite capturar momentos importantes (ya que posee una cámara integrada a los chats), permite expresar fácilmente lo que el usuario quiere decir de una manera fácil (ya que integra un sistema de grabación de voz), permite compartir documentos en formato PDF, hojas de cálculo y presentaciones sin necesidad de utilizar aplicaciones externas para ello, siempre y cuando los archivos posean un límite de hasta 100MB. (Whatsapp, s.f.).

2.5.4.6 *Instagram*

Se dice que es una de las redes sociales más exigentes, por ser una de las que funcionan mejor a la hora de construir una imagen. También representa la plataforma

que posee mayor exposición de sus usuarios, por lo tanto es aquella donde también se espera un feedback inmediato del resto. (Del Barrio, 2016).

Instagram es una aplicación que sirve para subir y compartir fotos y videos cortos de aproximadamente un minuto. Es considerada una red social en la que sus usuarios pueden acceder a distintas funciones, entre ellas, aplicar una gran cantidad de filtros y editar las fotografías para lograr un mejor acabado. (Pairuna, 2012).

La red social tiene el fin de ser divertida y muy visual para lograr el poder de conectividad que establece con las personas que utilizan la aplicación. Entre sus funciones, no solo permite tomar fotografías y videos desde la aplicación, sino que permite subir fotos de la galería de imágenes, aplicar filtros y compartirlas con toda la comunidad de Instagram y otras redes sociales, entre ellas, Facebook. (Matesa, 2016).

En la actualidad, Instagram sigue realizando modificaciones en su plataforma que permitan una experiencia más favorecedora a sus objetivos. Recientemente integra como una nueva función: los Stories, es decir, una función que permite compartir fotos y videos cortos del día a día que no necesariamente se desean mantener en el perfil y que aparecen en formato de presentación para que los demás usuarios sepan lo que la persona está haciendo en ese momento. (Instagram, 2016).

Según el sitio web de Epsilon Technologies, cerca del 70% de los usuarios de Instagram son millennials. Para ellos, Instagram es lo último en redes sociales, es donde se encuentran las tendencias actuales, usuarios con gustos similares. Entre los temas más recurrentes de la plataforma se encuentran: moda, belleza, música, aficiones, comida o entretenimiento. Hoy en día, la red social tiene como objetivo promover el uso de la plataforma. (Epsilon Technologies, 2015).

2.5.4.7 *Snapchat*

Snapchat es una aplicación que reinventó la cámara fotográfica del celular como una oportunidad para que sus usuarios puedan compartir y expresar con los demás usuarios la manera como viven y se comunican, con el fin de vivir momentos juntos. (Portal de Snapchat, s.f.).

Funciona de forma similar a una aplicación destinada a mensajería instantánea, pues, se permite añadir contactos, enviarles mensajes por medio de chats, enviar fotografías y videos de manera individual o grupal. El elemento que diferencia a la aplicación, es que el usuario es capaz de seleccionar el tiempo en que pueden ser visualizadas las fotografías que comparte para que al cabo de ese tiempo, el contenido sea destruido por la plataforma y no pueda existir oportunidad alguna de volver a visualizarlo. (Rodríguez, s.f.).

2.5.4.8 *Twitter*

Twitter es una red social que permite estar enterado de lo que acontece en todo el mundo al instante. En la aplicación se integran noticias de última hora, eventos prestigiosos e intereses de la cotidianidad. Twitter no solo permite escribir mensajes de 140 caracteres sino acompañar los textos de imágenes, gif o videos, permite ver informaciones directas de la fuente (periodistas, diarios, periódicos, etc.). Además, permite transmitir videos en directo a través del botón Periscope. (Google Play, s.f.).

2.5.4.9 *Pinterest*

Pinterest es una red social cuyos usuarios son 85% féminas debido a que se puede encontrar contenido de belleza, nutrición, moda, deportes, entre otros. Los usuarios que acuden a la red social tienen el objetivo de encontrar trucos, identificar tendencias para estar a la vanguardia y ver tutoriales. Se estima que 67% de las personas que usan Pinterest son millennials, los cuales acuden a la plataforma para tomar sus decisiones finales de compra de productos. (Epsilon Technologies, s.f.).

Es un catálogo personalizado que ofrece una amplia variedad de ideas para: recetas, viajes, remodelar el hogar, planificar proyectos, rediseñar el jardín, artículos, regalos, formas ingeniosas que permiten ahorrar dinero, moda, peinados y belleza. (App Store Itunes, 2017).

III. MARCO REFERENCIAL

3.1 *Tecnología*

3.1.1 *Impacto que han tenido los dispositivos móviles en la actualidad*

Los *Smartphones* están diseñados con el fin de que el usuario tenga accesibilidad al conectarse en las redes, además de representar un importante factor para facilitar la vida cotidiana. Es por eso que últimamente se han realizados estudios que determinan el alto nivel de dependencia que han desarrollado las personas al usar el dispositivo móvil, el tiempo dedicado a estos aparatos han llevado a que muchas personas se consideren adictas al Smartphone. (Grimaldos, 2012).

Se han realizado numerosos estudios acerca del caso y se llegó a la conclusión de que la mayoría de los usuarios de *smartphone* (81%) lo tienen siempre encendido, lo cual permite afirmar tal dependencia. Por otro lado, 4 de cada 10 adultos (38%) y adolescentes (40%) admiten utilizar sus teléfonos celulares nada más al despertarse. Además, más de la mitad de los adultos (51%) y los dos tercios de los adolescentes (65%), aseguran que utilizan el celular mientras socializan con otros. Entre los que usan los dispositivos durante las comidas, casi una cuarta parte la abarcan los adultos (23%), mientras que un tercio los adolescentes (34%). Además, más del (22%) de los adultos y casi la mitad de los adolescentes aseguran usarlos mientras se encuentran en el cuarto de baño, según Europa Press (citado por Grimaldos, 2012).

Los *smartphone* han tenido un impacto significativo en la sociedad, más que todo en aquellas personas entre 13 y 35 años de edad, al punto de crear la necesidad

constante de estar revisando en cualquier momento y en cualquier lugar el dispositivo móvil, para tener una vida social activa o dependiente totalmente. (Vera, s.f.).

De acuerdo con un estudio realizado por The Cocktail Analysis, a jóvenes con edades comprendidas entre 18 y 30 años de edad, arrojó que 41% de aquellos pertenecientes a la generación de los millennials revisan sus *smartphones* de manera compulsiva, según The Cocktail Analysis (citado por Universidad de Cuyo, 2016).

3.1.2 *Usos de dispositivos electrónicos*

Los millennials utilizan sus smartphones de manera recurrente y hacen más uso de las redes sociales que cualquier otra generación. Además, suelen dedicarles mucho más tiempo, según Smartme Analytics (citado por el portal de Pickaso, 2017).

De acuerdo con un estudio global realizado por Nielsen en el año 2015, los usos de los dispositivos electrónicos en la actualidad son principalmente: 75% escuchar música, 74% conectarse con amigos y familiares, 68% utilizan los dispositivos para obtener noticias, 68% los utilizan para compartir fotos y videos, 60% para encontrar un trabajo, 58% para ver contenidos de video programado, 57% para educarse, 37% los utiliza para pagar facturas, 20% para compartir información médica, 18% para comprar comestibles y 13% para encontrar algún dato. (Nielsen, 2015).

Se considera que los distintos usos que se le dan a los dispositivos electrónicos en la actualidad son más que todo para realizar compras, para buscar nuevas formas de comunicarse, para jugar en tiempos de ocio, para trabajos multidispositivos, así como también el aprendizaje y consulta de informaciones. (Mocholí, 2014).

Por otro lado, los dispositivos móviles actuales tienen funciones de uso para facilitar la vida de las personas como lo es: el despertador (con programación para varios días en específico), el reloj (las personas prefieren ver la hora desde el teléfono móvil), linterna, leer periódico, llamar, pagar servicios desde ciertas aplicaciones, escuchar radio, contador de pasos al caminar y trotar, conocer las pulsaciones a través de sensores, navegación GPS, gestión de la agenda personal, ver TV, series y películas, realizar cursos online, calculadora, edición de fotografías y edición de videos, gestionar cupones, pedir taxis, grabar notas de voz, conocer la temperatura, escanear documentos, etc. Cabe destacar que las funciones mencionadas varían según la modernidad del dispositivo. (Jiménez, 2015).

Asimismo, un estudio realizado por *GlobalWebIndex*, indica que las redes sociales se usan en promedio dos horas diarias y que la mayoría de los usuarios poseen alrededor de cinco plataformas sociales, según *GlobalWebIndex* (citado por Forbes México, 2015).

La empresa Deloitte realizó una investigación por medio de encuestas, en la que se determinó que las personas entre 18 y 24 años ingresan a las redes sociales 53 veces durante el día aproximadamente y puede reducirse según la edad. La elevada cifra determina el control que tienen las redes sociales sobre las personas, según Deloitte (citado por Freire, 2015).

3.2 *Internet*

3.2.1 *Penetración de internet en el mundo*

Según estudios realizados por el World Stats, existen 3.345.832.772 usuarios de internet en la actualidad a nivel mundial, lo cual corresponde a un alcance del 46,1%, o lo que es igual a casi la mitad de la población del mundo entero. El aumento de los usuarios de internet en los últimos 15 años ha sido significativo, en especial en aquellos países que se encuentran en desarrollo. (World Stats, 2015).

La población mundial ha alcanzado 7.395 millones de personas de los cuales casi la mitad utilizan móviles y 46% de ellos son usuarios de internet. Entre otras cifras, se encontró que 31% de la población mundial está presente en las redes sociales y de este grupo 17% se conectan por medio de sus dispositivos celulares. (Guibert, 2016).

De acuerdo con el informe de competitividad global realizado por el Foro Económico Mundial, se establece que en el caso de Latinoamérica en los últimos años, ha existido un importante avance en cuanto a la conectividad a internet. Por otro lado, cabe destacar que en Islandia, Noruega y Suecia, aproximadamente 100% de su población posee acceso a internet. En cambio, la situación en Latinoamérica se torna de carácter intermedio, ya que por ejemplo Chile, ocupa la posición 43 en la conectividad mundial en la que accede 66,5% de la población de ese país. En el caso de Colombia, se encuentra posicionada en el puesto 63 y un poco más de la mitad de su población tiene acceso a internet (51,7%), por lo tanto el uso en Latinoamérica no ha alcanzado un auge significativo, según el Foro Económico Mundial (citado por Colombia Digital,2014).

Es notorio que el avance en países como Colombia ha sido muy drástico en los últimos tiempos. Sin embargo, las diferencias aún son significativas cuando se compara con los países con mayor penetración de acceso a internet a nivel mundial, es decir, más de 40 puntos porcentuales, según el Foro Económico Mundial (citado por Colombia Digital, 2014).

3.2.2 *Penetración de internet en Venezuela*

Según el Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información (MINCI), de acuerdo a los indicadores de acceso y uso de internet en Venezuela, en el segundo trimestre del año 2015 se realizó una investigación donde se determinó que existe un crecimiento en el uso de internet a través de los teléfonos móviles. Dicho crecimiento alcanza los 16.400.000 usuarios, es decir, 61,62% de la población nacional de Venezuela el cual supera la media mundial de 43%. (Castillo, 2015).

Hoy en día, se puede afirmar que la población venezolana tiene mayor acceso a internet. Lo cual se puede ver reflejado en el crecimiento de consumo de planes de datos móviles, que en el año 2015 fue de 76%. Las inversiones e ingresos de las principales operadoras del país tuvieron un crecimiento de significativo de 58,26% y 56,06% con relación al año 2014. (Castillo, 2015).

Sin embargo, a pesar de las estadísticas, desde hace tres años Venezuela no presenta un mayor aumento en la penetración de internet. Ya que a pesar del crecimiento de 10% que hubo a lo largo del año 2015, la falta de políticas públicas en este aspecto, trajo como consecuencia un estancamiento. Se debe destacar que los usos que los venezolanos les dan a los medios sociales y a la web en general se ven directamente afectados por la realidad política, económica y social a nivel nacional como lo es la escasez y la censura, entre otros, según Jiménez (citado por Díaz, 2015).

Como dato de contrastación, la penetración de internet en Venezuela en el año 2013 era de 45%, posicionándose en el octavo lugar de América Latina. Sin embargo, Venezuela se ubicaba en ese momento en 89 puntos, lo que representa el primer lugar siendo 75 la media de la región, según Latam (citado por Culshaw, 2013).

3.2.3 *Usos de internet en Venezuela*

De acuerdo con un estudio realizado por Tendencias Digitales en el año 2016, los venezolanos suelen usar internet para: enviar y recibir correos, hacer operaciones bancarias, mantenerse informados, para utilizar las redes sociales, para buscar trabajo, ver videos, chatear mediante servicios de mensajería en línea, para realizar trámites en sitios web del gobierno, para comprar productos o servicios online, para publicar fotografías, vender productos y actualizar estados en sitios web, según Tendencias Digitales (citado por Rivers, 2016).

Por otro lado, se considera que las cifras de internet en Venezuela con respecto a su uso se dividen más que todo en tres grandes partes: primero 42% utiliza internet para conectarse y visitar sitios web de redes sociales, 38% para enviar correos electrónicos y 29% para chatear por servicios de mensajería en línea, según Jiménez (citado por Briceño, 2012).

3.3 *Redes sociales*

3.3.1*Redes sociales más usadas por millennials*

La generación de los millennials es la más estudiada en los últimos tiempos, ya que es uno de los públicos que más hace uso de las tecnologías y los dispositivos móviles. De acuerdo con estudios realizados por Merca 2.0, las aplicaciones favoritas de esta generación en cuanto a redes sociales, se destaca en primer lugar: Whatsapp (siendo la aplicación favorita con una penetración de 95% entre los usuarios que tienen entre 18 y 30 años), luego se encuentra Facebook (la red social creada por Mark Zuckerberg, con una penetración de 85%), en tercer lugar se encuentra la red social Twitter (con una penetración del 48%), le siguen aplicaciones como: Spotify 45%, Instagram 39%, LinkedIn 33%, Google+ 27%, Telegram 15%, Pinterest 13%, Snapchat 13%", según Merca 2.0 (citado por León, 2016).

Resulta interesante destacar que los reportes de Facebook indican que nueve de cada 10 millennials entran todos los días a Facebook y que 90% de ellos en América Latina acceden por lo menos una vez al día (Forbes México, 2015).

Por otro lado, de acuerdo con una investigación realizada por *The Cocktail Analysis* (s.f.) se considera que las redes sociales más usadas por la generación de los *millennials* son: Whatsapp (debido a que valoran sus grandes ventajas en cuanto a instantaneidad y comunicación directa que se puede establecer con los usuarios), Facebook (ya que la red les permite construir relaciones con el entorno), YouTube (ya que encuentran en la aplicación una fácil comprensión y la capacidad de contar historias capaces de atrapar, 59% de los jóvenes lo utiliza todos los días y el 66% se encuentra suscrito a varios canales), Instagram (39% posee un perfil en la red social,

más que todo los millennials, que por el resto de la población. La red social tiene un gran poder en lo que se refiere a la construcción de la imagen y es en la que más hay exposición y se espera feedback del resto), Twitter (la red social que ocupa un papel secundario, la relación que pueda existir entre los millennials y Twitter se va acortando de manera progresiva, ya que está lejos de lo social y por lo tanto los pertenecientes a esta generación encuentran más dificultades para conseguir contenidos realmente interesantes), según The Cocktail Analysis (citado por la Universidad de Cuyo).

3.3.2 *Motivos de uso de las redes sociales*

Las redes sociales son modernas herramientas de comunicación que se vuelven cada vez más protagónicas en las relaciones de pareja. Propician una mejor e inmediata comunicación ya que permite compartir temas, situaciones y problemas en común. (Reyes, s.f.).

Los principales motivos de uso de las redes sociales de acuerdo con el Global Web Index son los amigos, la actualidad y la falta de hacer algo interesante: 55% usan las redes sociales para mantener el contacto con los amigos y saber qué están haciendo, 41% para mantenerse al día con noticias y eventos de actualidad, 41% usan las redes en tiempo libre, 39% para encontrar contenido entretenido, 39% para compartir opiniones y 38% para compartir fotos y videos. Mientras que 36% las usan porque muchos amigos las usan, 33% para generar más contactos, 32% para conocer a nuevas personas y 27% las usan para compartir los detalles de lo que hacen en su vida diaria, según Global Web Index (citado por Marquina, 2015).

Por otro lado, se considera que las razones que motivan el uso de las redes sociales en Latinoamérica son las relaciones, es decir, el aspecto de socialización,

tener contacto con el resto de las personas y sentirse incluido en una comunidad. La diversión es la segunda razón de uso para poder escapar de la rutina diaria y del consecuente tedio. (Rogers, 2014).

De esta manera, estaría ocupando el tercer lugar: el progreso (ya que el contenido que se genera a través de las redes permite mantener actualizadas a las personas), otro de los motivos es el reconocimiento (a través de la obtención de RT y Likes). Por último, el quinto lugar lo ocupa el aprendizaje (ya que la valoración del contenido tiene directa relación con el aprendizaje y por lo tanto relación con el reconocimiento y el progreso). (Rogers,2014).

3.3.3 *Privacidad en las redes sociales*

Cada vez son más los usuarios que publican sin pensar informaciones muy específicas, de ámbito privado, en sus perfiles de redes sociales. Sin embargo todo en las plataformas tiene su precio, los usuarios asumen que como no se deben pagar cuotas anuales o mensuales son totalmente gratuitas, sin embargo no es del todo cierto. Cuando las personas ingresan a las redes sociales existen términos y condiciones donde se establece claramente que todas las informaciones o contenidos publicados ya no pertenecerán a la persona. Se debe tener en cuenta que si algo se ofrece de manera gratuita en la red, entonces el usuario resulta ser un producto, ya que todas las plataformas que funcionan como gratuitas, la cobran a través de la privacidad de sus usuarios. (García, 2014).

Es por esto, que se debe prestar extrema atención a los derechos y condiciones que poseen las plataformas en cuento a: los derechos de las fotografías, videos, contenidos, entre otros. Si el usuario de una plataforma acepta los términos y

condiciones, se le está otorgando a la red una licencia mundial para que puedan utilizar cualquier fotografía o video de la forma que quiera. (Alarcón, 2014).

3.4 *Millennials*

3.4.1 *Actividades preferidas en tiempo libre*

Según una encuesta global realizada por Nielsen en el año 2015, a más de 30.000 consumidores on-line en 60 países a través de Asia-Pacífico, Europa, Latinoamérica, Medio Oriente/África y Norteamérica, las actividades preferidas por los millennials en tiempo libre son: ver televisión 31%, conectarse con amigos y familiares 28%, escuchar música 27% leer 20% y viajar 18%. (Nielsen, 2015).

Por otro lado, de acuerdo con una encuesta realizada por el U.S. Departament of Labor en el año 2015, se determinó que la generación de los millennials prefiere dedicar su tiempo libre en actividades como dormir y descansar. Debido a que alegan que les gusta estar en casa, preferiblemente de manera solitaria, no les apetece estar con gente y no quieren gastar dinero. Según U.S. Departament of Labor, (citado por Serrano, 2016).

Entre otras actividades también se encuentran: pedir comida a domicilio, pasar tiempo en pareja, leer, escuchar música, hacer tareas correspondientes al hogar, tomar bebidas alcohólicas y jugar videojuegos. (Serrano, 2016).

3.5 *Relaciones de pareja*

3.5.1 *Efectos positivos y negativos de la tecnología en las relaciones de pareja*

Según una investigación realizada por la Facultad de Comunicaciones de la PUC, se estudió durante un año cómo se perciben las relaciones de pareja que utilizan de manera habitual la tecnología. En dicho estudio se arrojó que 36,7% de las personas sentían la pérdida de la intimidad sexual, 50,4% sentían celos por el tipo de contenido que sube su pareja a la plataforma, 80,2% consideran como aspecto negativo las interrupciones de sus parejas para revisar los mensajes en el teléfono, 71,1% se quejan porque siente que la otra persona no deja de mirar el teléfono, 70,8% considera que son facilitadoras de malentendidos y 45,6% piensan que se generan peleas por situaciones que sienten que se debían haber conversado en persona y no por Whatsapp. (Halpern, 2016).

Al considerar los aspectos negativos de la tecnología se debe destacar que la plataforma que recibió la peor evaluación fue Whatsapp. Ya que las personas que terminaron la relación con sus parejas, en el último año, aseguraron utilizar en promedio una hora la red social en comparación con el resto de las parejas que se mantuvieron estables. Es lógico que no se le puede atribuir a Whatsapp el quiebre de las parejas, sin embargo, es imposible negar que si existen muchos conflictos asociados a la plataforma como medio de comunicación, por el uso indiscriminado de la misma. (Halpern, 2016).

Con el uso indiscriminado de las tecnologías es más fácil deteriorar las relaciones de pareja, debido a que facilitan la creación de malentendidos. Ya que es imposible que

el mensaje sea de calidad, puesto que no está presente el factor fundamental que representa el 40% de la comunicación humana: el lenguaje no verbal, el cual solo puede establecerse en el cara a cara. Además, puede generar preocupaciones a la pareja, por las demoras en contestar los mensajes, lo cual trae como consecuencia que la otra persona sienta ansiedad, temor, entre otros. (Lickerman, 2015).

A su vez, la psicóloga clínica Julia González, aseguró que en ocasiones las personas suelen revisar el teléfono celular de su pareja y la razón más común es la desconfianza y las inseguridades, a veces sin razones aparentes. (González, 2017).

Las redes sociales permiten mantener mayor control sobre las relaciones que tiene la pareja con los demás usuarios, lo cual hace que se despierten miedos, desconfianza e inseguridades. (Ángeles, 2014).

Asimismo, en cuanto a las rupturas de pareja, la psicóloga y sexóloga Carmen Sánchez, indica que las redes sociales son solamente herramientas que permiten la socialización y la comunicación virtual. Sin embargo pueden ejercer el papel de facilitadoras de determinadas situaciones, pero no son la causa principal de las ruptura. (Sánchez, s.f).

Si una persona pasa demasiado tiempo navegando en las redes sociales, puede ser motivo de que la pareja sienta soledad y frustración. Ya que hay un elemento que se interpone en la relación. (Lambertsen, 2015).

Sin embargo, no todo es negativo en el ámbito de las tecnologías y las parejas. Existen aspectos positivos que también se asocian a una mayor percepción de calidad y confianza en la relación, como lo es que la pareja comparta su contraseña de cuentas

bancarias y teléfonos (63,2%), que compartan teléfonos para revisar sus emails o cuentas en redes sociales (84,4%), que usen las redes sociales para expresar el amor que sienten (80,1%). (Halpern, 2016).

Por otro lado, en ocasiones el uso de las tecnologías permite a muchas personas abrir más fácilmente su corazón, pues para las parejas el ámbito online resulta más fácil a la hora de una conversación que el cara a cara. Las tecnologías permiten expresar sentimientos y emociones sin temor a ser rechazados. (Lickerman, 2015).

3.5.2 *Diferencia entre lo público, lo privado y lo secreto*

La vida de las personas tiene tres aspectos: lo público, lo privado y lo secreto, en el que cada uno tiene distintas características. Lo público es donde ocurren la mayoría de las experiencias que se pueden percibir, como por ejemplo: las relaciones con los demás, el ámbito laboral, lo que se ve y lo que se escucha, lo privado es el mundo de las ideas, el de las ocurrencias, es el mundo de los amigos, familiares y en algunos casos de pareja, lo secreto es el mundo de lo intangible, en el que residen las emociones como factor fundamental en la experiencia, donde no cabe ningún otro ser humano, es personal. (Bevione, 2013).

En palabras resumidas, todos los individuos tienen una vida pública, una vida privada y una vida secreta. La que la primera es abierta, parte de la segunda debe de serlo y la tercera es únicamente de absoluta intimidad de cada persona. (García, 2012).

En una relación de pareja, se debe tener presente que cada persona posee su privacidad, y por lo tanto debe existir confianza para que la relación pueda funcionar. En

caso contrario se estaría agotando la relación, ya que interrumpir esa privacidad podría pasar de una simple curiosidad a un chisme. (Ramírez, s.f.).

La experta en relaciones interpersonales y profesora de California State University San Bernardino, Kelly Campbell, asegura que las parejas que suelen ser más felices son aquellas que poseen cierta privacidad. Considerando así que la independencia en las relaciones de pareja representan algo sano y beneficioso, según Campbell (citado por Gaglianone, 2014).

La psicóloga y profesora de la Universidad de Long Island, Suzanne Phillips, asegura que en una relación de pareja debe existir necesariamente un balance entre la intimidad y la privacidad. La decisión de compartir la contraseña no es un requerimiento impuesto en la pareja, es decisión de las partes, según Phillips (citado por Gaglinone, 2014).

Se considera que no es correcto revisar el celular de la pareja, debido a que representa una muestra evidente de inseguridad personal. Ya que cuando una relación es honesta y sincera, no existe necesidad de espiar a la otra persona, según Cruylles (citado por Querales, 2016).

De acuerdo con una investigación realizada por el Instituto de Investigación Social de la Universidad de Michigan, las parejas deben respetar su privacidad individual. Ya que pasar tiempo a solas motiva el sentido de identidad en la pareja y fomenta la independencia. Esto permite tener una relación más sana, dejando a un lado el apego. (Orbuch, 2013).

3.6 *Nivel educativo*

3.6.1 *Nivel de estudio de los venezolanos*

Es importante resaltar que los venezolanos poseen el más alto nivel de estudios en comparación a los hispanos y los estadounidenses. Debido a que 51%, con más de 25 años, son poseedores de un técnico o licenciatura y solo 15% se queda únicamente con un diploma de bachillerato. (Egui, 2016).

IV MÉTODO

4.1 *Modalidad*

Este Trabajo de Grado se basa en la modalidad de estudios de mercado. De acuerdo con el apartado de Modalidad de Trabajos de Grado, del sitio web de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), consiste en medir y analizar las variables establecidas para implementar estrategias de mercado. (Portal de la UCAB, 1999).

De acuerdo con la definición, el objetivo de este proyecto se centra en medir los datos a través de instrumentos de investigación, para analizarlos a profundidad posteriormente y llegar a las conclusiones del tema investigado.

Las investigaciones de mercado implican la definición de un problema, para que a partir de ella se realice un plan de investigación capaz de arrojar resultados para su interpretación. (Kotler y Armstrong, 2008).

Este trabajo de grado es una investigación de mercado debido a que se pretende obtener resultados de la influencia que tienen las redes sociales en las relaciones de pareja, por medio de encuestas y entrevistas a estudiantes de las distintas casas de estudio.

4.2 *Diseño y tipo de investigación*

Según Uribe (2004) en el diseño de investigación de tipo no experimental “se observan fenómenos tal y como se presentan en su contexto natural, se obtienen datos y después éstos se analizan” (p. 94).

En este sentido, el proyecto pretende identificar las ventajas y las desventajas que tienen las redes sociales en las relaciones de pareja de estudiantes universitarios. Y de esta manera, poder determinar el grado de influencia a través de los resultados obtenidos para posteriormente analizarlos.

Por otro lado, la investigación es de tipo exploratoria, la cual consiste en investigar un problema que ha sido poco estudiado o del que se conoce poco. Además, este tipo de investigación permite identificar variables que sean útiles para futuros estudios. Según Hernández, Fernández y Baptista (citado por Carballo, 2013).

Este trabajo de grado pretende abarcar investigaciones de un tema que ha sido poco estudiado por la sociedad. Además, busca dar razón a la influencia tanto positiva como negativa que puedan tener las redes sociales en las relaciones de pareja de estudiantes universitarios.

4.3 *Diseño de variables de investigación*

Las variables pueden considerarse como propiedades que pueden adquirir diversos valores o manifestaciones, cuya variación es susceptible de medirse u observarse. (Hernández, Fernández y Baptista, 2003).

4.3.1 *Definición conceptual*

La definición conceptual abarca a todas aquellas definiciones que se encuentran en el diccionario o en aquellos libros especializados sobre el tema en cuestión. Cuando se describen y se establecen las características reales de un fenómeno, se les denomina: definiciones reales. De esta manera, a los requerimientos prácticos de la investigación, las definiciones reales constituyen la adecuación del término: definición conceptual. (Darío y Darío, 2006).

De acuerdo con la definición anterior, las variables de la investigación se ven reflejadas en los objetivos específicos, dichas variables son:

- Variables demográficas: las variables demográficas son aquellas fácilmente observables como: la edad, la ocupación, el género, tamaño de la familia, educación, ciclo de vida familiar, etnia, religión, ingreso, clase social, ocupación, nacionalidad, estado civil e idioma. (Ayala y Arias, 2015).
- Variables psicográficas: son aquellas difíciles de medir y de naturaleza subjetiva como: los atributos de la personalidad, motivos, estilos de vida, actitudes, creencias, opiniones, valores. (Ayala y Arias, 2015).

- Hábitos de consumo en redes sociales: se refiere al comportamiento de uso y consumo que tiene determinado segmento en las redes sociales. Según Spivak (citado por el portal de PuroMarketing, 2014).
- Efecto: se define como efecto a aquello que se da como consecuencia de un elemento causante. (Pérez y Gardey, 2008)
- Situaciones: el término suele ser usado para nombrar la manera o la forma como se dispone algo (positiva o negativamente) en un espacio determinado. (Pérez y Gardey, 2012).

4.3.2 *Definición operacional*

La definición operacional se refiere a los procedimientos de la actividad que el observador debe realizar para obtener impresiones sensoriales que conlleven a la existencia de un concepto teórico, en mayor o menor grado. También se puede explicar a la definición operacional como la especificación de las actividades y operaciones que se deben llevar a cabo para poder medir una variable. (Darío y Darío, 2006).

De acuerdo con la explicación, se entiende que los criterios a evaluar en la definición operacional, se refieren más que todo a la adecuación de las variables al contexto del trabajo de investigación:

- Variables demográficas: es la identificación de aspectos fáciles de observar como la edad y género de los estudiantes universitarios de las diferentes casas de estudio de Caracas (UCV, USB, UCAB).
- Variables psicográficas: es la identificación de aspectos subjetivos como valores, tiempo libre y opinión sobre las redes sociales en estudiantes universitarios de las distintas casas de estudio de Caracas (UCV, USB, UCAB).

- Hábitos de consumo en redes sociales: se refiere a los usos y costumbres que tienen las personas en las redes sociales.
- Efecto: se refiere a las redes sociales que más consecuencias positivas o negativas tienen en las relaciones de pareja.
- Situaciones: es la inclinación favorable o desfavorable que ocasiona el uso de las redes sociales en las relaciones de pareja.

4.3.2.1 Operacionalización de variables

Tabla #1: *Operacionalización objetivo específico 1*

OBJETIVO ESPECÍFICO #1: Identificar variables demográficas y psicográficas de la audiencia.					
Variables	**Dimensión**	**Indicadores**	**Items**	**Instrumento**	**Fuentes**
Variables demográficas y psicográficas	Demográficas	Edad	2	Encuesta	Estudiantes
		Género	1	Encuesta	Estudiantes
	Psicográficas	Valores	11 12	Entrevista no estructurada	Estudiantes
		Tiempo libre	3 4	Encuesta	Estudiantes
		Opinión sobre las redes sociales	1 2 4 7 10 13	Entrevista no estructurada	Estudiantes
			12	Encuesta	Estudiantes

Fuente: elaboración propia.

Tabla #2: *Operacionalización objetivo específico 2*

OBJETIVO ESPECÍFICO #2: Identificar hábitos de consumo de las redes sociales.					
Variables	**Dimensión**	**Indicadores**	**Items**	**Instrumento**	**Fuentes**
Hábitos de consumo de las redes sociales	Redes sociales	Frecuencia de uso	8 9	Entrevista no estructurada	Estudiantes
		Motivos de uso	5 9 10 11	Encuesta	Estudiantes
			3	Entrevista no estructurada	
		Utilidad	5 15	Entrevista no estructurada	Estudiantes
		Dispositivos	6 7	Encuesta	Estudiantes

Fuente: elaboración propia.

Tabla #3: *Operacionalización objetivo específico 3*

OBJETIVO ESPECÍFICO #3: Identificar las redes sociales que más efecto tienen en las relaciones de pareja.					
Variables	**Dimensión**	**Indicadores**	**Items**	**Instrumento**	**Fuentes**
Redes sociales que más efecto tienen en las relaciones de pareja	Influencia de las redes sociales	Preferencia	8	Encuesta	Estudiantes
			6	Entrevista no estructurada	Estudiantes
		Redes sociales usadas	14	Entrevista no estructurada	Estudiantes
		Privacidad	15 23 24 25	Encuesta	Estudiantes
			18	Entrevista no estructurada	Estudiantes
		Aceptación en las parejas	14 21 22	Encuesta	Estudiantes

Fuente: elaboración propia.

Tabla #4: *Operacionalización objetivo específico 4*

OBJETIVO ESPECÍFICO #4: Identificar las situaciones que ocasionan las redes sociales en la relación de pareja de estudiantes.					
Variables	**Dimensión**	**Indicadores**	**Items**	**Instrumento**	**Fuentes**
Situaciones que ocasionan las redes sociales en la relación de pareja de estudiantes	Situaciones positivas	Ventajas	13 16 17 18 19	Encuesta	Estudiantes
			16	Entrevista no estructurada	Estudiantes
	Situaciones negativas	Desventajas	20 26 27 28 29 30	Encuesta	Estudiantes
			17	Entrevista no estructurada	Estudiantes

Fuente: elaboración propia

4.4 *Unidades de análisis y población*

La unidad de análisis según Rojas (2002), “es el elemento del que se obtiene la información fundamental para realizar la investigación”. (p. 180).

Para efectos de este estudio, se seleccionó como unidad de análisis, los estudiantes de pregrado de las diferentes casas de estudio de Caracas: Universidad Católica Andrés Bello, Universidad Central de Venezuela y Universidad Simón Bolívar. Ya que de acuerdo con el Ranking Mundial QS, lograron posicionarse como las mejores universidades situadas en Caracas, Venezuela, según Consultora QS (citado por Universia, 2015).

Por otro lado, Juez y Diez (1997) definen a la población como “cualquier conjunto de elementos que tienen unas características comunes. Cada uno de los elementos que integran tal conjunto recibe el nombre de individuo”. (p. 95).

En este trabajo, la población que dará origen a los datos de la investigación serán los estudiantes universitarios: UCAB, UCV y USB que alguna vez hayan tenido una relación de pareja.

4.5 *Diseño muestral*

De acuerdo con Rojas (2002), una muestra “es un subconjunto de individuos pertenecientes a una población, y representativos de la misma. Existen diversas formas

de obtención, en función del análisis que se pretenda efectuar (aleatorio, conglomerados, etc.)”. (p. 95).

4.5.1 *Tipo de muestreo*

Según Bisquerra (2009), el muestreo no probabilístico es aquel en el que “la selección de los individuos de la muestra no depende de la probabilidad, sino que se ajusta a otros criterios relacionados con las características de la investigación o de quien hace la muestra” (p. 145).

La muestra extraída no es representativa, ya que no todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. Por otro lado, el muestreo no probabilístico es un procedimiento en el que se desconoce la probabilidad que representan los elementos de la población que integran la muestra. (Bravo, 2015).

De acuerdo con la naturaleza de la investigación y el tamaño de la misma, la muestra se estableció a partir de las características y criterios definidos por el investigador.

4.5.2 *Tamaño de la muestra*

Para determinar el tamaño de la muestra de las encuestas se usó el modelo de Chi2, el cual consiste en seleccionar dos preguntas de respuesta simple que mayor número de categorías tenga. Por lo tanto, para calcularlo se multiplican las categorías y

luego se multiplican por cinco, es decir: 6x6=36 y 36x5=180 personas. Este modelo tiene la finalidad de que cada ítem del cuestionario pueda ser seleccionado cinco veces.

Por otro lado, para la entrevista no estructurada se usó la saturación teórica, la cual consiste en que cuando los datos recolectados llegan al punto de no aportar información significativa a la que ya se tiene, se deberá parar la recolección de datos. Por lo tanto no es posible utilizar un criterio fijo en cuanto al tamaño muestral. (Valles, 1997).

Por lo tanto, al aplicar la saturación teórica, se determinó que el tamaño de la muestra fue de 6 estudiantes, pertenecientes a las tres casas de estudio de la región capital (Universidad Católica Andrés Bello, Universidad Central de Venezuela y Universidad Simón Bolívar).

4.6 *Diseño del instrumento*

Según Moreno (2013), “un instrumento de investigación es la herramienta utilizada por el investigador para recolectar la información de la muestra seleccionada y poder resolver el problema de la investigación”. (para. 4).

Los instrumentos de medición son aquellos que usa el investigador para poder acercarse a los problemas y fenómenos, para obtener datos o información por medio de: cuestionarios, encuestas, observación, etc. Según Sabino (citado por Contreras, 2013).

Para efectos de esta investigación, los métodos que se utilizarán son: la entrevista y encuesta. Ambos a estudiantes de pregrado de las distintas casas de estudio de Caracas (UCAB. UCV. USB).

Se seleccionó la entrevista como instrumento de investigación, ya que permite determinar opiniones personales más sensibles de cada uno de los estudiantes, sobre el tema que se está abordando. Por otro lado, se consideró la encuesta como instrumento de investigación también, ya que es un método fácilmente aplicable a una numerosa cantidad de personas con el fin de generar una tendencia.

4.6.1 *Descripción del instrumento*

Encuesta

La encuesta es una técnica que utiliza procedimientos de interrogación escritos, con el fin de obtener mediciones de características objetivas y subjetivas de los individuos investigados. (Martínez y Sánchez, s.f.).

El objetivo de la selección de este instrumento de investigación es saber cuál es la percepción de los estudiantes universitarios (UCAB, UCV, USB), con respecto a la influencia que las redes sociales puedan tener sobre sus relaciones de pareja.

La selección del instrumento se estableció debido a que poseen una serie de ventajas para el trabajo de investigación, entre ellas: son fácilmente aplicables, los

datos obtenidos son confiables porque las respuestas se limitan a las opciones establecidas y porque la codificación, el análisis y la posterior interpretación son sencillos. Según Malhotra (citado por Thompson, 2005).

Entrevista

La entrevista es una técnica de medición que permite obtener respuestas de tipo verbal, sobre el problema que se va a investigar. El proceso de la entrevista implica la comunicación directa entre un investigador y un sujeto de investigación. (Contreras, 2013).

El objetivo de la selección de esta herramienta de medición es poder recolectar y conocer principalmente opiniones, perspectivas y preferencias que los estudiantes universitarios tienen en cuanto al problema en cuestión.

Se seleccionó este instrumento, porque existe la posibilidad de una respuesta más elaborada o completa, también el entrevistado puede acceder a explicar mejor la pregunta en caso de que no se entienda fácilmente. Además se puede detectar el lenguaje corporal que presenta al entrevistado a la hora de hacerle las preguntas. (Muguira, s.f.).

A su vez, el tipo de entrevista a utilizar es la no estructurada, pues se considera la más flexible y abierta. Se encuentra en manos del investigador todo lo referente al contenido de las preguntas, el orden en que son realizadas, su profundidad y su formulación, basándose en todo momento en los objetivos de la investigación. (Gonzales, 2015).

En este proyecto se implementará la modalidad de tipo no estructurada, ya que es aquella que permite al entrevistador generar confianza en el entrevistado. De modo que se pueda obtener la información deseada y profundizar en temas relevantes para la investigación.

4.6.1.1 *Encuesta o cuestionario (primera versión)*

La información recolectada en el siguiente instrumento es totalmente anónima y con fines académicos, para que pueda optar por el título de Licenciada en Comunicación Social de la UCAB.

A continuación se presentan 22 preguntas, de respuesta simple o múltiple según sea el caso. Lea cuidadosamente cada una y marque con una “X” la opción de su preferencia. Por favor conteste todas las preguntas que se presentan.

1. Sexo:

Femenino__

Masculino__

2. ¿Qué edad tiene?

Menos de 18__

18-21 años__

22-25 años__

26-30 años__

3. ¿En qué universidad estudia?

UCAB (Universidad Católica Andrés Bello)__

USB (Universidad Simón Bolívar)__

UCV (Universidad Central de Venezuela)__

4. ¿A qué actividades dedica su tiempo libre? (Puede seleccionar más de una opción)

Ver televisión__

Chatear con amigos y familiares__

Escuchar música__

Leer__

Viajar__

Descansar, dormir__

Pedir comida a domicilio__

Ir al cine__

Pasar tiempo en pareja__

Hacer tareas del hogar__

Tomar bebidas alcohólicas__

Jugar videojuegos__

Ir a rumbear__

Salir a reuniones__

Otros__

5. ¿Suele utilizar las redes sociales en su tiempo libre?

Todo el tiempo__

La mayor parte del tiempo__

La mitad del tiempo__

Menos de la mitad del tiempo__

Nunca__

A continuación se presentan una serie de preguntas relacionadas a las redes sociales.

6. ¿Interactúa con sus contactos por medio de las redes sociales?

Todo el tiempo__

La mayor parte del tiempo__

La mitad del tiempo__

Menos de la mitad del tiempo__

Nunca__

7. ¿Por medio de qué dispositivos ingresa a las redes sociales?

Teléfono móvil__

Tablet__

Computadora, laptop__

8. ¿Ingresar a las redes sociales es uno de los mayores usos que le da a su dispositivo?

Siempre__

Frecuentemente__

Algunas veces__

Difícilmente__

Nunca__

9. ¿Qué red social le gusta más?

WhatsApp__ Snapchat__

Facebook__ Twitter__

Instagram__ Pinterest__

Telegram__ Otra__ ¿Cuál? :_____

10. ¿Qué funciones de las redes sociales le generan interés? (Puede seleccionar más de una opción).

Chatear__ Publicar historias__

Mantenerse al día con las noticias__ Comentar publicaciones__

Encontrar contenido entretenido__ Publicar estados__

Compartir fotos y videos__ Otro__ ¿Cuál? :_____

11. ¿Con qué tipo de personas interactúa por redes sociales?

Conocidos__

Desconocidos__

Ambos__

12. ¿Se considera más sociable por las redes sociales que en persona?

Totalmente de acuerdo__

Algo de acuerdo__

Ni de acuerdo ni en desacuerdo__

Algo en desacuerdo__

Totalmente en desacuerdo__

13. ¿Los perfiles de redes sociales reflejan lo que las personas son realmente?

Totalmente de acuerdo__

Algo de acuerdo__

Ni de acuerdo ni en desacuerdo__

Algo en desacuerdo__

Totalmente en desacuerdo__

A continuación se presentan preguntas relacionadas a las relaciones de pareja, conteste en el caso de que tenga o haya tenido una relación de pareja.

14. ¿Ha salido con alguien que conoció a través de las redes sociales?

Sí__

No__

15. ¿Usted confía en su pareja?

Totalmente de acuerdo__

Algo de acuerdo__

Ni de acuerdo ni en desacuerdo__

Algo en desacuerdo__

Totalmente en desacuerdo__

16. ¿Respeta la privacidad de las redes sociales de su pareja?

Siempre__

Frecuentemente__

Algunas veces__

Difícilmente__

Nunca__

17. ¿Tiene constantes discusiones con su pareja?

Siempre__

Frecuentemente__

Algunas veces__

Difícilmente__

Nunca__

18. ¿Siente la necesidad de saber qué está haciendo su pareja en las redes sociales?

Todo el tiempo__

La mayor parte del tiempo__

La mitad del tiempo__

Menos de la mitad del tiempo__

Nunca__

19. ¿Le pide a su pareja la clave de sus redes sociales?

Siempre__

Frecuentemente__

Algunas veces__

Difícilmente__

Nunca__

20. ¿Le pide a su pareja el celular para revisarlo?

Siempre__

Frecuentemente__

Algunas veces__

Difícilmente__

Nunca__

21. ¿Ha sentido la necesidad de revisar el perfil social de su pareja?

Siempre__

Frecuentemente__

Algunas veces__

Difícilmente__

Nunca__

22. ¿Ha acosado a su pareja por medio de las redes sociales?

Siempre__

Frecuentemente__

Algunas veces__

Difícilmente__

Nunca__

4.6.1.2 *Entrevista en profundidad (primera versión)*

- Presentación (15 minutos):

Mi nombre es Daniuska Veracierta, el propósito de la siguiente investigación es cumplir con el requisito de Trabajo de Grado para la obtención del título universitario en la carrera de Comunicación Social de la UCAB. El trabajo consiste en una investigación de mercado a través de encuesta y entrevista para determinar la influencia que tienen las redes sociales en las relaciones de pareja de estudiantes universitarios de la UCAB, UCV y USB.

A continuación serán realizadas una serie de preguntas totalmente anónimas. Las respuestas proporcionadas serán únicamente utilizadas con fines académicos.

Para comenzar la entrevista quisiera que me hablaras sobre ti: ¿Qué edad tienes? ¿Estudias actualmente? ¿En qué universidad estudias?

Háblame de las relaciones de pareja que has tenido: ¿Cuántas parejas has tenido? ¿Actualmente tienes pareja?

- Redes sociales (15 minutos):

1. Menciona lo primero que se te venga a la mente cuando piensas en redes sociales
2. ¿Qué opinas de las redes sociales?
3. ¿Cuál es tu expectativa con respecto a las redes sociales?
4. ¿Qué funciones considera útiles de las redes sociales?
5. Menciona todas las redes sociales que te gustan
6. ¿Qué red social usas diariamente?
7. ¿Cuántas veces frecuentas las redes sociales diariamente?
8. ¿Cuánto tiempo le dedicas a las redes sociales diariamente?
9. ¿Alguna vez te sentiste decepcionado por las redes sociales? ¿Por qué?

- Valores (5 minutos):

10. ¿Qué valores aplican en su vida?
11. Si tuvieras que elegir un valor ¿Cuál elegirías y por qué?

- Relaciones de pareja (20 minutos):

12. ¿Qué rol juegan las redes sociales en una relación de pareja?

13. Menciona las redes sociales que usas para comunicarte con tu pareja

14. ¿Consideras que las redes sociales permiten una mejor comunicación con tu pareja?

15. ¿Consideras que las redes sociales permiten expresar el amor que sientes hacia tu pareja?

16. ¿Consideras que por las redes sociales es más fácil expresarle algo a tu pareja que en el cara a cara?

17. ¿Consideras que las redes sociales permiten expresar sentimientos y emociones sin temor al rechazo?

18. ¿Alguna vez sentiste incomodidad por el tiempo que tu pareja le dedica a las redes sociales?

19. ¿Has terminado una relación a causa de las redes sociales?

20. ¿Has sentido celos por el tipo de contenido que sube tu pareja en las redes sociales?

21. ¿Considera que las redes sociales pueden deteriorar las relaciones de pareja?

22. ¿Consideras que las redes sociales generan malentendidos con tu pareja?

4.7.2 *Validación del instrumento*

La validez de un instrumento consiste en comparar con profesionales expertos en el área de estudio, si los datos del instrumento permiten obtener los resultados de los objetivos de la investigación. La validación también permite saber si todas las interrogantes están planteadas de forma correcta.

La revisión y corrección de los métodos de investigación utilizados, fueron realizadas por expertos y profesionales. Estos fueron:

En primer lugar, la profesora Rafi Ascanio, Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela con especialización en la UCAB, maestría en Desarrollo Organizacional en la Universidad Católica Andrés Bello, doctoranda en Educación en la misma universidad. Es experta en desarrollo de estrategias comunicacionales, manejo de crisis, identidad corporativa, profesora de las siguientes materias de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB: Políticas Comunicacionales, Seminario de Grado I y II, Gerencia Comunicacional de Crisis y Comunicación Oral. Además, dicta talleres de comunicación, vocería y gestión de eventos corporativos.

Se seleccionó a la profesora Rafi Ascanio como validadora por poseer un amplio conocimiento en el área metodológica. Los comentarios que realizó sobre los instrumentos de investigación fueron los siguientes:

- Agregar a la pregunta #4 de la encuesta la opción de respuesta “Teatro”.
- En la pregunta #4, eliminar de la encuesta la opción de respuesta “Pedir comida a domicilio”.
- Modificar con un calificativo distinto la opción de respuesta “Publicar estados”, perteneciente a la pregunta #10 de la encuesta.
- Agregar a la pregunta #17 del cuestionario, “¿Tiene constantes discusiones con su pareja a través de las redes sociales?”.
- Agregar una pregunta sobre la relación de pareja y la poca privacidad al exponerse en las redes sociales.
- Agregar una pregunta para medir motivos de uso, como “¿Por qué usas las redes sociales?”.

- Agregar una pregunta para medir la utilidad, como “¿Qué utilidad le da usted a las redes sociales en una relación de pareja?”.
- Agregar una pregunta para medir las ventajas.
- Agregar una pregunta para medir las desventajas.

En segundo lugar, se consultó con el profesor Jacobo Riquelme, Licenciado en Psicología de la Universidad Central de Venezuela, especialista en Psicología Clínica con un diplomado en Innovación Estratégica y Epistemología Gerencial. Actualmente es profesor de Conducta del Consumidor en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello. Los comentarios que sugirió sobre los instrumentos de investigación fueron los siguientes:

- En la encuesta, plantear la pregunta #12 en forma de frase, “Usted se considera más sociable por las redes sociales que en persona”.
- En la encuesta, plantear la pregunta #13 en forma de frase, “Los perfiles de las redes sociales reflejan lo que las personas son realmente”.
- En la encuesta, plantear la pregunta #15 en forma de frase, “Usted confía en su pareja”.
- En la encuesta, plantear la pregunta #16 en forma de frase, “Usted respeta la privacidad de las redes sociales de su pareja”.
- En la encuesta, plantear la pregunta #17 en forma de frase, “Usted tiene discusiones con su pareja”.
- En la encuesta, plantear la pregunta #18 en forma de frase, “Usted siente la necesidad de saber qué está haciendo su pareja en las redes sociales”.
- En la encuesta, plantear la pregunta #19 en forma de frase, “Usted le pide a su pareja la clave de sus redes sociales”.
- En la encuesta, plantear la pregunta #20 en forma de frase, “Usted le pide a su pareja el celular para revisarlo”.

- En la encuesta, plantear la pregunta #21 en forma de frase, “Usted siente la necesidad de revisar el perfil social de su pareja”.
- En la encuesta, plantear la pregunta #22 en forma de frase, “Usted diría que ha acosado a su pareja por medio de las redes sociales”.

En tercer lugar, se consultó al profesor Jorge Ezenarro, quien es Licenciado en Educación, mención Pedagógica en la Universidad Católica Andrés Bello, el cual dicta en la Escuela de Comunicación Social las materias de: Metodología, Estadística, Seminario I y II e Investigación Publicitaria. Los comentarios que sugirió sobre los instrumentos de investigación fueron los siguientes:

- Eliminar la pregunta #3 de la encuesta, debido a que no hace falta especificar la universidad de procedencia de los estudiantes.
- En la pregunta #4 de la encuesta, eliminar la opción de respuesta “Pedir comida a domicilio”.
- Modificar pregunta #5 de la encuesta a: “¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales en tu tiempo libre?”.
- Agregar “casi nunca” a las opciones de respuesta de las preguntas #5, #6 y #18 de la encuesta.
- Modificar opciones de respuesta de las preguntas de la encuesta #8, #16, #17, #19, #20, #21 y #22 a: siempre, frecuentemente, poco frecuente y nunca.
- Modificar las opciones de respuesta de las preguntas #12, #13 y #15 de la encuesta a una enumeración del uno (1) al seis (6), donde uno represente totalmente en desacuerdo y seis totalmente en acuerdo.
- En la pregunta #16 correspondiente a la encuesta, plantear de manera indirecta la interrogante: ¿Tu pareja respeta la privacidad de tus redes sociales?.
- En la pregunta #19 correspondiente a la encuesta, plantear de manera indirecta la interrogante: ¿Tu pareja te pide la clave de tus redes sociales?.

- En la pregunta #20 correspondiente a la encuesta, plantear de manera indirecta la interrogante: ¿Tu pareja revisa tu celular?.
- En la pregunta #22 correspondiente a la encuesta, modificar la interrogante: ¿Tú estás pendiente de lo que publica tu pareja?.
- Utilizar la segunda persona en las preguntas.
- La pregunta #10 de la entrevista resulta ser muy general, se debe especificar en un valor como la “lealtad”.
- Agregar la interrogante “¿Por qué?” En todas las preguntas directas de la entrevista.
- Reducir la cantidad de preguntas de la entrevista debido a que ocupará mucho tiempo.

4.7.3 *Ajuste del instrumento*

De acuerdo con las sugerencias realizadas por los expertos, se tomaron en cuenta algunas recomendaciones y se realizaron algunas modificaciones personales. A continuación se presenta la encuesta y la entrevista en su versión final:

4.7.3.1 *Encuesta (versión final)*

La información recolectada en el siguiente instrumento es totalmente anónima y con fines académicos, para que pueda optar por el título de Licenciada en Comunicación Social de la UCAB.

A continuación se presentan 30 preguntas, de respuesta simple o múltiple según sea el caso. Lea cuidadosamente cada una y marque con una “X” la opción de su preferencia. Por favor conteste todas las preguntas que se presentan.

1. Sexo:

Femenino__

Masculino__

2. ¿Qué edad tienes?

Menos de 18__

18-21 años__

22-25 años__

26-30 años__

3. ¿A qué actividades dedicas tu tiempo libre? (Puedes seleccionar más de una opción)

Ver televisión__

Chatear con amigos y familiares__

Escuchar música__

Leer__

Viajar__

Descansar, dormir__

Ir al teatro__

Ir al cine__

Pasar tiempo en pareja__

Hacer tareas del hogar__

Tomar bebidas alcohólicas__

Jugar videojuegos__

Ir a rumbear__

Salir a reuniones__

Otros__

4. ¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales en tu tiempo libre?

Todo el tiempo__

La mayor parte del tiempo__

La mitad del tiempo__

Menos de la mitad del tiempo__

Casi nunca__

Nunca__

A continuación se presentan una serie de preguntas relacionadas a las redes sociales.

5. ¿Interactúas con sus contactos por medio de las redes sociales?

Todo el tiempo__

La mayor parte del tiempo__

La mitad del tiempo__

Menos de la mitad del tiempo__

Casi nunca__

Nunca__

6. ¿Por medio de qué dispositivos ingresas a las redes sociales?

Teléfono móvil__

Tablet__

Computadora, laptop__

7. ¿Ingresar a las redes sociales es uno de los mayores usos que le das a tu dispositivo?

Siempre__

Frecuentemente__

Poco frecuente__

Nunca__

8. ¿Qué red social te gusta más?

WhatsApp__ Snapchat__

Facebook__ Twitter__

Instagram__ Pinterest__

Telegram__ Otra__ ¿Cuál? :_____

9. ¿Qué funciones de las redes sociales te generan interés? (Puedes seleccionar más de una opción).

Chatear__ Publicar historias__

Mantenerse al día con las noticias__ Comentar publicaciones__

Encontrar contenido entretenido__ Publicar estados__

Compartir fotos y videos__ Otro__ ¿Cuál? :_____

10. ¿Con qué tipo de personas interactúas por redes sociales?

Conocidos__

Desconocidos__

Ambos__

11. ¿Te consideras más sociable por las redes sociales que en persona? Rellene el círculo que considere (1: totalmente en desacuerdo y 6: totalmente de acuerdo).

1 2 3 4 5 6

12. ¿Los perfiles de redes sociales reflejan lo que las personas son realmente? Rellene el círculo que considere (1: totalmente en desacuerdo y 6: totalmente de acuerdo).

1 2 3 4 5 6

A continuación se presentan preguntas relacionadas a las relaciones de pareja, conteste en el caso de que tenga o haya tenido una relación de pareja.

13. ¿Alguna vez saliste con alguien que conociste por medio de las redes sociales?

Sí__

No__

14. ¿Confías en tu pareja? Rellene el círculo que considere (1: totalmente en desacuerdo y 6: totalmente de acuerdo).

1 2 3 4 5 6

15. ¿Tu pareja respeta la privacidad de tus redes sociales?

Siempre__

Frecuentemente__

Poco frecuente__

Nunca__

16. ¿Las redes sociales permiten expresar el amor que sientes hacia tu pareja? Rellene el círculo que considere (1: totalmente en desacuerdo y 6: totalmente de acuerdo).

1 2 3 4 5 6

17. ¿Las redes sociales permiten una mejor comunicación con tu pareja? Rellene el círculo que considere (1: totalmente en desacuerdo y 6: totalmente de acuerdo).

1 2 3 4 5 6

18. ¿Por las redes sociales es más fácil expresarle algo a tu pareja que en el cara a cara? Rellene el círculo que considere (1: totalmente en desacuerdo y 6: totalmente de acuerdo).

1 2 3 4 5 6

19. ¿Las redes sociales permiten expresar sentimientos y emociones sin temor al rechazo? Rellene el círculo que considere (1: totalmente en desacuerdo y 6: totalmente de acuerdo).

1 2 3 4 5 6

20. ¿Has sentido celos por el tipo de contenido que sube tu pareja en las redes sociales? Rellene el círculo que considere (1: totalmente en desacuerdo y 6: totalmente de acuerdo).

1 2 3 4 5 6

21. ¿Has sentido incomodidad por el tiempo que tu pareja le dedica a las redes sociales?

Siempre__

Frecuentemente__

Poco frecuente__

Nunca__

22. ¿Tienes constantes discusiones con su pareja a través de las redes sociales?

Siempre__

Frecuentemente__

Poco frecuente__

Nunca__

23. ¿Sientes la necesidad de saber qué está haciendo tu pareja en las redes sociales?

Todo el tiempo__

La mayor parte del tiempo__

La mitad del tiempo__

Menos de la mitad del tiempo__

Casi nunca__

Nunca__

24. ¿Tu pareja te pide la clave de tus redes sociales?

Siempre__

Frecuentemente__

Poco frecuente__

Nunca__

25. ¿Tu pareja revisa tu celular?

Siempre__

Frecuentemente__

Poco frecuente__

Nunca__

26. ¿Has sentido la necesidad de revisar el perfil social de tu pareja?

Siempre__

Frecuentemente__

Poco frecuente__

Nunca__

27. ¿Estás pendiente de lo que publica tu pareja en las redes sociales?

Siempre__

Frecuentemente__

Poco frecuente__

Nunca__

28. ¿Las redes sociales pueden deteriorar las relaciones de pareja? Rellene el círculo que considere (1: totalmente en desacuerdo y 6: totalmente de acuerdo).

1 2 3 4 5 6

29. ¿Las redes sociales generan malentendidos con tu pareja? Rellene el círculo que considere (1: totalmente en desacuerdo y 6: totalmente de acuerdo).

1 2 3 4 5 6

30. ¿Has terminado relaciones a causa de las redes sociales?

Siempre__

Frecuentemente__

Poco frecuente__

Nunca__

4.7.3.2 *Entrevista (versión final)*

- Presentación (15 minutos):

Mi nombre es Daniuska Veracierta, el propósito de la siguiente investigación es cumplir con el requisito de Trabajo de Grado, para la obtención del título universitario en la carrera de Comunicación Social de la UCAB. El trabajo consiste en una investigación de mercado a través de encuesta y entrevista para determinar la influencia que tienen las redes sociales en las relaciones de pareja de estudiantes universitarios de la UCAB, UCV y USB.

A continuación serán realizadas una serie de preguntas totalmente anónimas.Las respuestas proporcionadas serán únicamente utilizadas con fines académicos.

Para comenzar la entrevista quisiera que me hablaras sobre ti: ¿Qué edad tienes? ¿Estudias actualmente? ¿En qué universidad estudias?

Háblame de las relaciones de pareja que has tenido: ¿Cuántas parejas has tenido? ¿Actualmente tienes pareja?

- Redes sociales (15 minutos):

1. Menciona lo primero que se te venga a la mente cuando piensas en redes sociales

2. ¿Qué opinas de las redes sociales?

3. ¿Por qué usas las redes sociales?

4. ¿Cuál es tu expectativa con respecto a las redes sociales?

5. ¿Qué funciones considera útiles de las redes sociales?

6. Menciona todas las redes sociales que te gustan

7. ¿Qué red social usas diariamente? ¿Por qué?

8. ¿Cuántas veces frecuentas las redes sociales diariamente?

9. ¿Cuánto tiempo le dedicas a las redes sociales diariamente?

10. ¿Alguna vez te sentiste decepcionado por las redes sociales? ¿Por qué?

- Valores (5 minutos):

11. ¿Qué valores aplican en su vida?

12. ¿Qué significa para ti la lealtad?

- Relaciones de pareja (20 minutos):

13. ¿Qué rol juegan las redes sociales en una relación de pareja?

14. Menciona las redes sociales que usas para comunicarte con tu pareja

15. ¿Qué utilidad le das a las redes sociales en una relación de pareja?

16. ¿Cuáles son las ventajas de las redes sociales en una relación de pareja?

17. ¿Cuáles son las desventajas de las redes sociales en una relación de pareja?

18. ¿Consideras que tener una relación de pareja implica tener poca privacidad al exponerte a las redes sociales?

4.8 *Criterios de análisis*

Entre los criterios de análisis establecidos en la encuesta, se debe tener en cuenta que en las preguntas de selección múltiple se estableció cada categoría de respuesta por separado, cuya respuesta puede ser “sí” o “no”. Se le asignó el código 1 en caso de que la respuesta sea contestada y el número 2 en caso de que la respuesta no sea contestada.

Por otro lado, las preguntas abiertas se agruparon en categorías en base a la similitud. Sin embargo, aquellas respuestas que poseen una frecuencia de 3 o menos se denomina “otros”.

En las preguntas de selección simple, se utilizó para cada categoría de respuesta una misma columna. En la que se asignó un número o código distinto a cada respuesta o categoría de respuesta predeterminada.

Entre los criterios de análisis establecidos para las entrevistas, se utilizó la matriz que se muestra a continuación para efectuar el vaciado de las respuestas:

Tabla #5: *Ejemplo de matriz de las entrevistas.*

Preguntas	**Estudiante #1**	**Estudiante #2**	**Estudiante #3**	**Estudiante #4**	**Estudiante #5**	**Estudiante #6**

A partir de ella, se plasman las preguntas en la primera columna y las respuestas de los estudiantes de las distintas casas de estudio, en las demás columnas.

4.9 *Procesamiento*

Para el procesamiento de los resultados se utilizó el programa IBM SPSS Statistics. El cual permite abordar “todo el proceso analítico: planificación, colección de datos, análisis, presentación de informes e implementación”. (IBM, s.f., para. 3).

En SPSS Statistics se realizó el vaciado de cada una de las encuestas de los 180 estudiantes. Posteriormente se obtuvo gráficos de barra y tablas de frecuencia, los cuales fueron analizados.

4.10 *Limitaciones*

Durante el desarrollo de la investigación del Trabajo de Grado se presentaron algunas limitaciones:

La presencia de eventos socio-políticos de carácter masivo en la región capital dificultó la realización del segundo instrumento de investigación, las entrevistas. En consecuencia de las mismas, se dificultó a su vez establecer contacto con expertos y profesores útiles para el desarrollo de la investigación.

Por otro lado, en ocasiones los estudiantes no poseían suficiente tiempo para realizar la entrevista y la encuesta ya que debían cumplir con sus responsabilidades dentro del campus y con horarios académicos preestablecidos.

V. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

5.1 *Resultados del primer instrumento (encuesta)*

A continuación se presentan los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a 180 estudiantes de pregrado de la UCAB, USB y UCV ubicadas en Caracas, Venezuela.

En primer lugar, de los 180 estudiantes que equivalen al 100% de la muestra, 58,3% de los encuestados fueron de sexo femenino y 41,7% de sexo masculino.

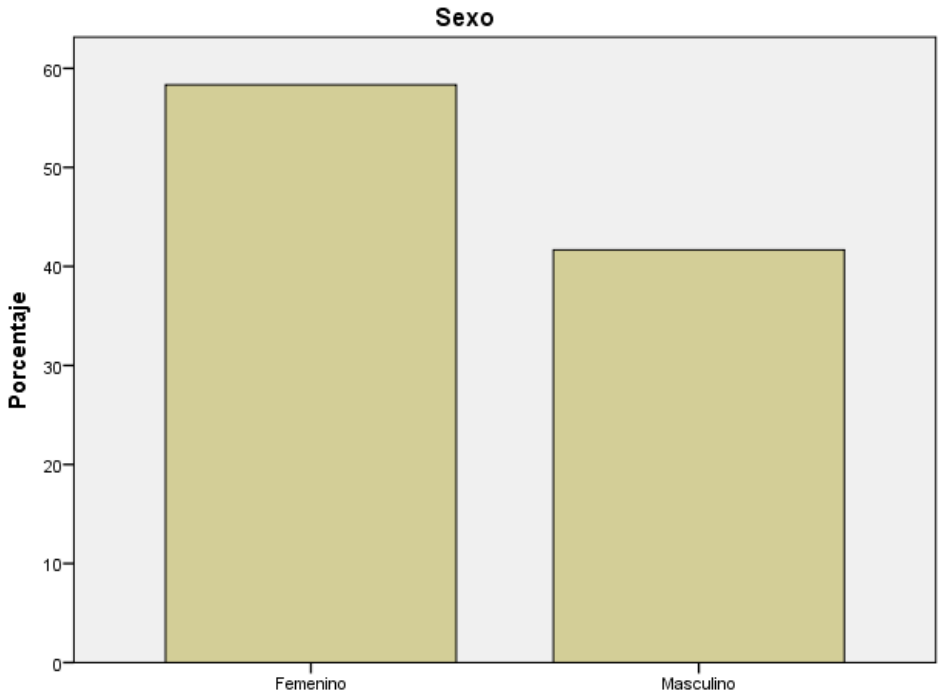

Figura #1: *sexo de los encuestados.*

(SPSS)

En relación a la edad, se pudieron observar los siguientes resultados: 57,2% de los encuestados tenían edades comprendidas entre 22 y 25 años, 36,1% entre 18 y 21 años y 6,7% entre 26 y 30 años de edad.

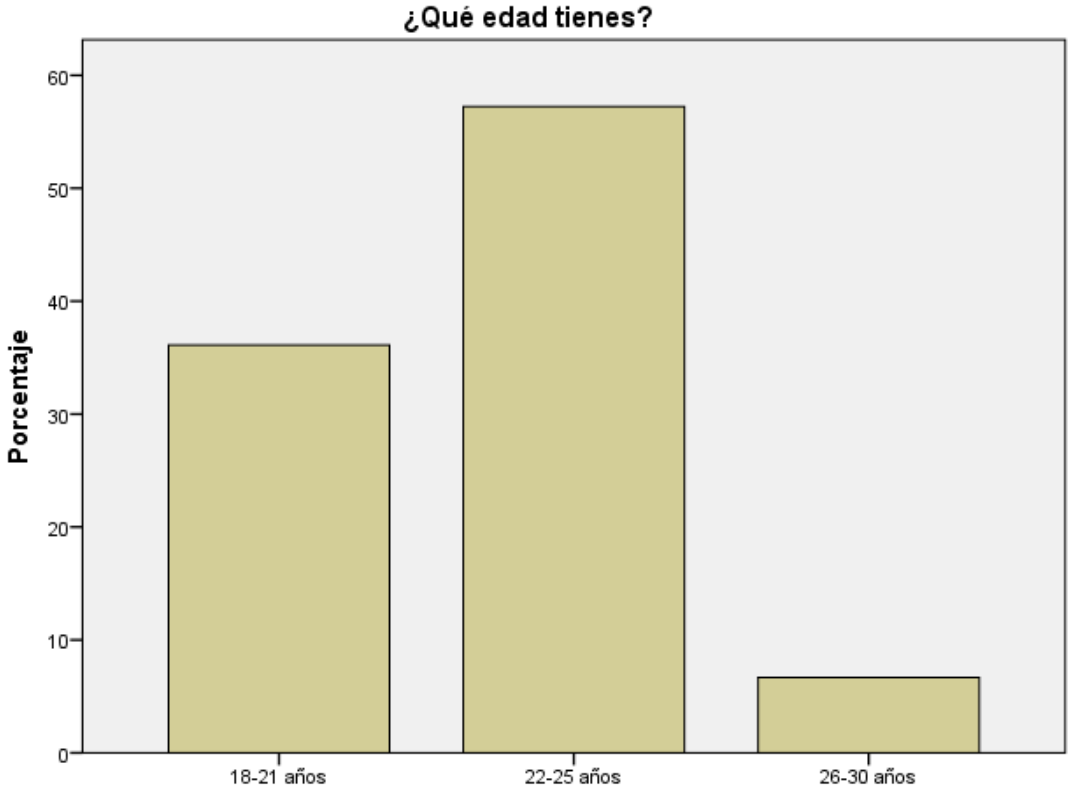

Figura #2: *¿Qué edad tienes?*

(SPSS)

A su vez, se determinaron las actividades que realiza un estudiante en su tiempo libre, en el estudio se obtuvo que: 71,1% de los encuestados dedica su tiempo libre a descansar y dormir, 66,1% a chatear con amigos y familiares, 65% a escuchar música, 52,8% a ver televisión, 44,4% a leer, 43,3% a salir a reuniones, 41,7% a ir al cine, 41,1% a pasar tiempo en pareja, 32,2% a hacer tareas del hogar, 27,8% a jugar videojuegos, 22,2% a tomar bebidas alcohólicas, 5,0 otros, 4,4% hacen deporte y 4,4% prefieren realizar actividades de entretenimiento.

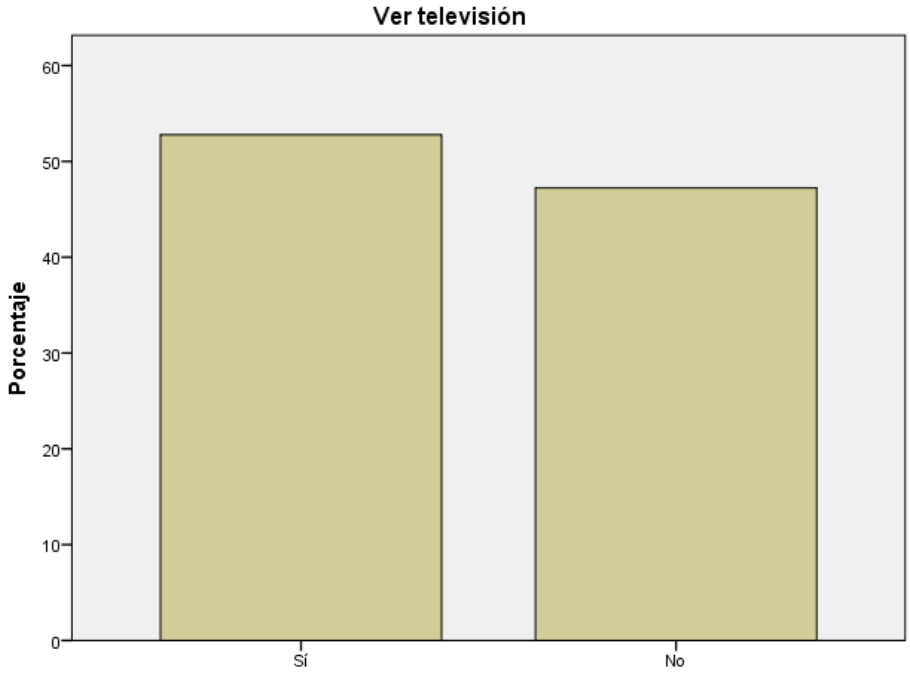

Figura #3: *Estudiantes que dedican su tiempo libre a ver televisión.*

(SPSS)

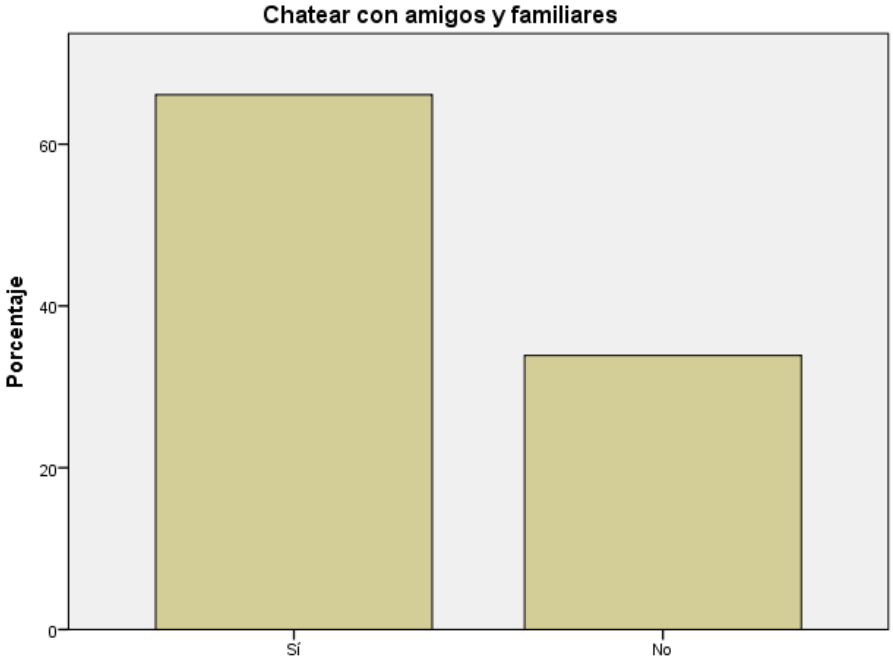

Figura #4: *Estudiantes que dedican su tiempo libre a chatear con amigos y familiares.*

(SPSS)

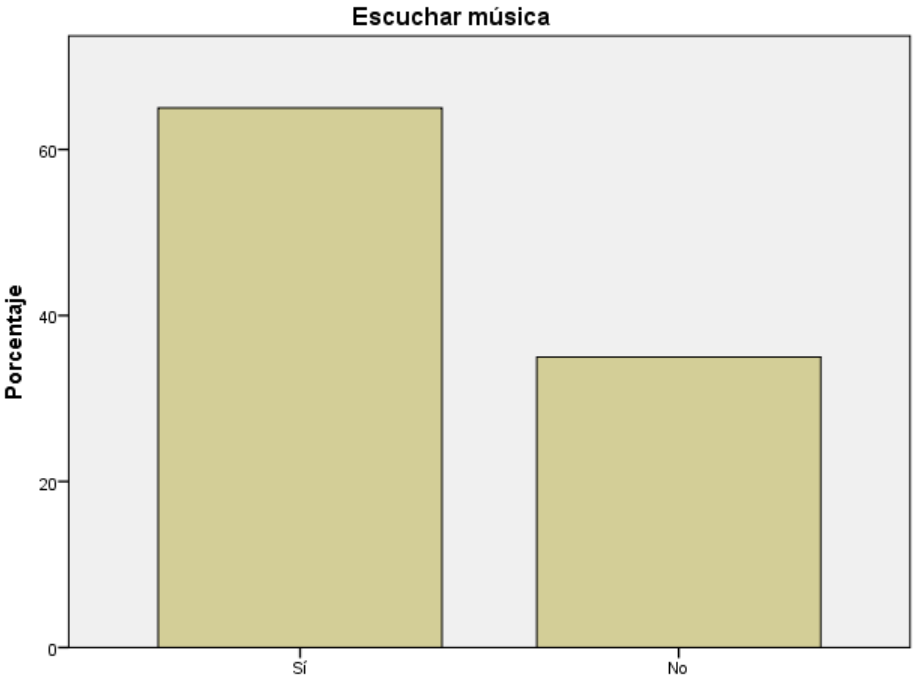

Figura #5: *Estudiantes que dedican su tiempo libre a escuchar música.*

(SPSS)

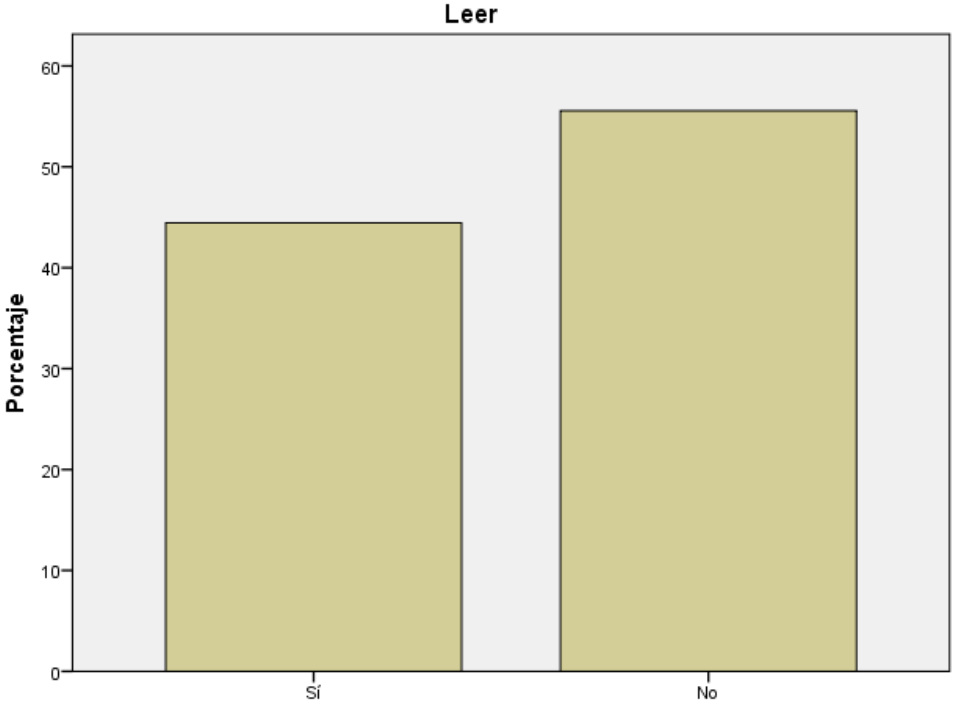

Figura #6: *Estudiantes que dedican su tiempo libre a leer.*

(SPSS)

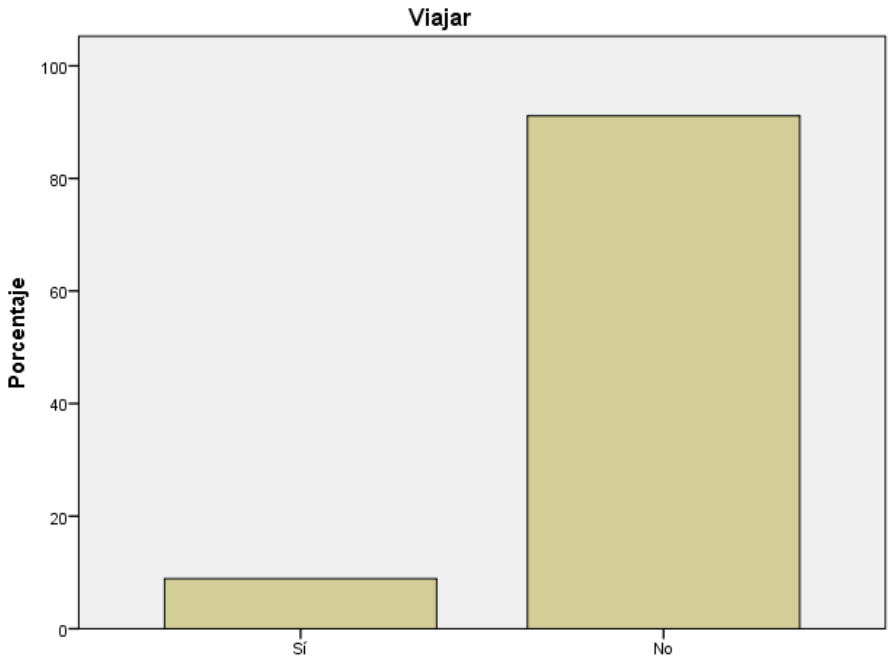

Figura #7: *Estudiantes que dedican su tiempo libre a viajar.*

(SPSS)

Figura #8: *Estudiantes que dedican su tiempo libre a descansar, dormir.*

(SPSS)

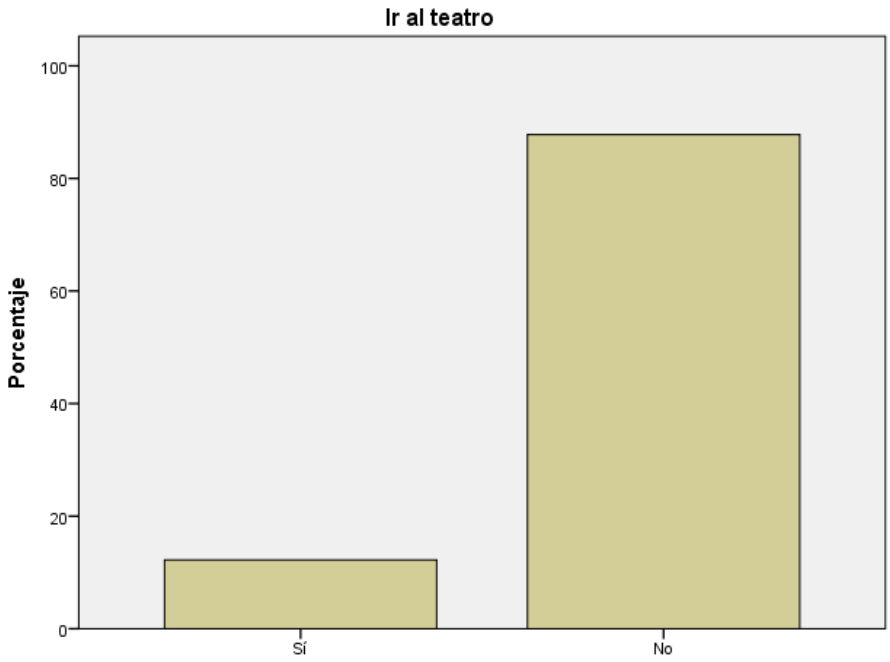

Figura #9: *Estudiantes que dedican su tiempo libre a ir al teatro.*

(SPSS)

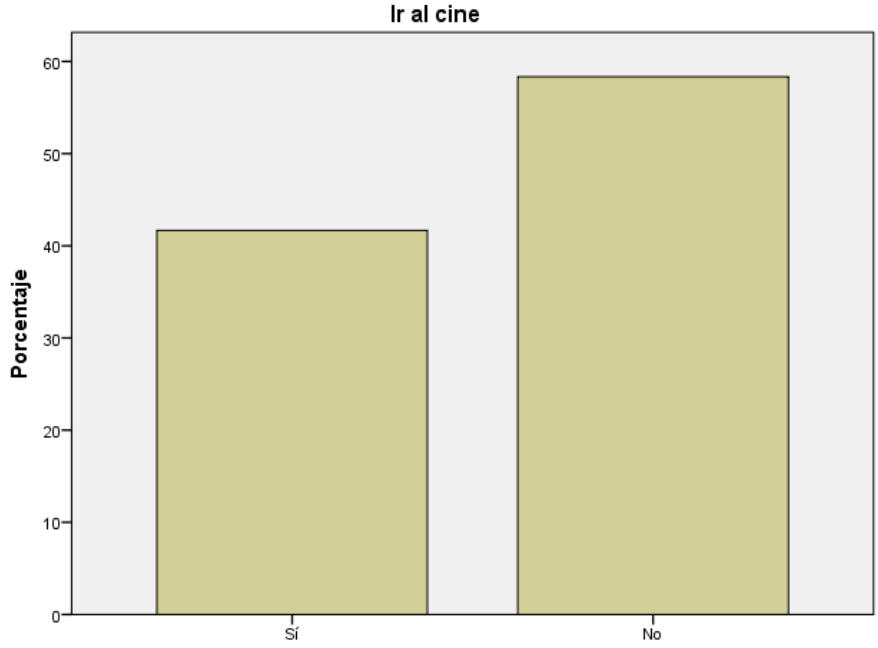

Figura #10: *Estudiantes que dedican su tiempo libre a ir al cine.*

(SPSS)

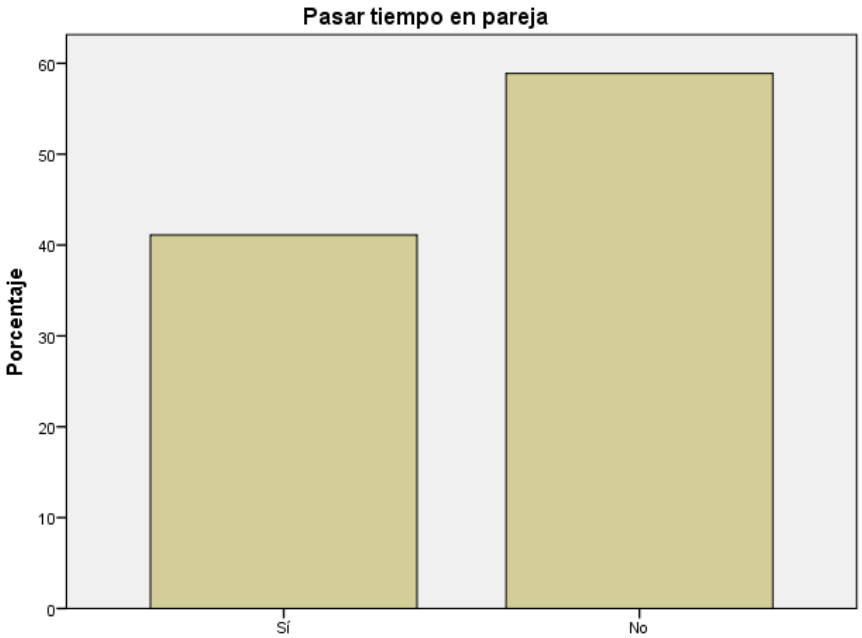

Figura #11: *Estudiantes que dedican su tiempo libre a pasar tiempo en pareja.*

(SPSS)

Figura #12: *Estudiantes que dedican su tiempo libre a hacer tareas del hogar.*

(SPSS)

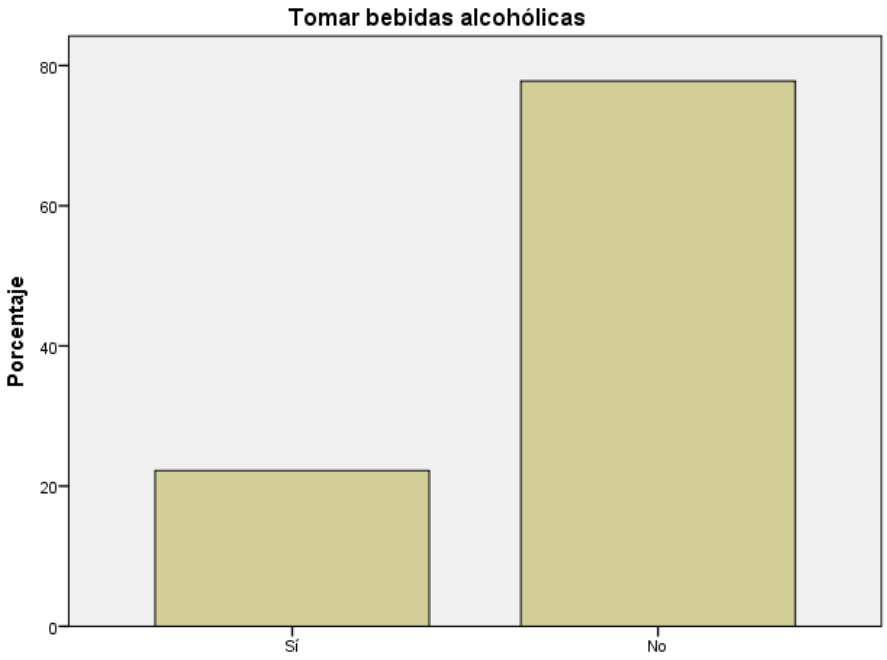

Figura #13: *Estudiantes que dedican su tiempo libre a tomar bebidas alcohólicas.*

(SPSS)

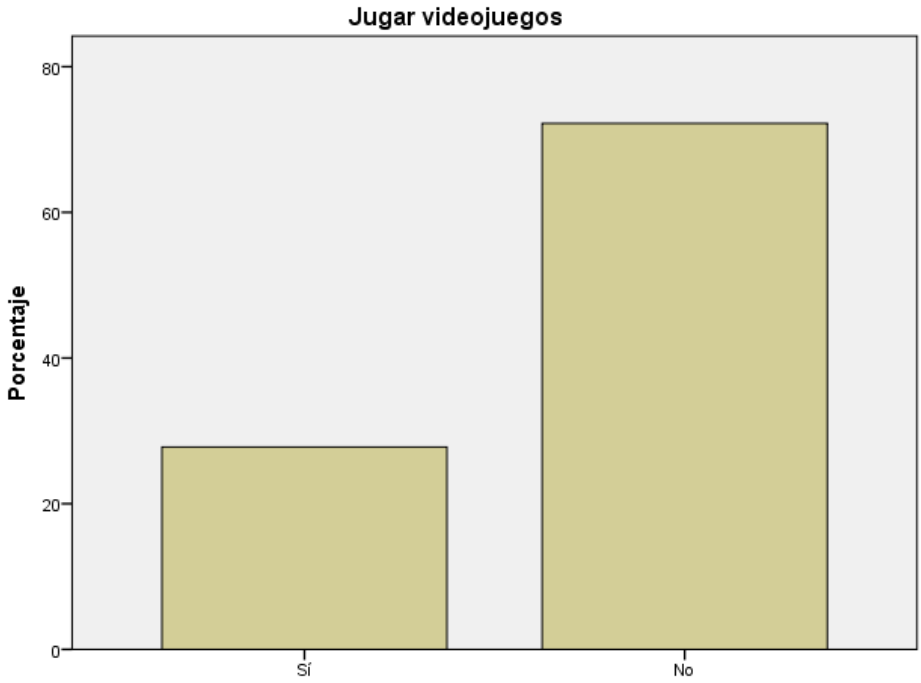

Figura #14: *Estudiantes que dedican su tiempo libre a jugar videojuegos.*

(SPSS)

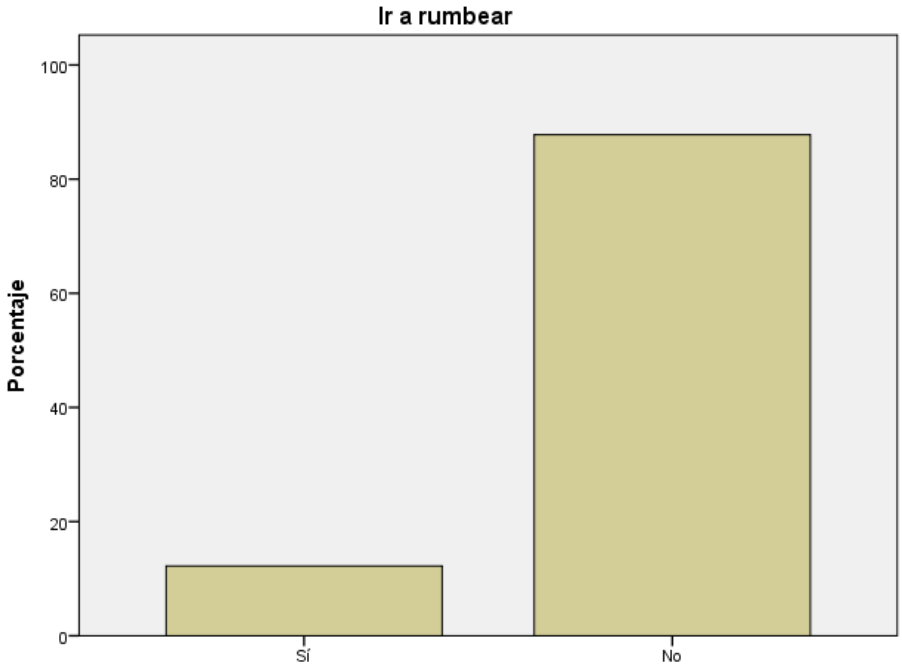

Figura #15: *Estudiantes que dedican su tiempo libre a ir a rumbear.*

(SPSS)

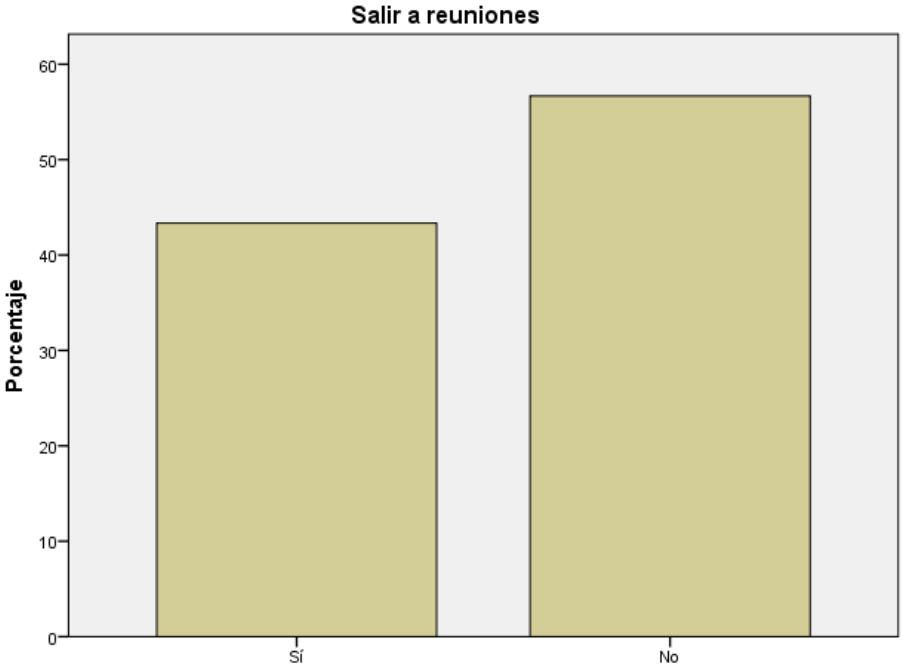

Figura #16: *Estudiantes que dedican su tiempo libre a salir a reuniones.*

(SPSS)

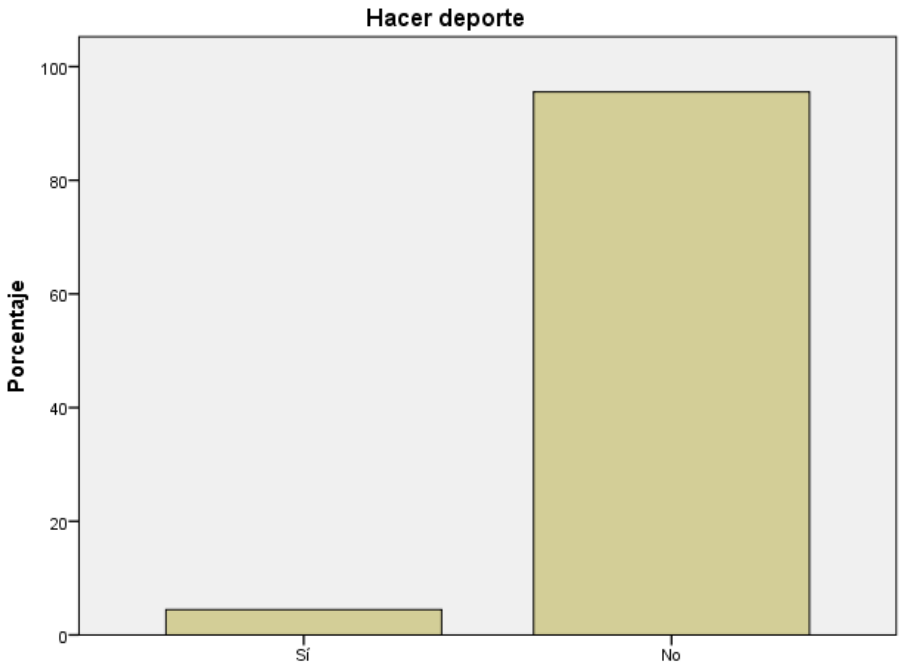

Figura #17: *Estudiantes que dedican su tiempo libre a hacer deporte.*

(SPSS)

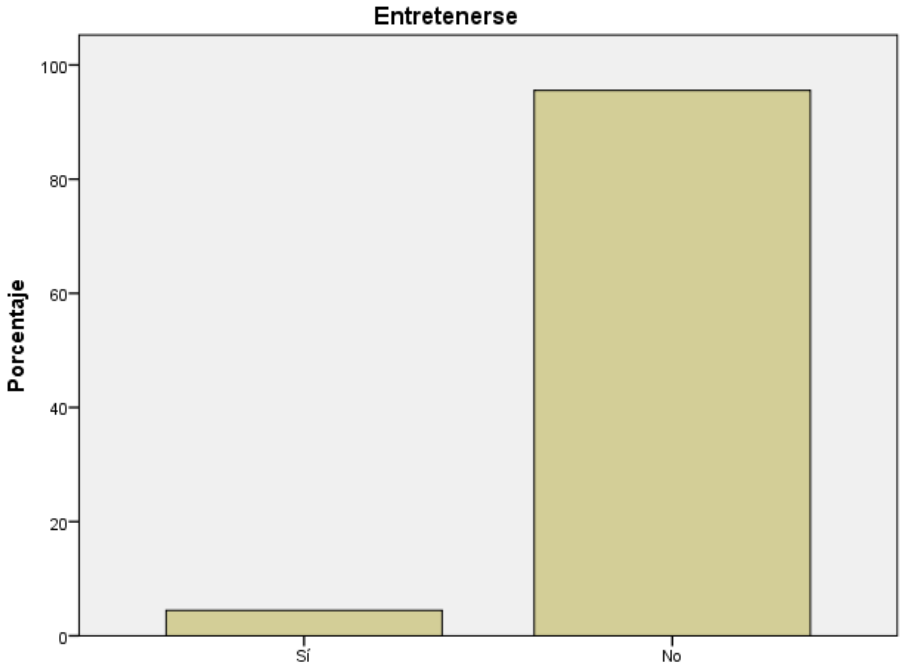

Figura #18: *Estudiantes que dedican su tiempo libre a entretenerse.*

(SPSS)

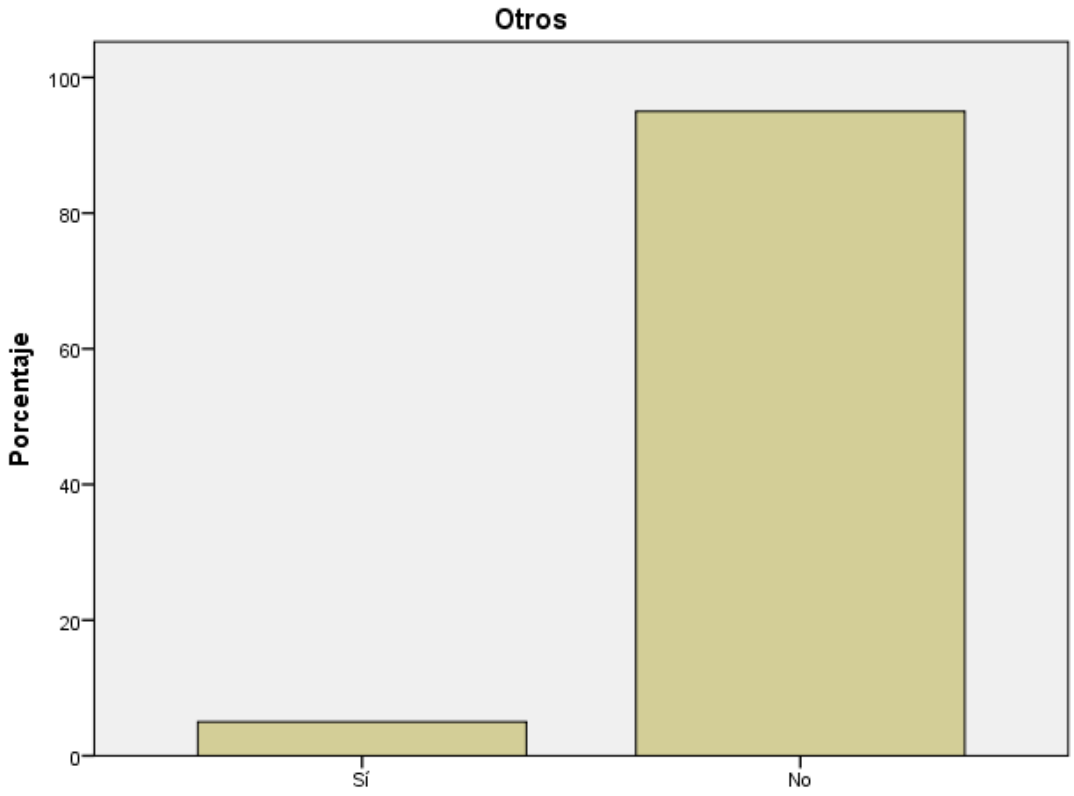

Figura #19: *Estudiantes que dedican su tiempo libre a otras actividades.*

(SPSS)

Se le preguntó a los estudiantes "¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales en tu tiempo libre?", y se arrojaron los siguientes resultados: 36,1% todo el tiempo, 36,1% la mayor parte del tiempo, 18,9% la mitad del tiempo, 6,1% menos de la mitad del tiempo y 2,8% casi nunca.

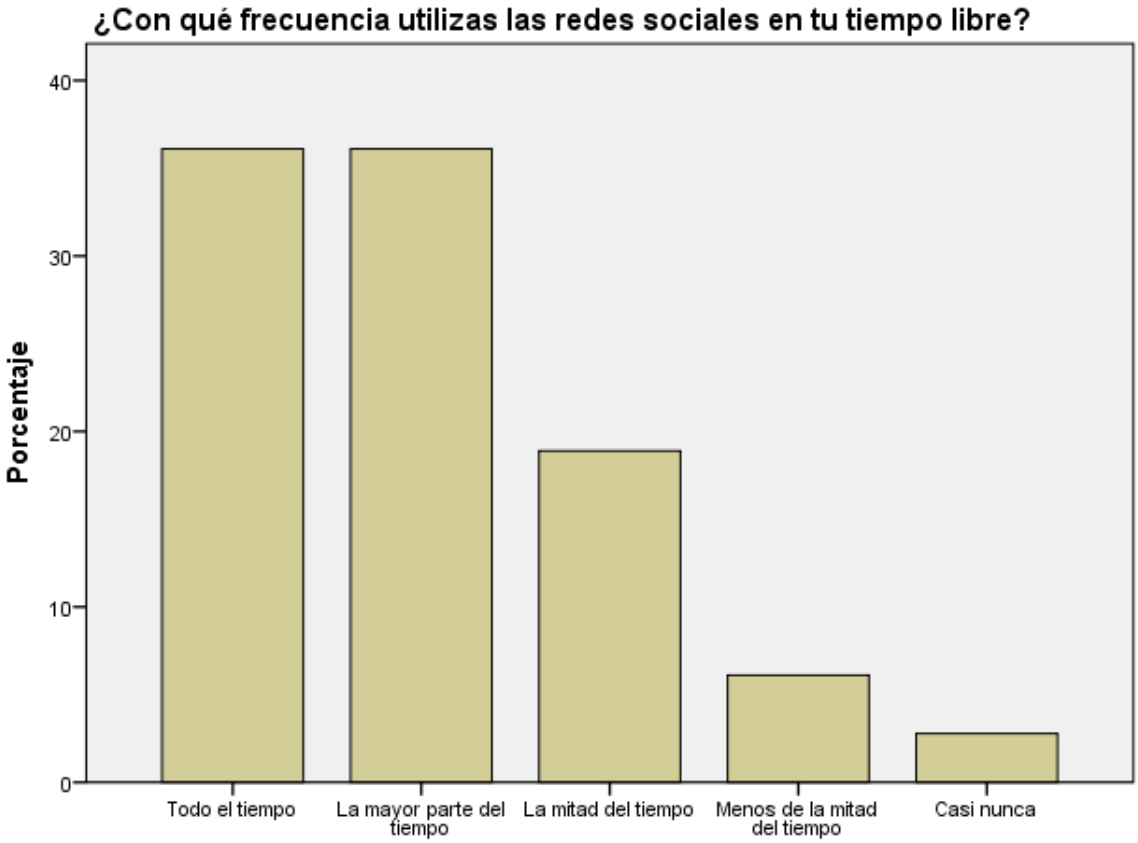

Figura #20: *¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales en tu tiempo libre?*

(SPSS)

Luego, en la sección sobre las redes sociales, se les preguntó "¿Interactúas con tus contactos por medio de las redes sociales?", y se arrojaron los siguientes resultados: 35% la mayor parte del tiempo, 31,1% todo el tiempo, 21,1% la mitad del tiempo, 8,3% menos de la mitad del tiempo y 4,4% casi nunca.

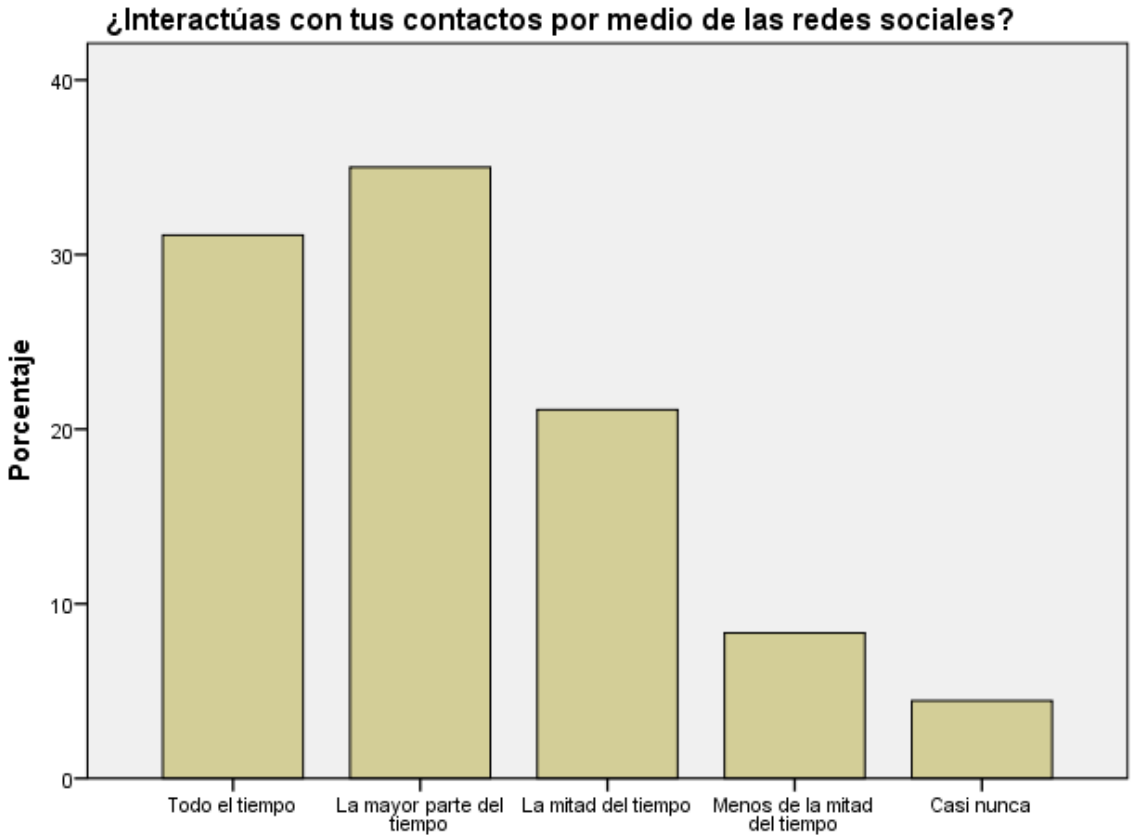

Figura #21: *¿Interactúas con tus contactos por medio de las redes sociales?*

(SPSS)

Asimismo, se determinó por medio de una pregunta de selección múltiple, que los dispositivos que usan los estudiantes para ingresar a las redes sociales fueron: 93,3% teléfonos móviles, 66,1% computadora o laptop y 22,8% Tablet.

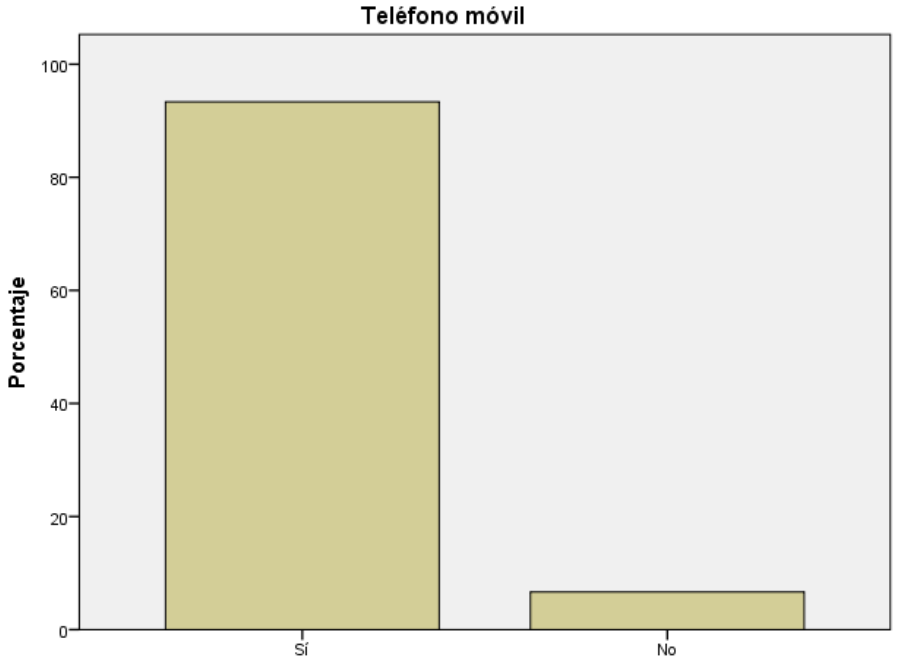

Figura #22: *Estudiantes que ingresan a las redes sociales por medio del teléfono móvil.*

(SPSS)

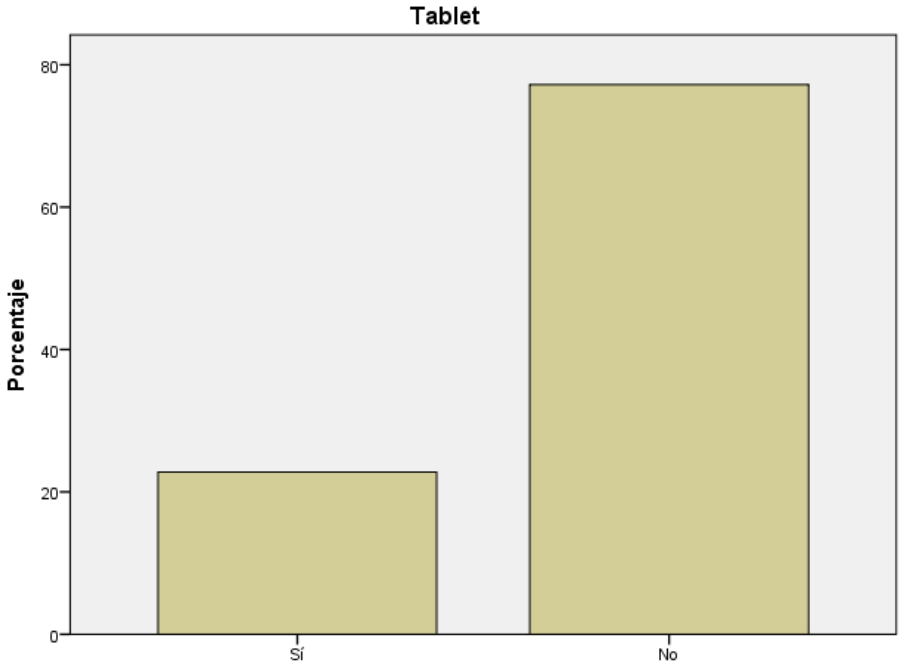

Figura #23: *Estudiantes que ingresan a las redes sociales por medio de la Tablet.*

(SPSS)

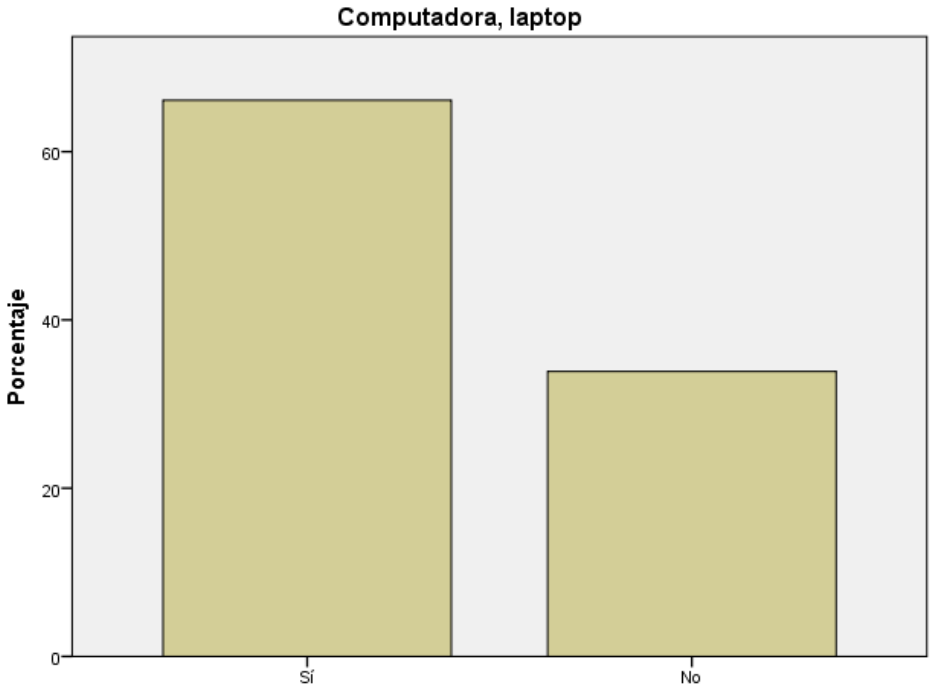

Figura #24: *Estudiantes que ingresan a las redes sociales por medio de computadora, laptop.*

(SPSS)

Se le preguntó a los estudiantes, en la sección de redes sociales, lo siguiente: "¿Ingresar a las redes sociales es uno de los mayores usos que le das a tu dispositivo?", se determinó que 50% frecuentemente, 42,8% siempre, 6,7% poco frecuente y 0,6% nunca.

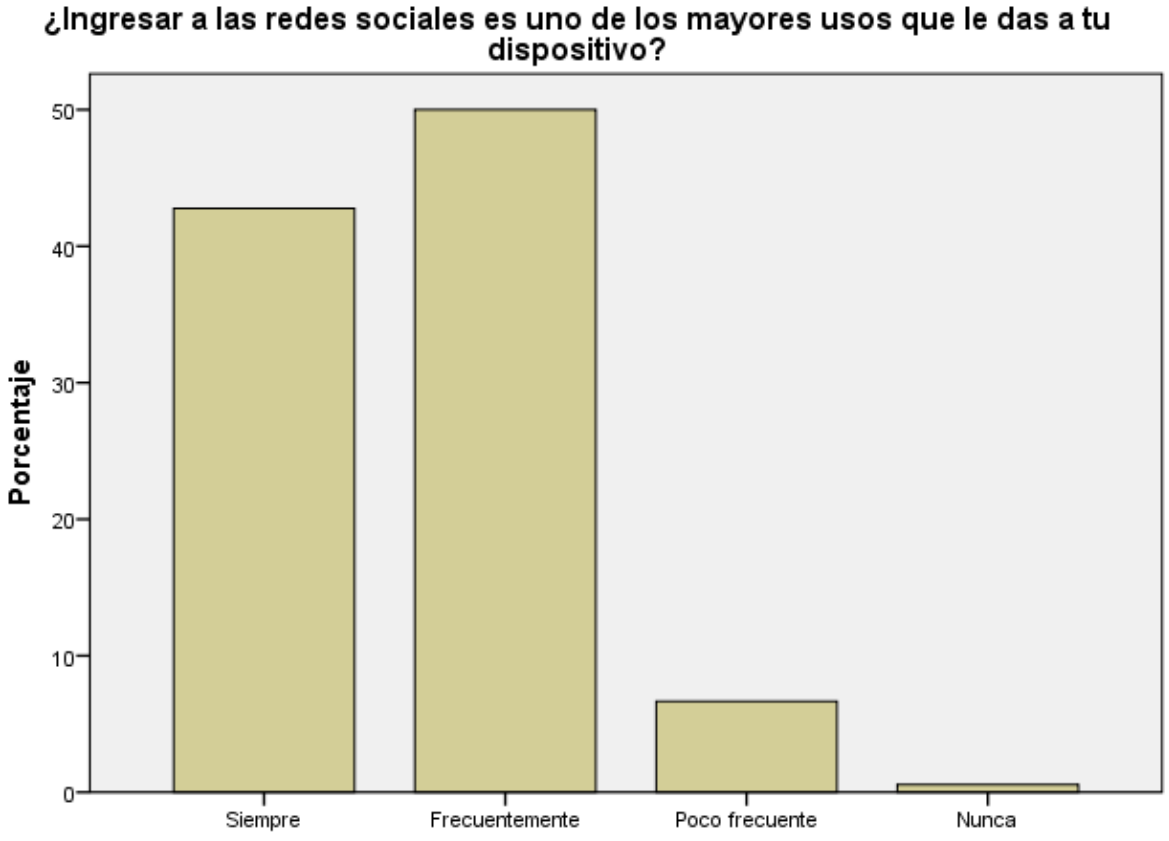

Figura #25: *¿Ingresar a las redes sociales es uno de los mayores usos que le das a tu dispositivo?*

(SPSS)

Asimismo se determinó que la red social que más les gusta a los estudiantes fue: 42,8% Instagram, 33,2% WhatsApp, 13,9% Facebook, 5,6% Twitter, 2,2% Snapchat, 1,1% Pinterest y 1,1% otros.

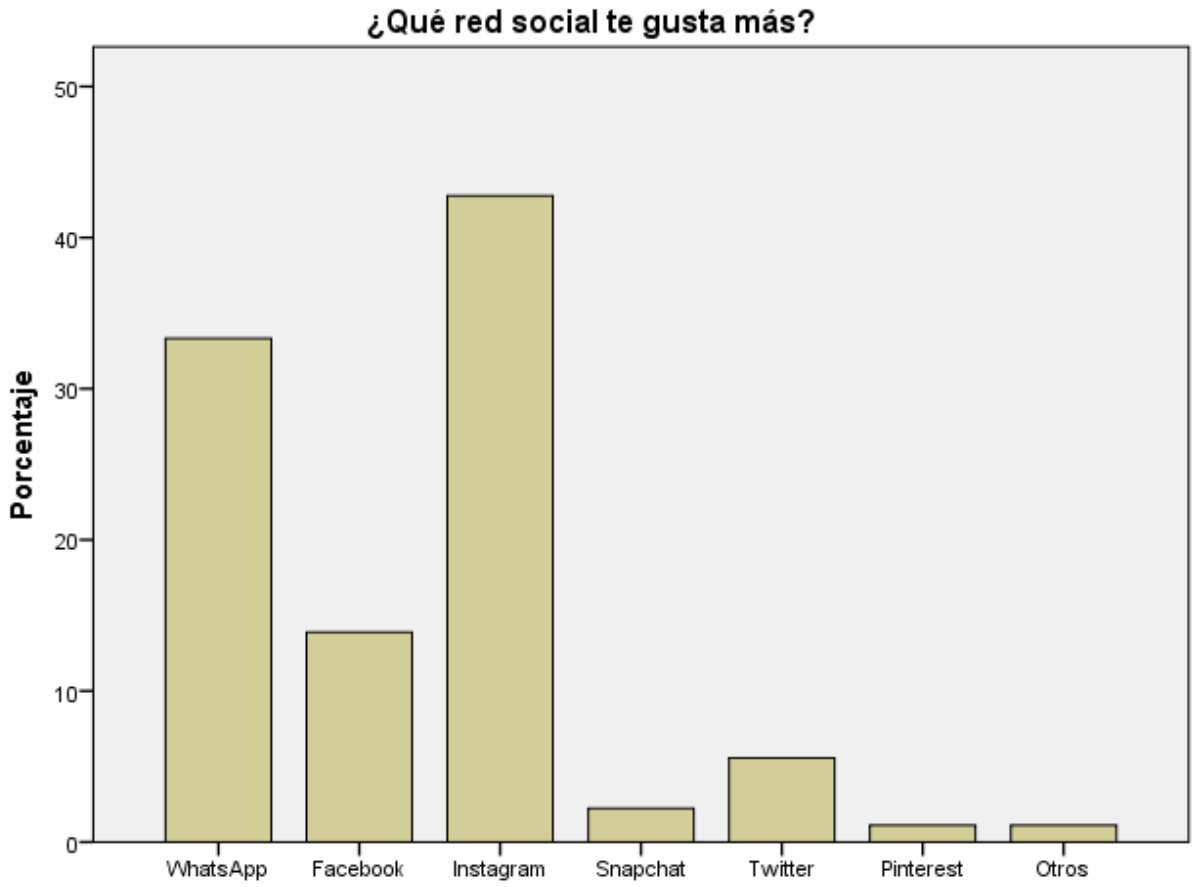

Figura #26: *¿Qué red social te gusta más?*

(SPSS)

Por otro lado, en la siguiente pregunta de selección múltiple, se plantearon las funciones de las redes sociales que más generan interés en los estudiantes universitarios y los resultados fueron los siguientes: 72,8% prefieren mantenerse al día con las noticias, 70% encontrar contenido entretenido, 65,6% chatear, 51,1% compartir fotos y videos, 16,1% publicar historias, 10,6% comentar publicaciones, 6,1% publicar estados y 1,1% otras funcionalidades.

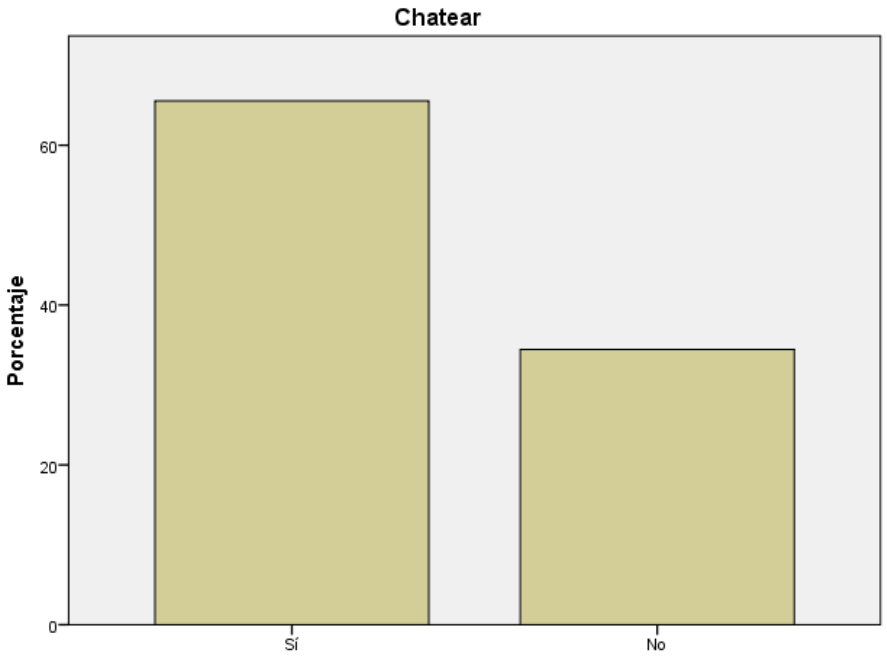

Figura #27: *Estudiantes a los que les genera interés la función de chatear en las redes sociales.*

(SPSS)

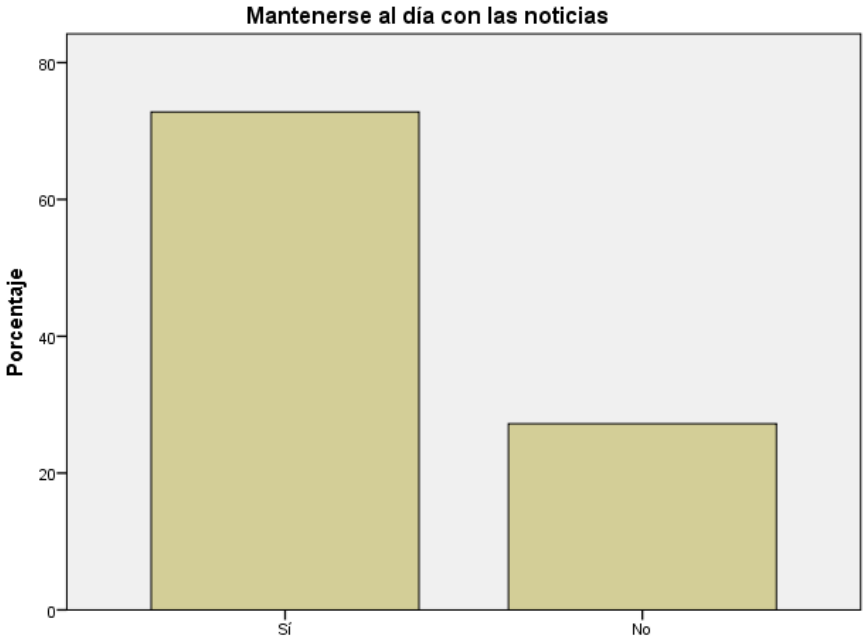

Figura #28: *Estudiantes a los que les genera interés la función de mantenerse al día con las noticias en las redes sociales.*

(SPSS)

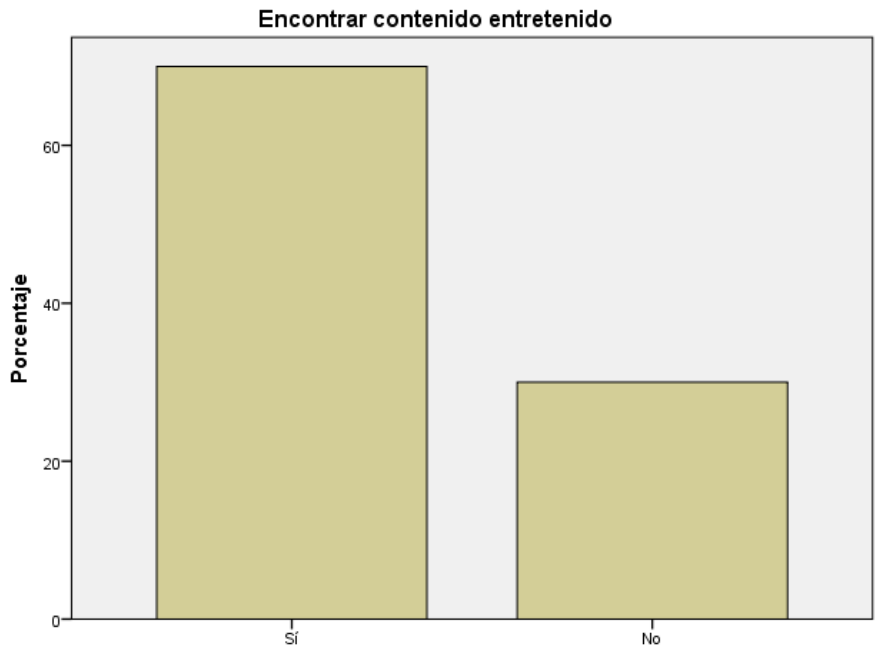

Figura #29: *Estudiantes a los que les genera interés la función de encontrar contenido entretenido en las redes sociales.*

(SPSS)

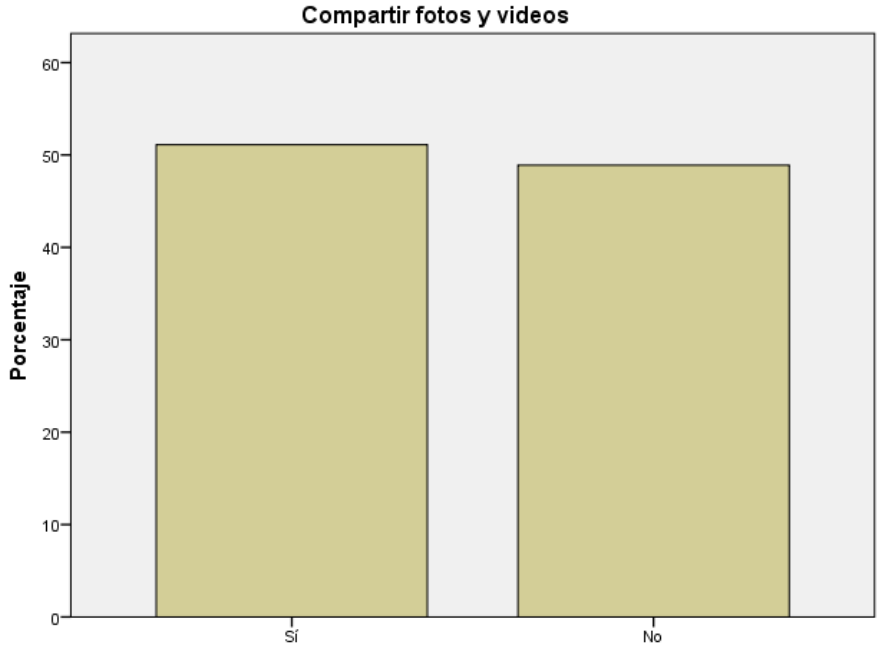

Figura #30: *Estudiantes a los que les genera interés la función de compartir fotos y videos en las redes sociales.*

(SPSS)

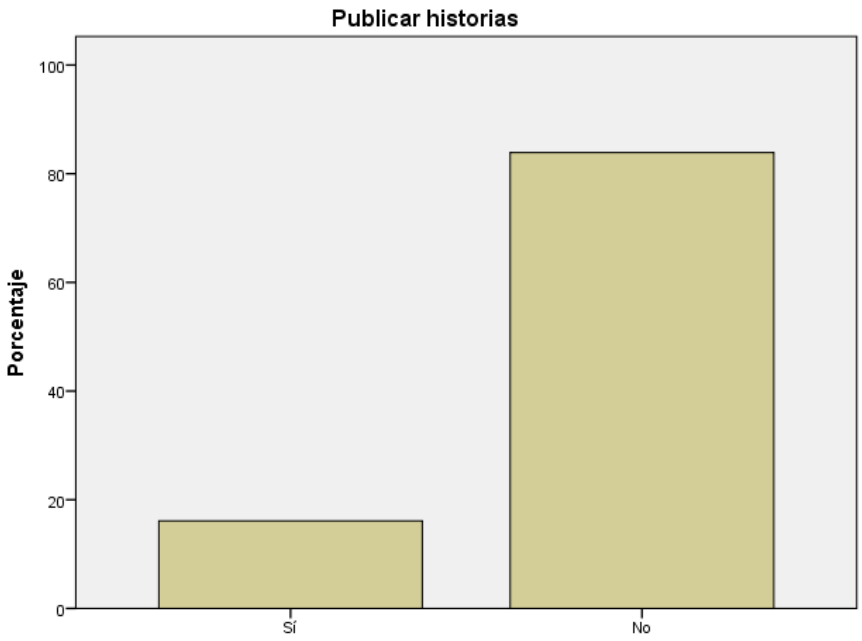

Figura #31: *Estudiantes a los que les genera interés la función de publicar historias en las redes sociales.*

(SPSS)

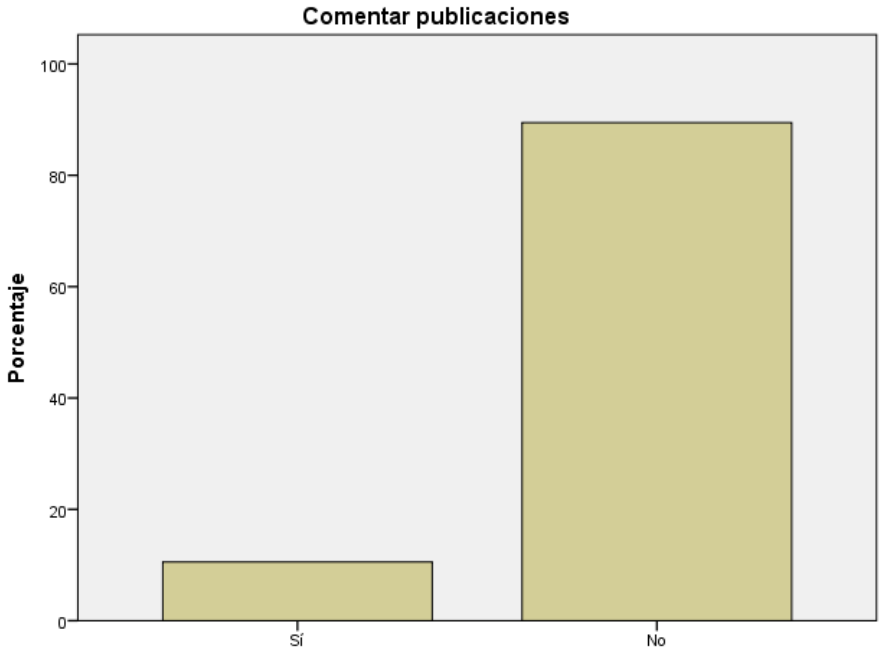

Figura #32: *Estudiantes a los que les genera interés la función de comentar publicaciones en las redes sociales.*

(SPSS)

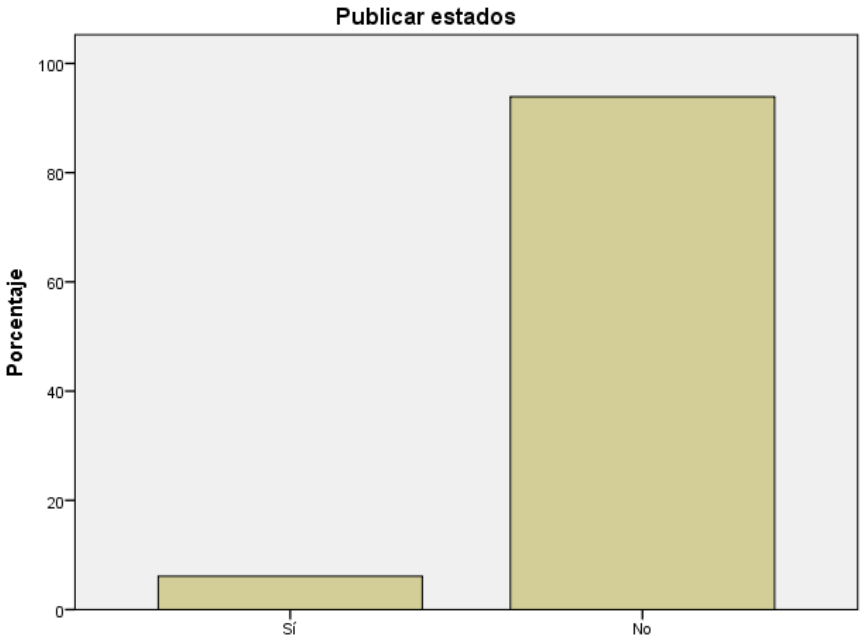

Figura #33: *Estudiantes a los que les genera interés la función de publicar estados en las redes sociales.*

(SPSS)

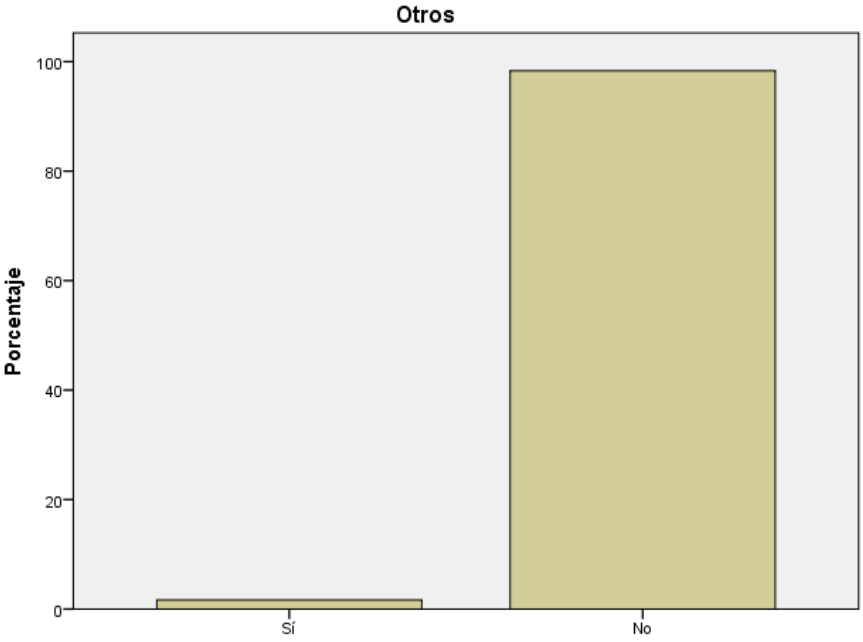

Figura #34: *Estudiantes a los que les genera interés la función de otros en las redes sociales.*

(SPSS)

La siguiente pregunta tiene el fin de establecer el tipo de personas con las que interactúa un estudiante por medio de las redes sociales, se obtuvo que: 72,8% establecen interacción con conocidos, 26,7% con ambos (con conocidos y desconocidos) y 0,6% con desconocidos.

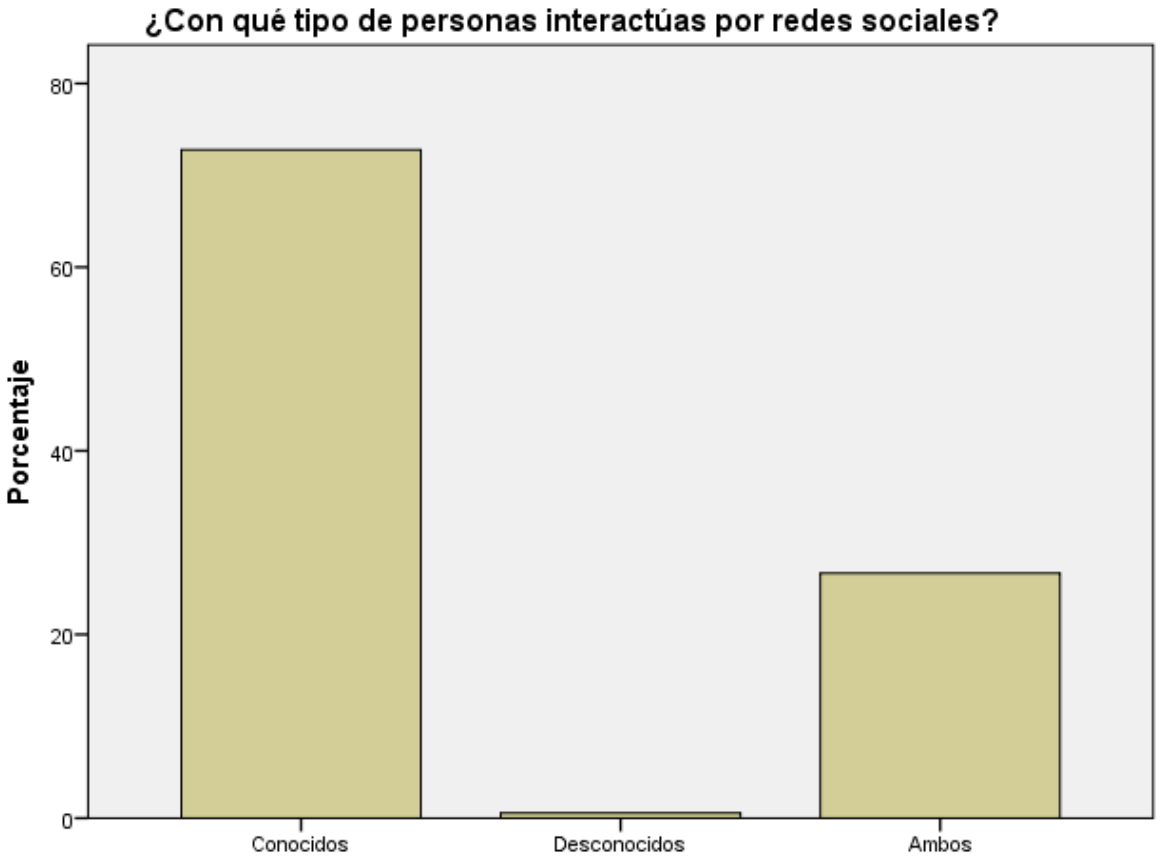

Figura #35: *¿Con qué tipo de personas interactúas por redes sociales?*

(SPSS)

Los encuestados respondieron a la siguiente pregunta: "¿te consideras más sociable por las redes sociales que en persona?", en una escala donde uno representa totalmente en desacuerdo y seis totalmente en acuerdo, se arrojaron los siguientes resultados: 28,9% están totalmente en desacuerdo, 23,9% se posicionan en la tercera

escala, 20% en la segunda escala, 15,6% en la cuarta escala, 6,1% están totalmente en acuerdo y 5,6% en la quinta escala.

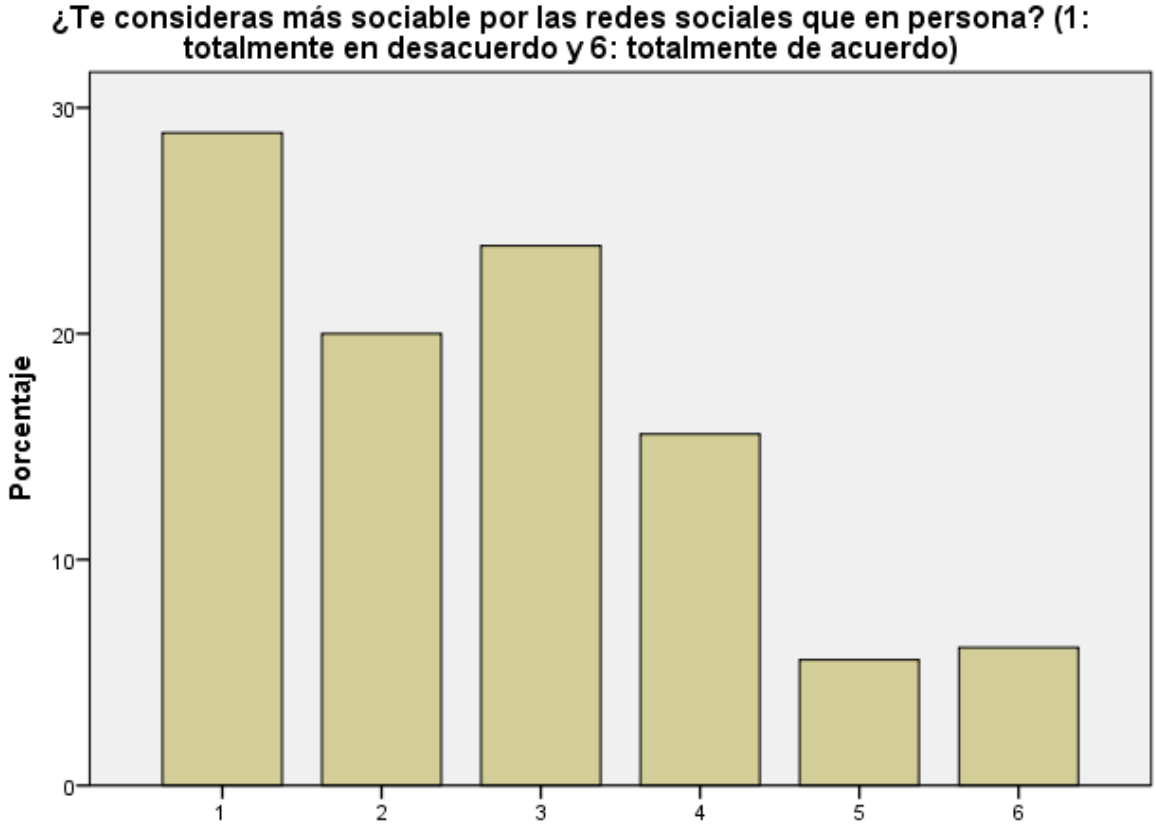

Figura #36: *¿Te consideras más sociable por las redes sociales que en persona?*

(SPSS)

Seguidamente, los encuestados respondieron a una pregunta relacionada a su opinión con respecto a los perfiles de redes sociales. Para determinar si consideran que reflejan lo que las personas son realmente. En una escala donde uno representa totalmente en desacuerdo y seis totalmente en acuerdo, se obtuvo lo siguiente: 27,8% de los encuestados seleccionaron la escala dos, 26,7% están totalmente en desacuerdo, 25% se posicionan en la escala tres, 10% en la escala cuatro, 5,6% en la escala cinco y 5% están totalmente de acuerdo.

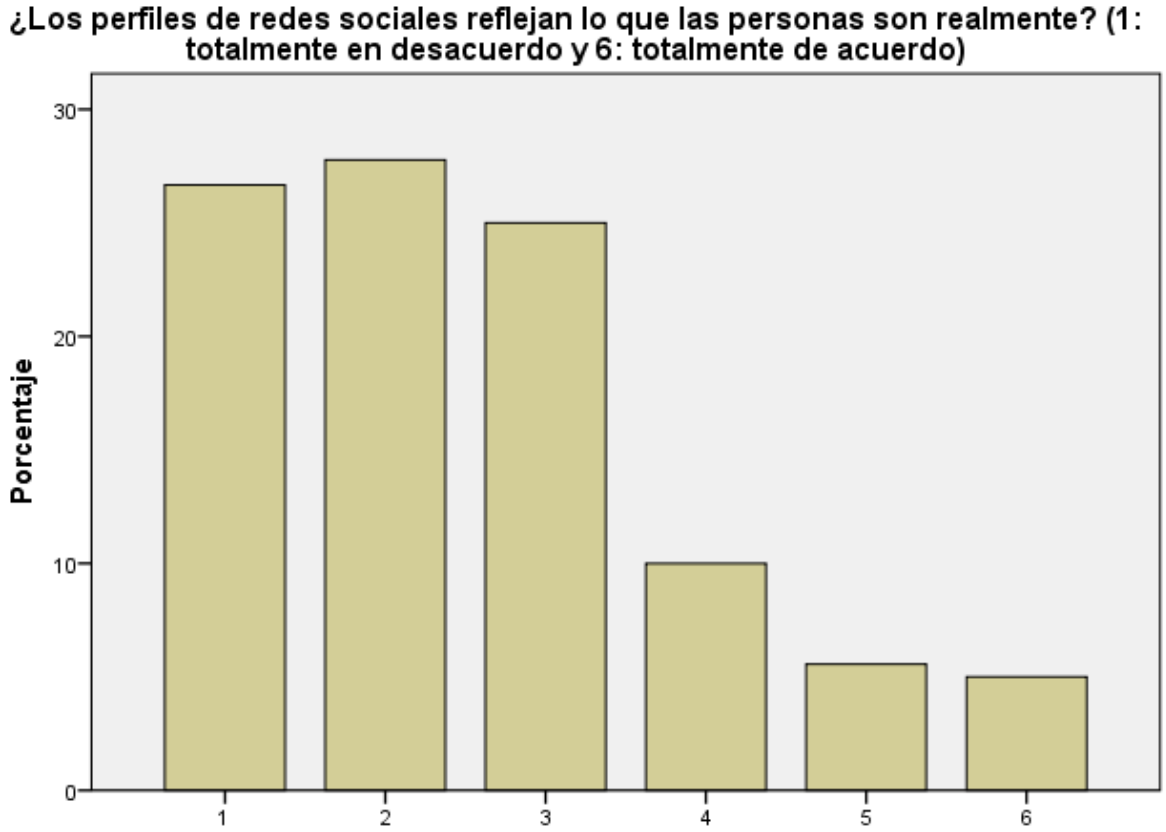

Figura #37: *¿Los perfiles de redes sociales reflejan lo que las personas son realmente?*

(SPSS)

En la sección de relaciones de pareja, se le pidió a los encuestados contestar en caso de que tengan o hayan tenido una relación de pareja. Siendo la primera pregunta "¿Alguna vez saliste con alguien que conociste por medio de las redes sociales?" en el que se arrojó que: 53,3% sí salieron y 46,7% no.

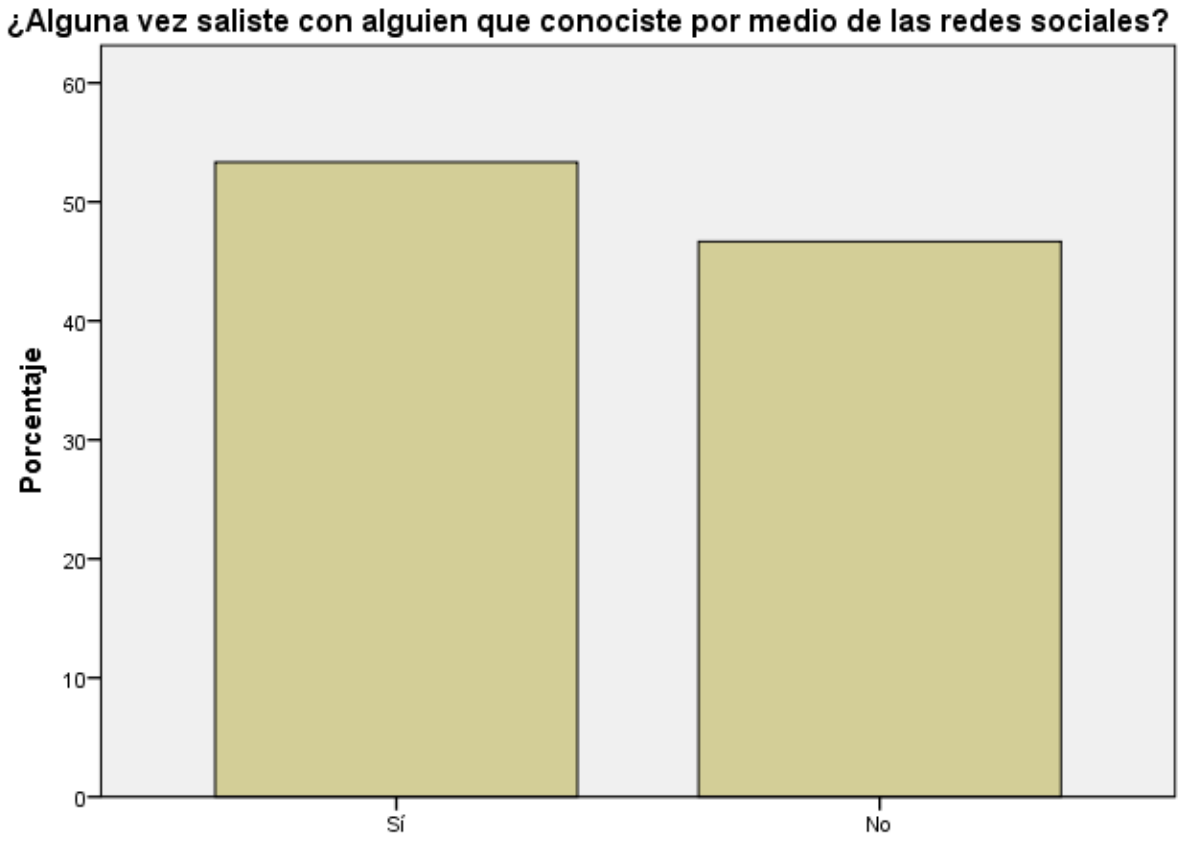

Figura #38: *¿Alguna vez saliste con alguien que conociste por medio de las redes sociales?*

(SPSS)

En la pregunta que sigue, los estudiantes respondieron a la siguiente pregunta: "¿Confías en tu pareja?". En una escala donde uno representa totalmente en desacuerdo y seis totalmente en acuerdo, se obtuvo que: 48,3% de los encuestados está totalmente de acuerdo 22,8% se posicionan en la escala cinco, 13,9% en la escala cuatro, 10,6% en la escala tres, 2,2% en la escala dos y 2,2% están totalmente en desacuerdo.

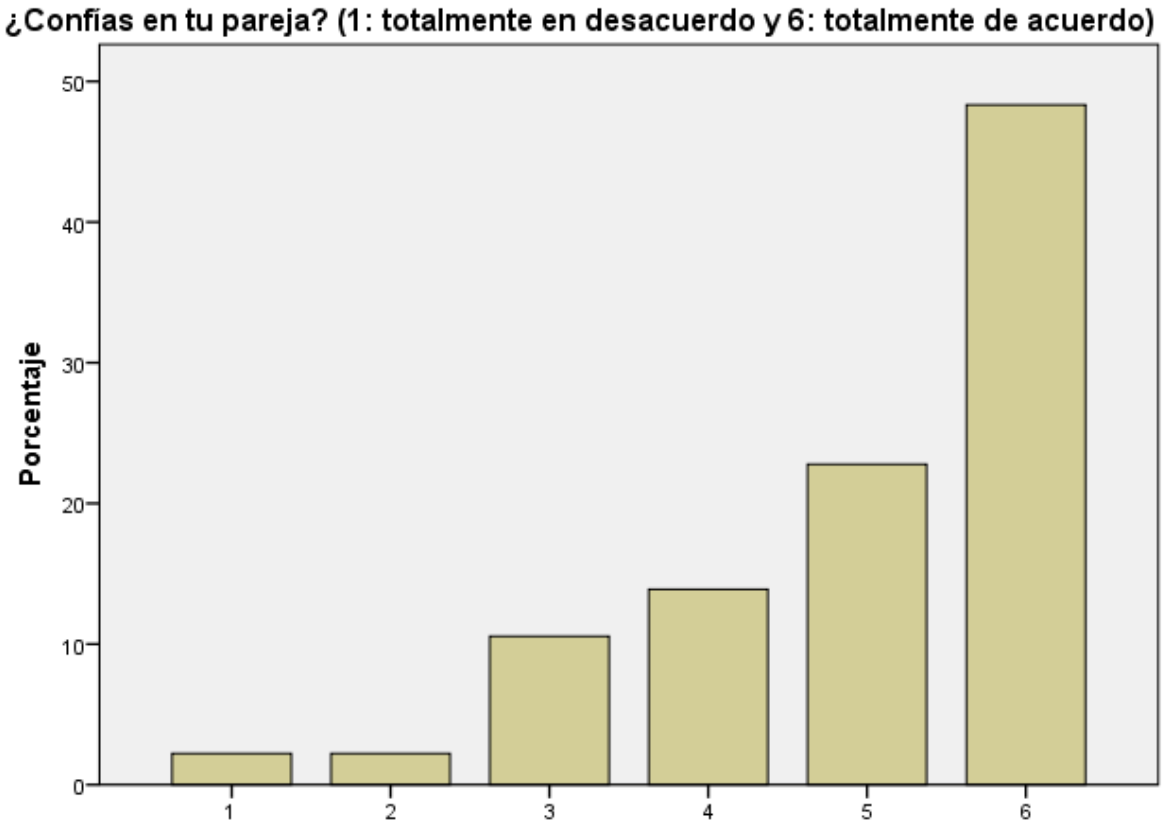

Figura #39: *¿Confías en tu pareja?*

(SPSS)

Asimismo se realizó una pregunta relacionada a la privacidad: "¿tu pareja respeta la privacidad de tus redes sociales?", en la que se obtuvo que: 58,9% siempre, 35% frecuentemente, 5,6% poco frecuente y 0,6% nunca.

Figura #40: *¿Tu pareja respeta la privacidad de tus redes sociales?*

(SPSS)

Luego, se les preguntó: "¿Las redes sociales permiten expresar el amor que sientes hacia tu pareja?". En una escala donde uno representa totalmente en desacuerdo y seis totalmente de acuerdo, se determinó que: 22,2% consideran la escala cuatro, 19,4% la escala tres, 17,8% se encuentran totalmente en desacuerdo, 15% en la escala cinco, 14,4% se encuentran totalmente de acuerdo y 11,1% en la escala dos.

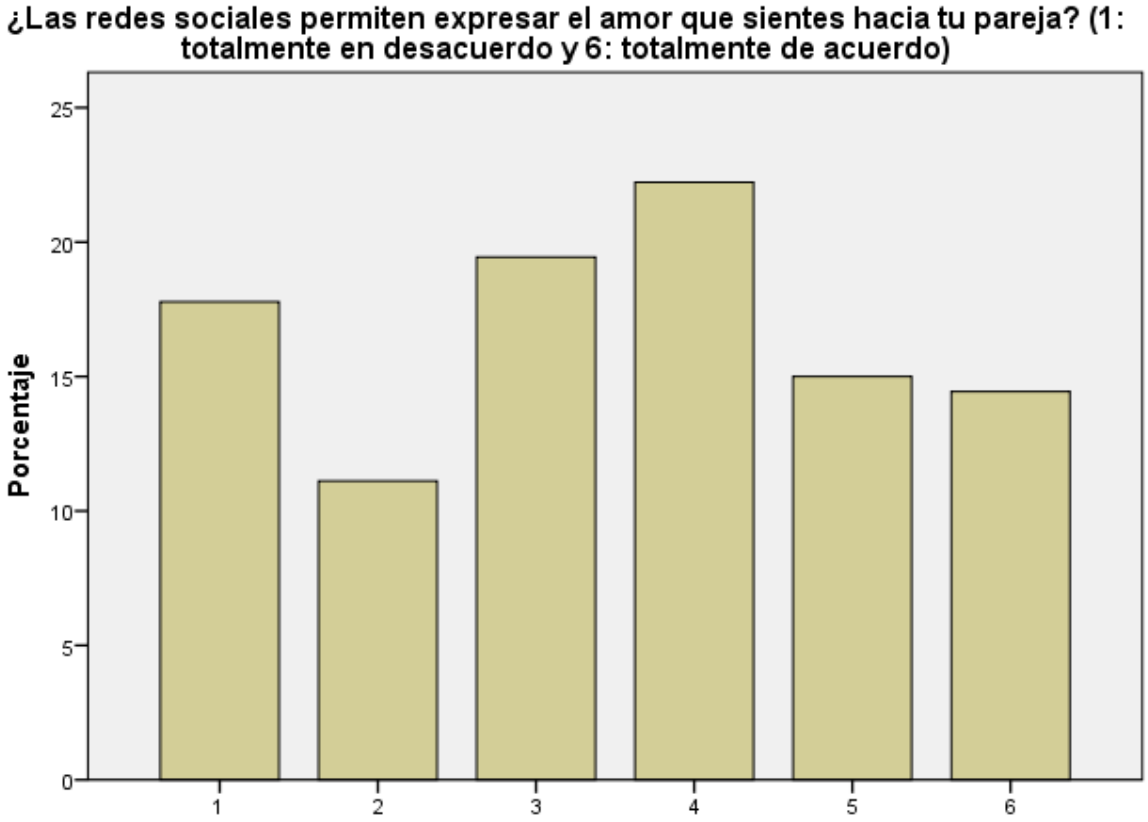

Figura #41: *¿Las redes sociales permiten expresar el amor que sientes hacia tu pareja?*

(SPSS)

Asimismo, se les realizó la siguiente pregunta: "¿Las redes sociales permiten una mejor comunicación con tu pareja?". En una escala donde uno representa totalmente en desacuerdo y seis totalmente de acuerdo, se concluyó que: 23,3% consideraban la escala tres, 20% la escala cuatro, 19,4% estaban totalmente de acuerdo, 13,9% estaban totalmente en desacuerdo, 13,3% la escala dos y 10% la escala cinco.

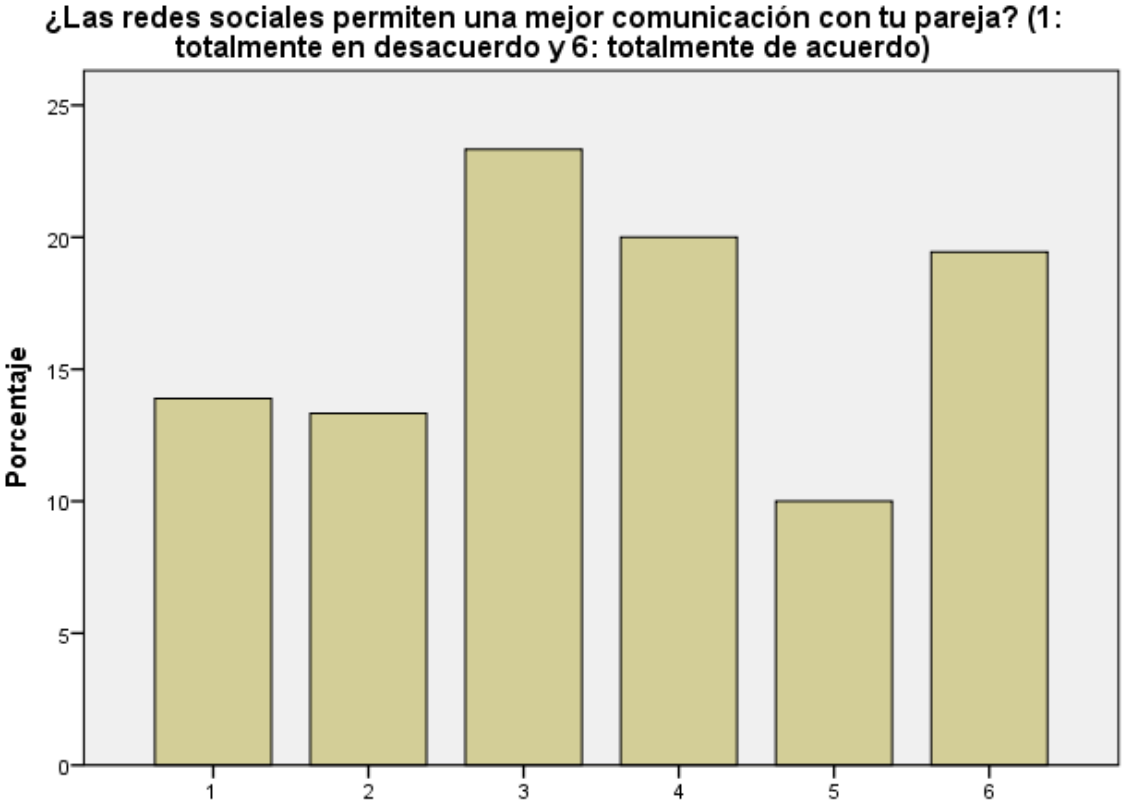

Figura #42: *¿Las redes sociales permiten una mejor comunicación con tu pareja?*

(SPSS)

Por otro lado, los encuestados respondieron a la siguiente pregunta "¿Por las redes sociales es más fácil expresarle algo a tu pareja que en el cara a cara?". En una escala donde uno representa totalmente en desacuerdo y seis totalmente en acuerdo, se determinó que 50% están totalmente en desacuerdo, 18,3% se encuentran en la escala tres, 16,7% en la escala dos, 6,1% en la escala cuatro, 5% en la escala cinco y 3,9% se encuentra totalmente en acuerdo.

Figura #43: *¿Por las redes sociales es más fácil expresarle algo a tu pareja que en el cara a cara?*

(SPSS)

Por otro lado, los estudiantes respondieron a la siguiente pregunta relacionada a las redes sociales y a las relaciones de pareja: "¿Las redes sociales permiten expresar sentimientos y emociones sin temor al rechazo?". Se determinó en una escala donde uno representa totalmente en desacuerdo y seis totalmente de acuerdo que: 26,7% de los encuestados está totalmente en desacuerdo, 23,9% consideran la escala tres, 18,9% la escala dos, 15,6% la escala cuatro, 7,8% la escala cinco y 7,2% se encuentran totalmente de acuerdo.

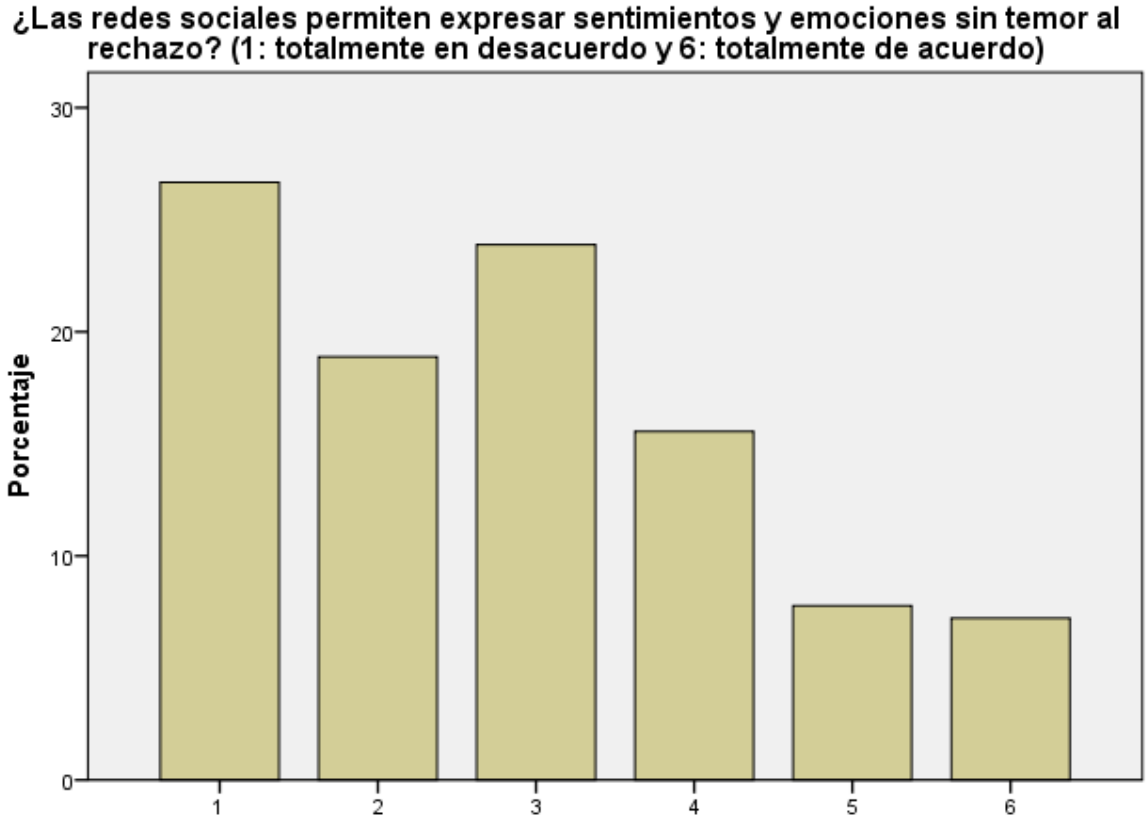

Figura #44: *¿Las redes sociales permiten expresar sentimientos y emociones sin temor al rechazo?*

(SPSS)

Del mismo modo, se les preguntó por medio de la encuesta: "¿Has sentido celos por el tipo de contenido que sube tu pareja a las redes sociales?". En una escala donde uno representa totalmente en desacuerdo y seis totalmente en acuerdo, se concluyó que: 28,3% de los encuestados están totalmente en desacuerdo, 16,7% consideran la escala cuatro, 16,1% están totalmente de acuerdo, 13,9% la escala tres, 12,8% la escala dos y 12,2% la escala cinco.

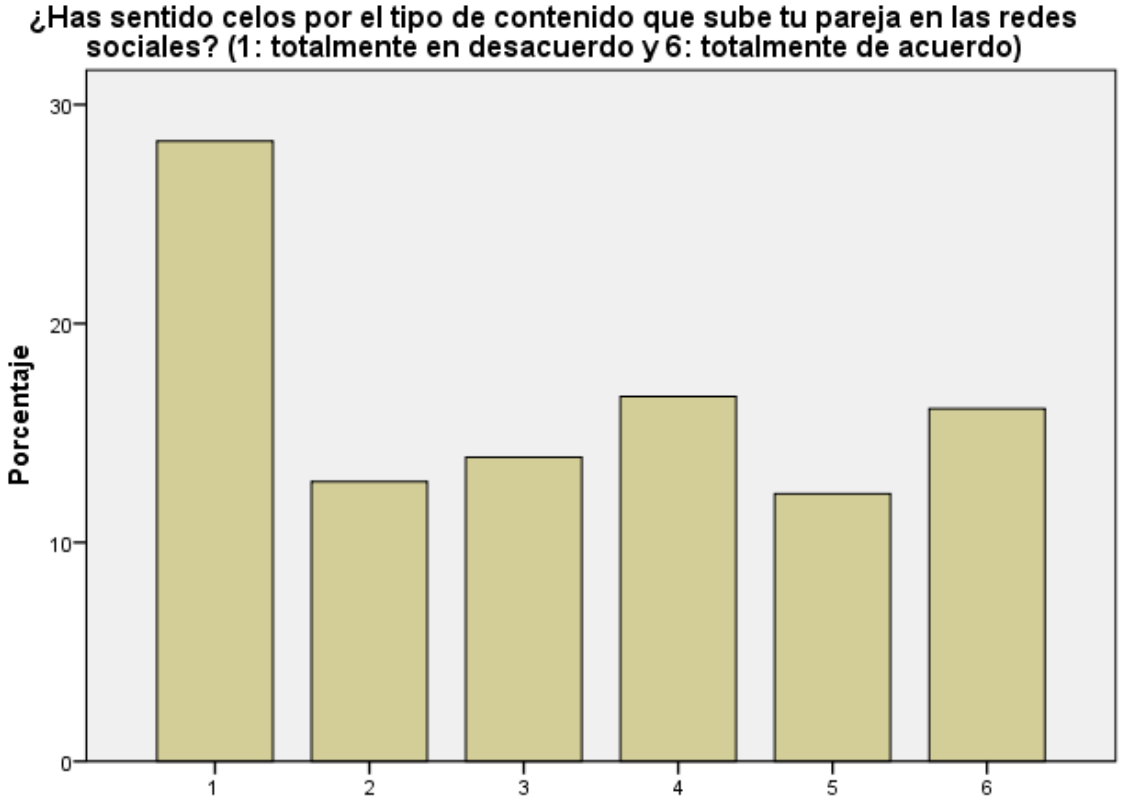

Figura #45: *¿Has sentido celos por el tipo de contenido que sube tu pareja en las redes sociales?*

(SPSS)

La siguiente pregunta se utilizó para determinar si los estudiantes han sentido incomodidad por el tiempo que su pareja le dedica a las redes sociales. De acuerdo con el estudio se determinó que: 53,3% de los encuestados considera que es poco frecuente, 26,1% nunca, 16,1% frecuentemente y 4,4% siempre.

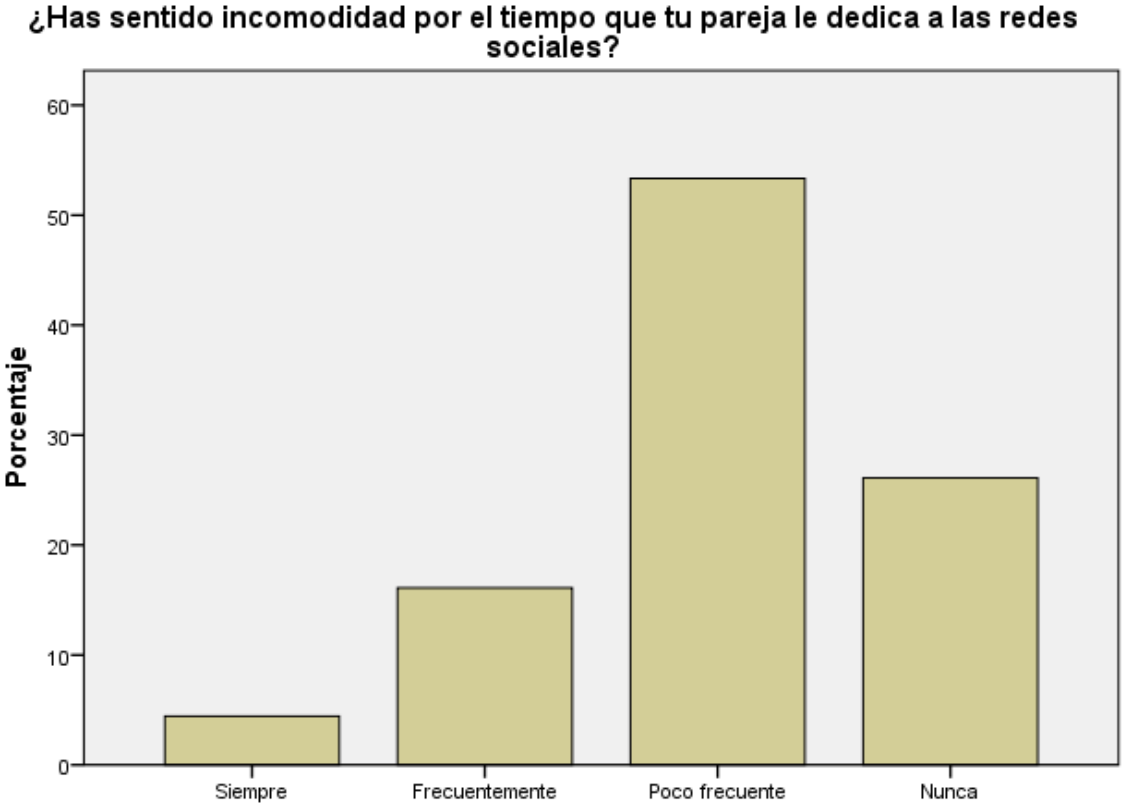

Figura #46: *¿Has sentido incomodidad por el tiempo que tu pareja le dedica a las redes sociales?*

(SPSS)

Seguidamente se les realizó la siguiente pregunta: "¿Tienes constantes discusiones con tu pareja por culpa de las redes sociales?", lo cual arrojó que: 46,7% nunca, 42,8% poco frecuente, 8,9% frecuentemente y 1,7% siempre.

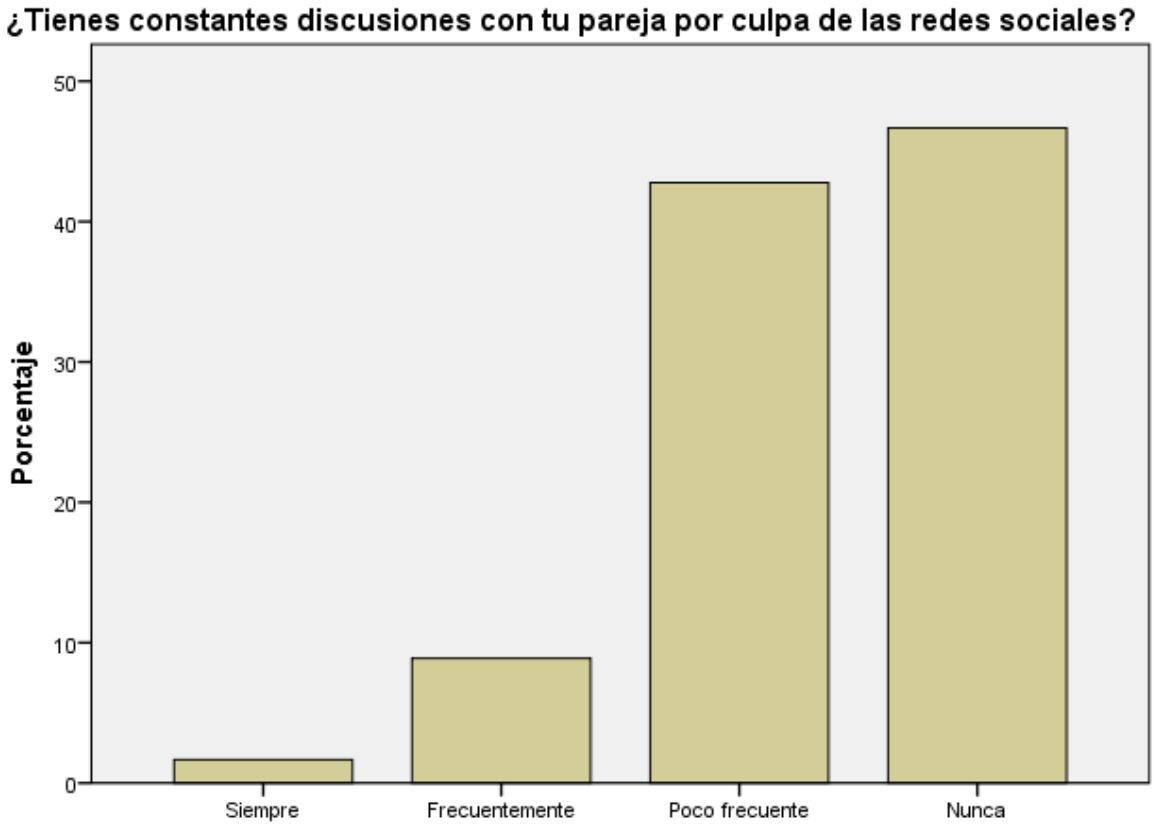

Figura #47: *¿Tienes constantes discusiones con tu pareja por culpa de las redes sociales?*

(SPSS)

De igual manera, se le preguntó a los estudiantes si sienten la necesidad de saber qué está haciendo su pareja en las redes sociales, y se obtuvo que: 35% de las personas consideran que casi nunca, 22,2% las revisa menos de la mitad del tiempo, 16,1% nunca, 13,3% la mitad del tiempo, 8,9% la mayor parte del tiempo y 4,4% todo el tiempo.

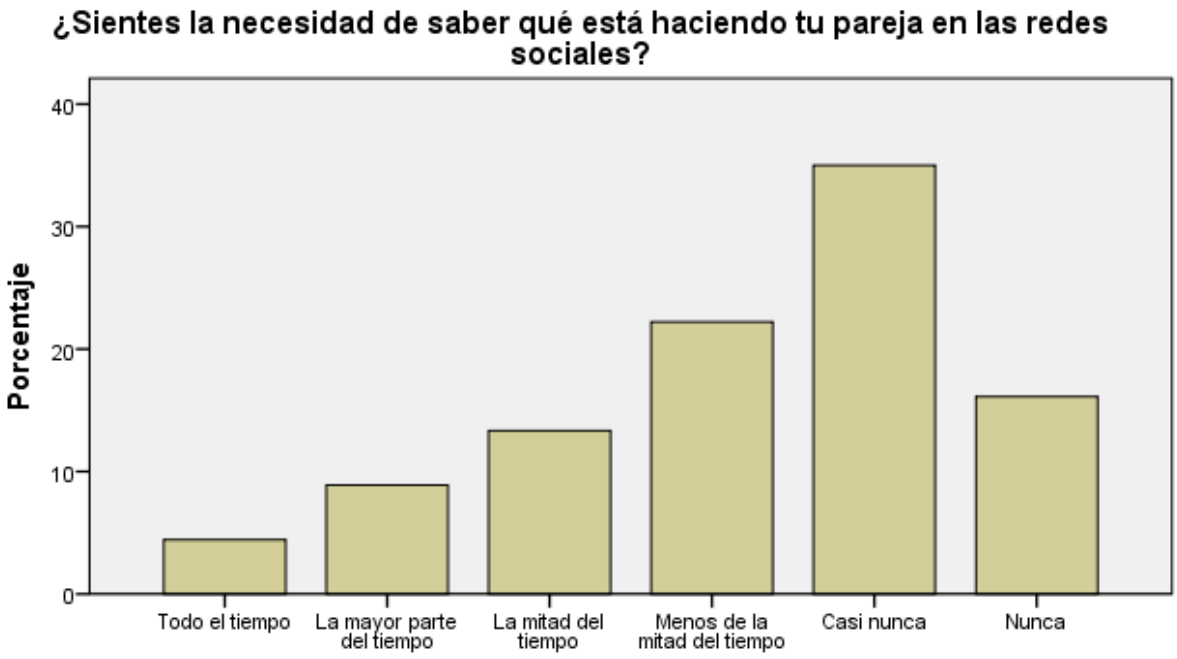

Figura #48: *¿Sientes la necesidad de saber qué está haciendo tu pareja en las redes sociales?*

(SPSS)

En la siguiente pregunta, los estudiantes debían responder si su pareja les pide las claves de sus redes sociales, a lo que: 80,6% respondieron que nunca, 14,4% consideran que es poco frecuente, 3,9% consideran que pasa frecuentemente y 1,1% siempre.

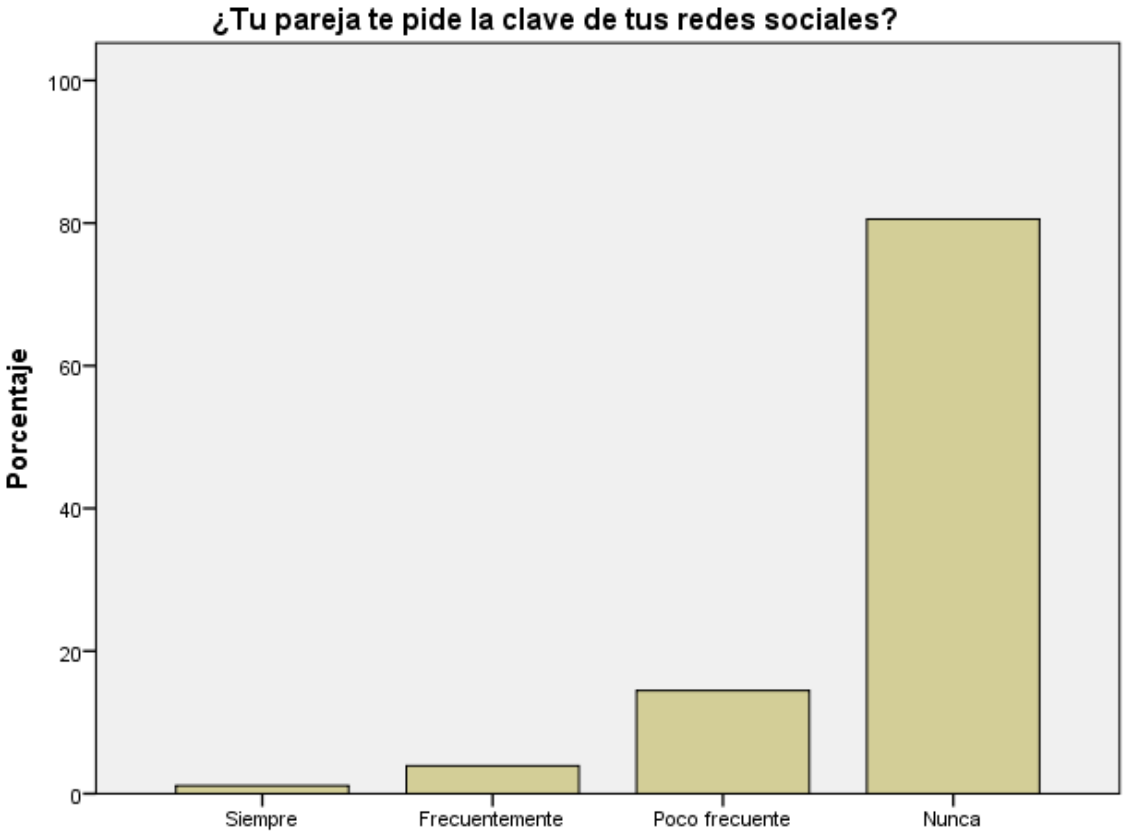

Figura #49: *¿Tu pareja te pide la clave de tus redes sociales?*

(SPSS)

De igual forma, se les preguntó si sus parejas revisan sus celulares, y se obtuvo que: 53,3% nunca han estado expuestos ante esa situación, 38,9% lo consideran poco frecuente, 7,2% consideran que ocurre frecuentemente y 0,6% siempre.

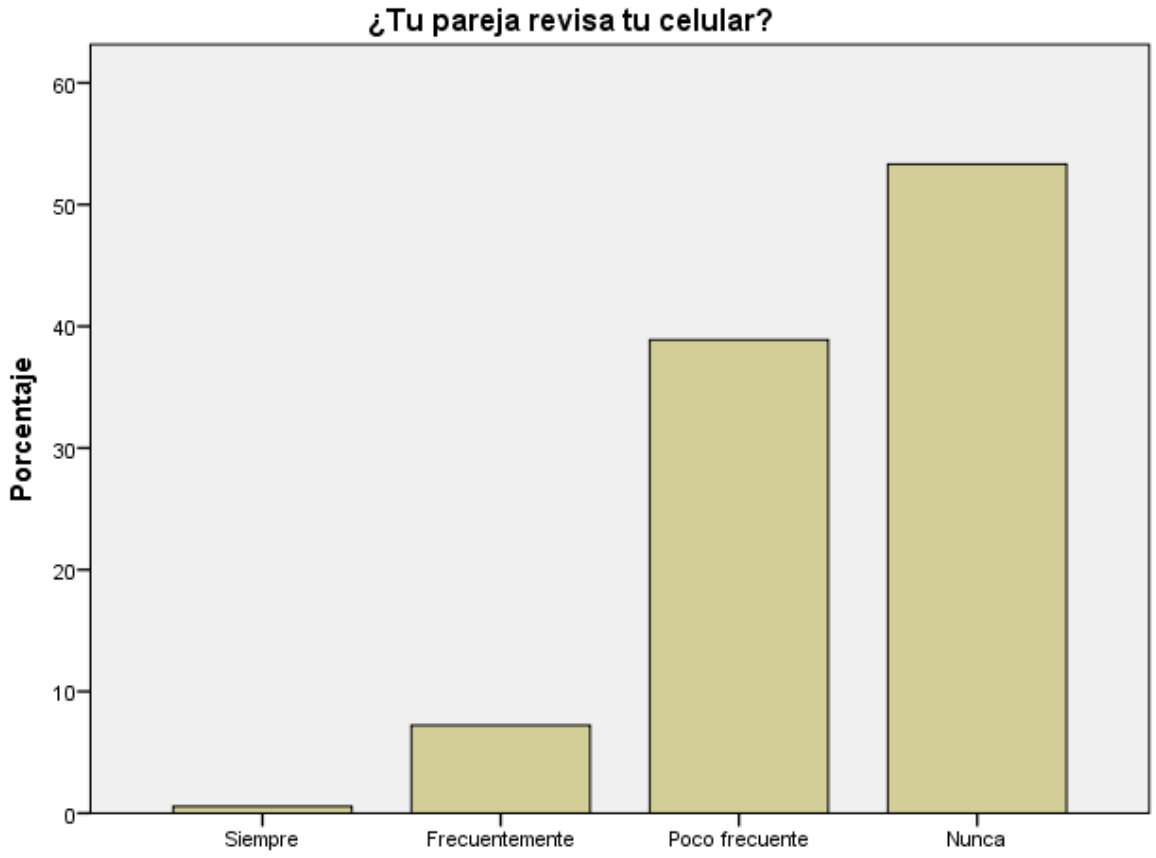

Figura #50: *¿Tu pareja revisa tu celular?*

(SPSS)

Los encuestados respondieron a la siguiente pregunta: “¿Has sentido la necesidad de revisar el perfil social de tu pareja?”. En el estudio se obtuvo que: 42,2% consideran que ocurre de manera poco frecuente, 28,3% frecuentemente, 24,4% nunca y 5% siempre.

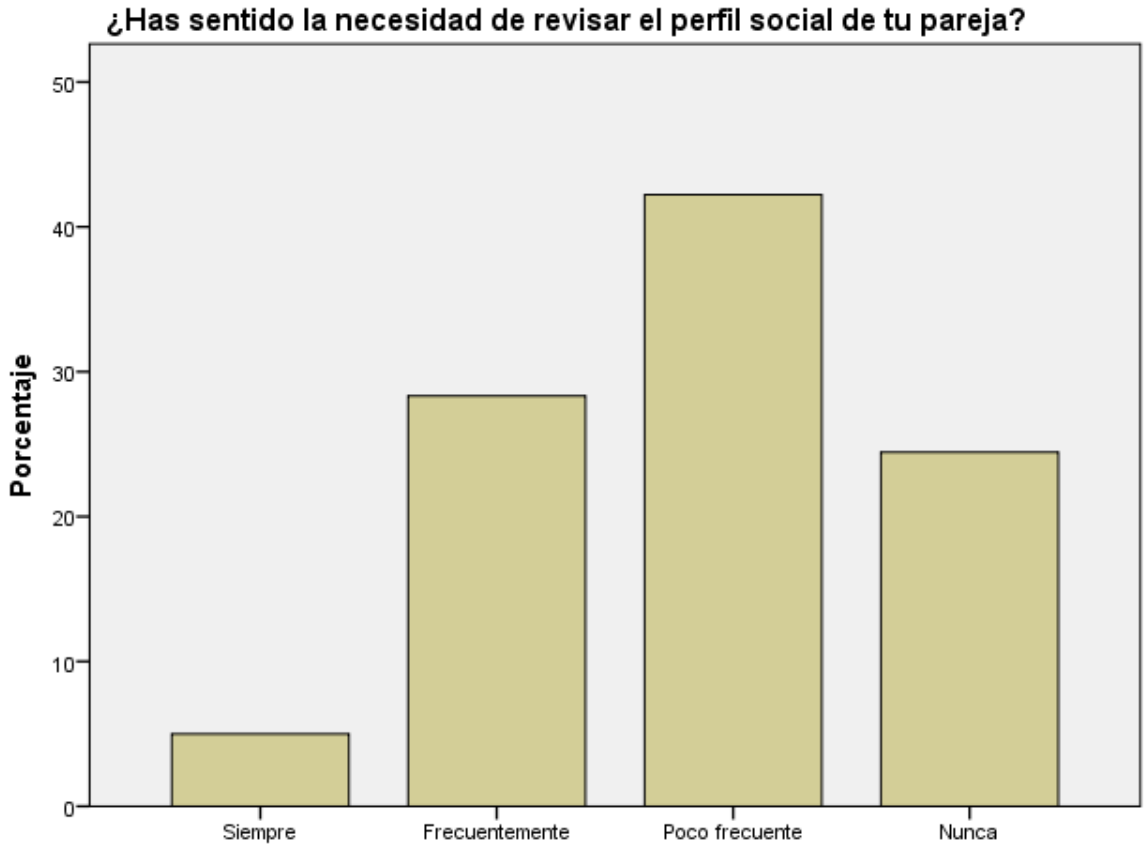

Figura #51: *¿Has sentido la necesidad de revisar el perfil social de tu pareja?* (SPSS)

De igual manera, se les preguntó a los estudiantes si están pendientes de lo que publica su pareja en las redes sociales. En el estudio se obtuvo que: 37,8% de los encuestados considera estar frecuentemente pendientes, 32,2% lo consideran poco frecuente, 20,6% opinan que siempre y 9,4% nunca.

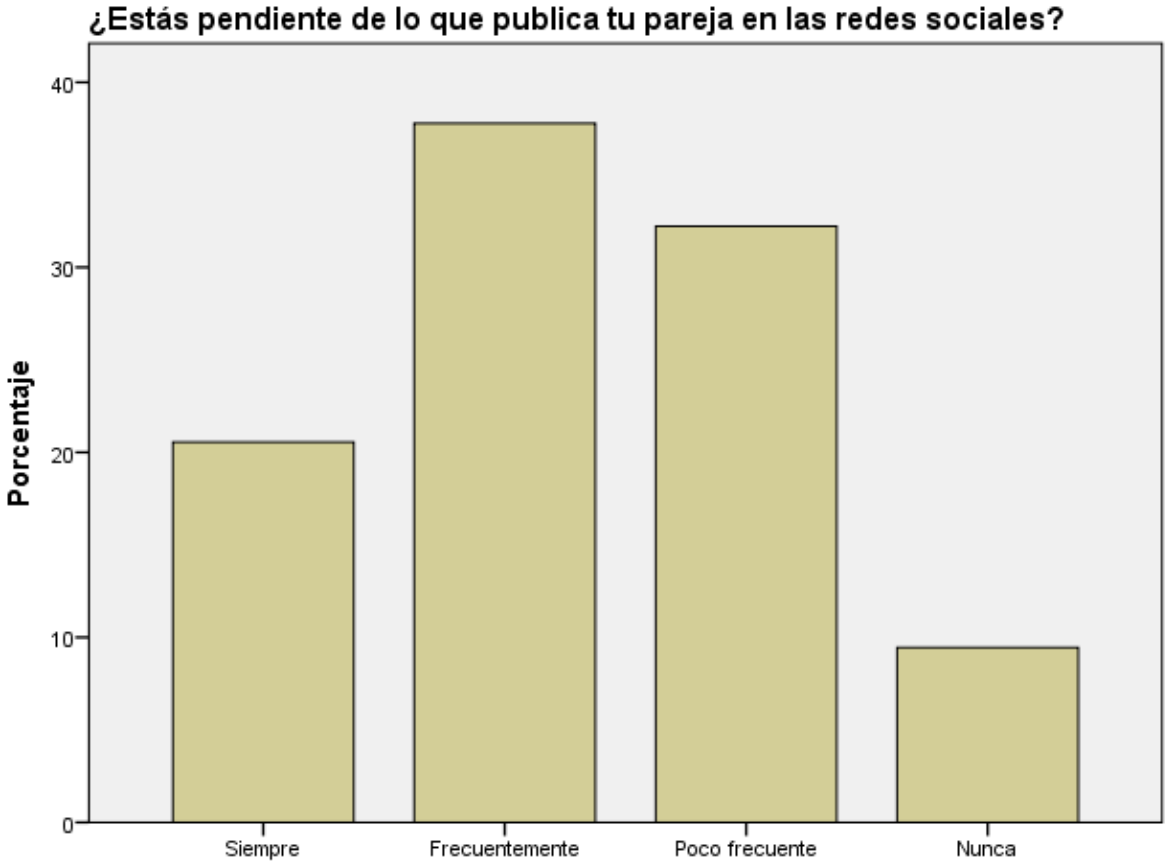

Figura #52: *¿Estás pendiente de lo que publica tu pareja en las redes sociales?* (SPSS)

Se realizó además la siguiente pregunta: "¿las redes sociales pueden deteriorar las relaciones de pareja?". En una escala donde uno representa totalmente en desacuerdo y seis totalmente en acuerdo, se arrojó lo siguiente: 32,8% consideran estar totalmente de acuerdo, 21,1% opinan que se posiciona en la escala cuatro, 15% en la escala tres, 12,8% en la escala cinco, 9,4% se encuentra totalmente en desacuerdo y 8,9% en la escala dos.

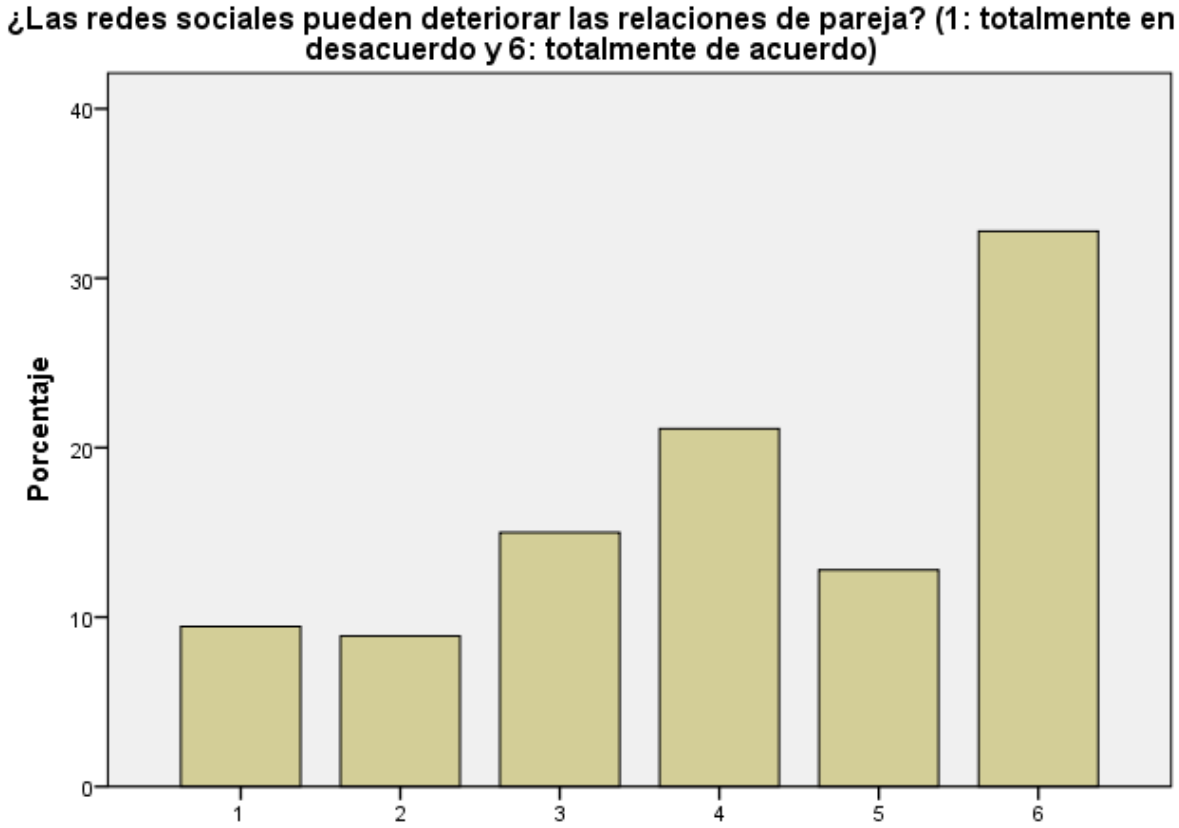

Figura #53: *¿Las redes sociales pueden deteriorar las relaciones de pareja?* (SPSS)

Por otro lado, se le preguntó a los encuestados "¿Las redes sociales generan malentendidos con tu pareja?". Se concluyó en una escala donde uno representa total desacuerdo y seis total acuerdo que: 21,7% se encuentra totalmente en desacuerdo, 21,7% se posicionan en la escala tres, 17,2% en la escala dos, 14,4% están totalmente de acuerdo, 13,3% en la escala cinco y 11,7% en la escala cuatro.

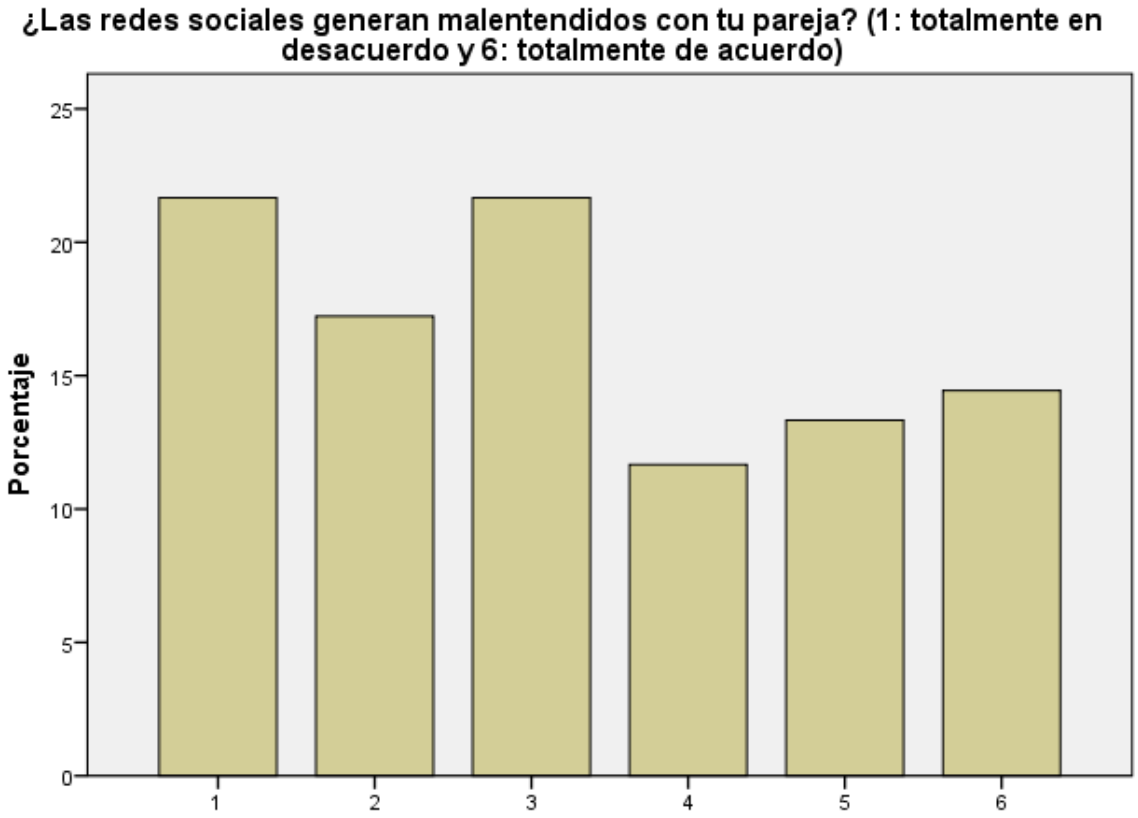

Figura #54: *¿Las redes sociales generan malentendidos con tu pareja?* (SPSS)

Por último, se preguntó por medio de la encuesta: "¿Has terminado relaciones de pareja a causa de las redes sociales?". Se arrojó que: 68,9% nunca, 20,6% consideran que es poco frecuente, 8,3% consideran que ocurre de manera frecuente y 2,2% siempre.

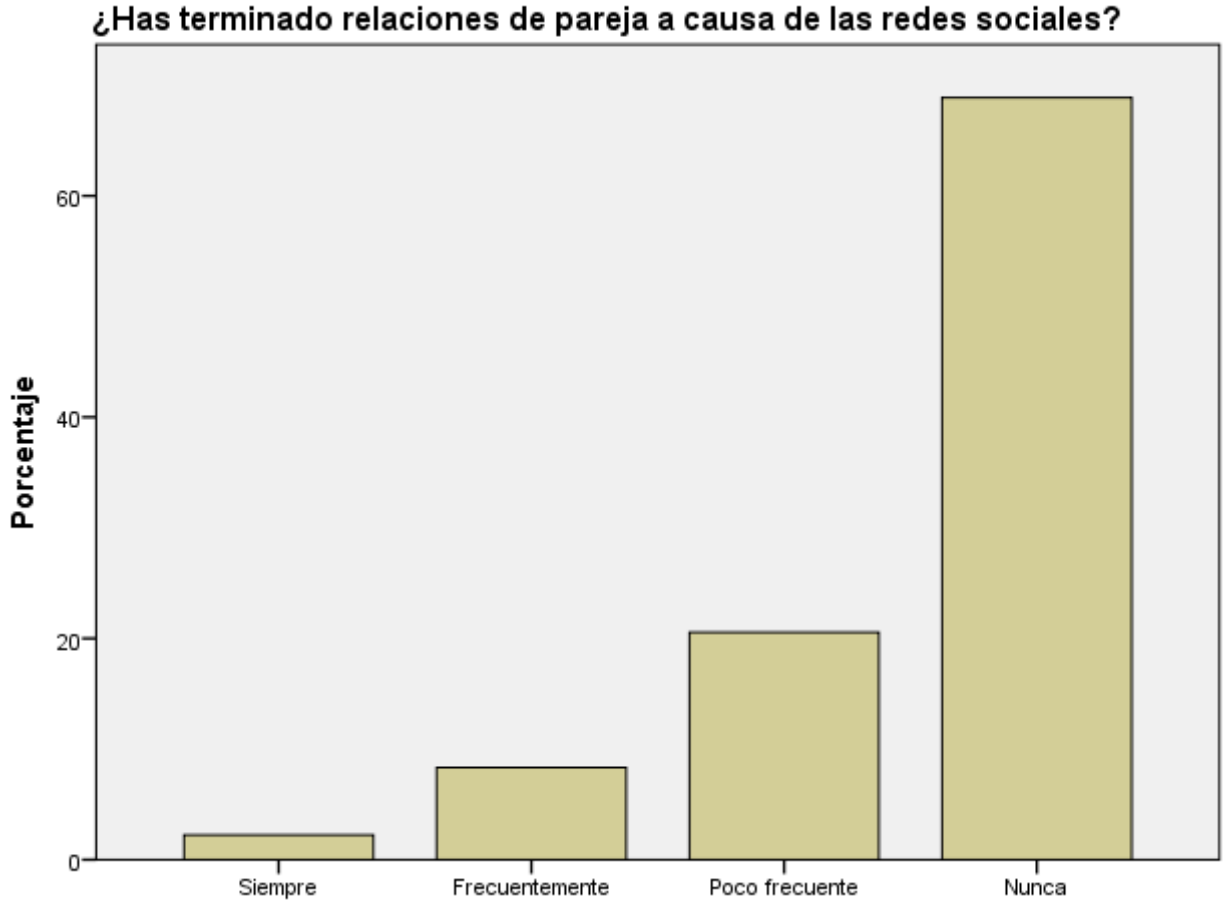

Figura #55: *¿Has terminado relaciones de pareja a causa de las redes sociales?* (SPSS)

5.2 *Resultados del segundo instrumento (entrevista)*

Tabla #6: *Matriz de las entrevistas*.

Preguntas	**Estudiante #1**	**Estudiante #2**	**Estudiante #3**	**Estudiante #4**	**Estudiante #5**	**Estudiante #6**
1. Menciona lo primero que se te venga a la mente cuando piensas en redes sociales	Distracción.	Compartir.	Información.	Instagram.	Instagram.	Amigos.
2. ¿Qué opinas de las redes sociales?	Facilitan la comunicación a distancia.	Son una perfecta vía para mantenerse en contacto con nuestros amigos, conocidos o familiares.	Que es algo excelente para tener información, me parece importante en la actualidad.	Son una forma de mantenerse en contacto.	Son una excelente forma de comunicación y entretenimiento.	Son un arma de doble filo.
3. ¿Por qué usas las redes sociales?	Para estar comunicada con las personas.	Para compartir contenido y visualizar el de mis contactos.	Me parece importante para tener información.	Porque me gusta mantenerme al día con mis amigos.	Porque es una forma de distraerme en mis ratos libres.	Para hablar con mis amigos.
4. ¿Cuál es tu expectativa con respecto a las redes sociales?	Unir a familias a través de la tecnología.	Poder mantenerme en contacto.	Qué día a día siga creciendo y se siga actualizando ya q me parece un	No mucha. Es simplemente una herramienta social.	Buena.	Ninguna.

			medio muy importante en la actualidad.			
5. ¿Qué funciones considera útiles de las redes sociales?	Me gustan las videollamadas.	Las etiquetas o menciones a otras personas.	Información, chatear con amigos , estar al tanto de todo lo que pasa en el mundo.	Compartir fotos y mantener contacto con mis amigos.	La de buscar amigos.	La parte de poder comunicarme con la gente.
6. Menciona todas las redes sociales que te gustan	Whatsapp, Instagram y Facebook.	Instagram y Twitter.	Instagram, Whatsapp, Snapchat, Twitter y Facebook.	Facebook e Instagram.	Instagram y Facebook	Instagram, Facebook.
7. ¿Qué red social usas diariamente? ¿Por qué?	Whatsapp, ya que tengo a mi familia allí.	Instagram porque soy fanática de lo visual y esta plataforma me permite observar cualquier cantidad de contenido de este tipo.	Instagram whatsap me permiten chatear con amigos así como también mantenerme informado.	Facebook porque de allí me entero de las noticias e Instagram porque me gusta el contenido que publican las cuentas a las que sigo.	Instagram porque es una forma de estar en contacto con tus amigos.	Instagram porque es la más fácil de usar.
8. ¿Cuántas veces frecuentas las redes sociales diariamente?	Siempre, como 20 veces.	10 veces puede ser.	Muchas veces siempre q tengo el teléfono a la mano. Unas 10 veces.	5 veces más o menos.	15 veces.	3 veces.
9. ¿Cuánto	Diría que como	Aproximadame	Mucho tiempo	Alrededor de 2	2 horas.	1 hora.

tiempo le dedicas a las redes sociales diariamente?	5 horas.	nte 2, es decir 1 hora en la mañana, 1 hora en la noche.	como 4 horas.	horas.		
10. ¿Alguna vez te sentiste decepcionado por las redes sociales? ¿Por qué?	No.	Cuando realizan actualizaciones innecesarias o demasiado parecidas a otras redes.	No nunca, es un medio importante para tener información.	A veces exponen situaciones delicadas de una manera insensible, por lo menos a mí parecer.	No.	Porque muestran la vida de los demás más divertida que la propia.
11. ¿Qué valores aplican en tu vida?	El respeto y la responsabilidad.	La responsabilidad y el respeto, porque sin ellos me siento incompleta.	Respeto, confianza, educación, tolerancia.	Honestidad, porque creo en ser fiel a ti mismo y la honestidad es un elemento importante en esto.	Sinceridad, responsabilidad, honestidad y aprendizaje.	Alegria, trabajo, honestidad.
12. ¿Qué significa para ti la lealtad?	Es el principio para la convivencia.	Ser fiel ante cualquier situación o persona.	Respeto hacia otros.	Significa respeto hacia los demás.	Ser honesto o fiel	No mentir
13. ¿Qué rol juegan las redes sociales en una relación de pareja?	Facilitan la comunicación.	En mi opinión únicamente son un método de entretenimiento, allí puedes etiquetar a tu pareja y disfrutar	Juegan un rol malo, pueden causar celos.	Hoy en día pienso que un rol muy importante. Tus perfiles normalmente reflejan el tipo de persona	Un rol positivo ya que permite expresarse	Problemas y un medio de conflicto

		contenido.		que eres, por ende el tipo de relación que buscas o tienes. Para algunos puede ser determinante también si una pareja muestra o no su relación en las redes. Es una señal de seriedad en la relación.		
14. Menciona las redes sociales que usas para comunicarte con tu pareja y explica ¿Por qué?	Whatsapp, es el medio más fácil.	No utilizo redes sociales para comunicarme. Las uso más que todo por entretenimiento.	Whatsapp me permite chatear como llamar.	Aunque no tengo al momento, llegué a utilizar Facebook e Instagram. Porque son las que uso en mi vida diaria.	Instagram por las fotos que puedes compartir con tu pareja.	Facebook ya que es mejor para chatear.
15. ¿Qué utilidad le das a las redes sociales en una relación de pareja?	Estar enterada de cómo está el.	La misma que mencioné anteriormente, puro entretenimiento.	Información acerca de tu pareja.	Más hacia una forma de compartir momentos o imágenes que sé que a mi pareja le puede	La de expresar sentimientos.	Ninguna.

				interesar.		
16. ¿Cuáles son las ventajas de las redes sociales en una relación de pareja?	Diría que la comunicación y la cercanía.	El compartir constantemente intereses en común.	Saber quiénes son sus amigos y tener la información de ellos.	Compartir momentos e intereses en común.	Poder expresarse.	Ninguna.
17. ¿Cuáles son las desventajas de las redes sociales en una relación de pareja?	Se pueden descubrir las mentiras de tu pareja.	Celos, si la pareja no tiene suficiente comunicación o sufre problemas de confianza.	Celos.	No creo que tenga desventajas.	Que puede ser algo contra producente ya que puede generar discusiones.	Todas, falta de privacidad de pareja, fomentar canales para los engaños y aventuras románticas fuera de la pareja.
18. ¿Consideras que tener una relación de pareja implica tener poca privacidad al exponerte a las redes sociales?	No.	No. Es tu decisión publicar o no en tus redes si tienes pareja o no la tienes. Las mismas personas son las que deciden si quieren exponerse. De no quererlo simplemente pueden llevar una vida más	Sí.	No.	No.	Sí.

		tranquila y la relación puede sufrir menos problemas.				

5.2.1 *Resultados de las entrevistas*

De acuerdo con el segundo instrumento de investigación, la entrevista, se pudieron constatar los siguientes resultados aplicados a seis estudiantes de la UCAB, USB y UCV:

En la pregunta N°1: Menciona lo primero que se te venga a la mente cuando piensas en redes sociales.

Dos de los seis entrevistados, únicamente el entrevistado #4 y el entrevistado #5 coincidieron que lo primero que se les viene a la mente al pensar en redes sociales es: Instagram. Mientras que el entrevistado #1 pensó en distracción, el entrevistado #2 en compartir, el entrevistado #3 en información y el entrevistado #6 en amigos.

En la pregunta N°2: ¿Qué opinas de las redes sociales?

De manera general, se determinó que el estudiante #1, #2, #3 y #4 opinan que las redes sociales facilitan la comunicación ya que permiten mantenerse en contacto con las demás personas. Por otro lado, el estudiante #3 opina que las redes sociales sirven para informarse y el #6 considera que es un arma de doble filo.

En la pregunta N°3: ¿Por qué usas las redes sociales?

Entre las respuestas repetidas de los entrevistados, el estudiante #1, #4 y #6, utilizan las redes sociales para comunicarse, es decir para mantenerse en contacto. Por

otro lado, se obtuvo que el estudiante #2 utiliza las redes sociales para compartir y visualizar contenido, el #3 considera que es útil para mantenerse informado y el #6 para distraerse en los ratos libres.

En la pregunta N°4: ¿Cuál es tu expectativa con respecto a las redes sociales?

En esta pregunta, se pudo determinar, que la expectativa que prevalece en cuatro de los seis encuestados se inclina a lo favorable. El estudiante #1 opina que su expectativa con respecto a las redes sociales es unir a las familias, la expectativa del #2 es poder mantenerse en contacto, la del #3 es que día a día siga creciendo y actualizándose por su importancia en la actualidad, el del #5 afirmó tener una buena expectativa de ellas. Mientras que dos de los encuestados respondieron de manera neutra, el estudiante #4 afirmó no tener muchas expectativas, ya que le parece una simple herramienta social y el estudiante #6 expresó que no tiene ninguna expectativa con respecto a las redes sociales.

En la pregunta N°5: ¿Qué funciones consideras útiles de las redes sociales?

El estudiante #3, #4 y #6 coincidieron en que la función que consideran útil de las redes sociales es: chatear. El estudiante #3 agregó además, que le parecen útiles las informaciones que puede encontrar en sus redes sociales ya que le permiten estar actualizado, el #4 agregó que también considera útil la función de compartir fotos. Por otro lado, el estudiante #1 considera importantes las videollamadas, el #2 opina que las etiquetas o menciones y el #5 considera útil la búsqueda de amigos.

En la pregunta N°6: Menciona todas las redes sociales que te gustan.

Todos los estudiantes coincidieron en que les gusta la red social: Instagram. Además, cinco de los seis entrevistados, el estudiante #1, #3, #4, #5 y #6 consideraron que también les gusta Facebook. Asimismo, el estudiante #1 y #3 agregaron que les gusta WhatsApp, el estudiante #2 y #3 se sienten atraídos por Twitter, finalmente el estudiante #3 agregó que también le gusta Snapchat.

En la pregunta N°7: ¿Qué red social usas diariamente?

Cinco de los entrevistados, el estudiante #2, #3, #4, #5 y #6 consideraron que la red social que usan diariamente es Instagram. El entrevistado #2 aseguró que es fanática de Instagram porque le gusta el contenido visual, el estudiante #4 expresó que le gusta ver el contenido de las cuestas que sigue, el estudiante #5 aseguró que Instagram representa una forma de estar en contacto con amigos y el estudiante #6 opinó que Instagram es más fácil de usar. Por otro lado, el estudiante #1 usa diariamente WhatsApp para interactuar con su familia, el estudiante #3 también usa esa plataforma ya que considera que por medio de ella puede chatear con amigos y mantenerse informado de los acontecimientos y por último, el estudiante #4 afirmó que la red social que utiliza es Facebook, ya que le permite estar informado.

En la pregunta N°8: ¿Cuántas veces frecuentas las redes sociales diariamente?

Se determinó que: Dos de los entrevistados, el estudiante #2 y el #3 frecuentan las redes sociales diez veces, el #1 veinte veces, el #4 cinco veces, el #5 quince veces y el #6 tres veces.

En la pregunta N°9: ¿Cuánto tiempo le dedicas a las redes sociales diariamente?

Se obtuvo que tres de los entrevistados coincidieron en sus respuestas, el estudiante #2, el #4 y el #5 opinaron que le dedican aproximadamente dos horas, el estudiante #1 cinco horas, el #3 cuatro horas y el #6 una hora.

En la pregunta N°10: ¿Alguna vez te sentiste decepcionado por las redes sociales? ¿Por qué?

La mitad de los entrevistados, el estudiante #1, #3 y #5 consideran que no se sienten decepcionados por las redes sociales, mientras que los otros tres sí. El estudiante #2 considera que a veces realizan actualizaciones innecesarias o muy parecidas a otras plataformas, el estudiante #4 aseguró que a veces exponen situaciones delicadas de una manera insensible y el estudiante #6 considera que las redes sociales muestran que la vida de los demás resulta más divertida que la propia.

En la pregunta N°11: ¿Qué valores aplican en tu vida?

El estudiante #1, #2 y #3 consideran que el respeto es uno de los principales valores que aplican en su vida. Por otro lado, se determinó la responsabilidad como un segundo valor compartido entre el estudiante #1, #2 y #5. El estudiante #4 y #5 agregaron como valor fundamental la honestidad, el estudiante #3 agregó la confianza, la educación y la tolerancia y el #5 añadió además, valores como la sinceridad y el aprendizaje.

En la pregunta N°12: ¿Qué significa para ti la lealtad?

El estudiante #3 y #4 coincidieron en que la lealtad significa respeto hacia las demás personas, asimismo los estudiantes #2 y #5 expresaron que el respeto es ser fiel. Por otro lado, el estudiante #1 considera que ser fiel es el principio para la convivencia y el estudiante #6 considera que es no decir mentiras.

En la pregunta N°13: ¿Qué rol juegan las redes sociales en una relación de pareja?

Ningún entrevistado coincidió en la respuesta a esta pregunta. Sin embargo, se obtuvieron más respuestas desde el punto de vista positivo, en el que se pudo destacar que el estudiante #1 considera que las redes sociales facilitan la comunicación, el estudiante #2 opinó que es un método de entretenimiento en el que puedes etiquetar a tu pareja y a la vez disfrutar del contenido, el estudiante #4 dijo que tienen un rol importante porque los perfiles de redes sociales reflejan el tipo de persona que eres y el tipo de relación que buscas o tienes, además aseguró que para algunas personas es sinónimo de seriedad si la pareja muestra su relación en las redes sociales, por su parte el estudiante #5 aseguró que juegan un rol positivo ya que permiten que las personas se puedan expresar. Mientras que del lado negativo, el estudiante #3 consideró que juegan un mal rol porque pueden ser generadores de celos y el estudiante #6 afirma que es un problema y un medio de conflicto.

En la pregunta N°14: Menciona las redes sociales que usas para comunicarte con tu pareja y explica ¿por qué?

El estudiante #1 y #3 utilizan WhatsApp para comunicarse con su pareja, por ser la red social más fácil y la que permite realizar llamadas, el estudiante #4 y #5 utilizan Instagram por las fotos que se pueden compartir con la pareja, los estudiantes #4 y #6 utilizan Facebook por ser mejor a la hora de chatear y el estudiante #2 asegura que usa las redes sociales con el fin de entretenerse y no para comunicarse con su pareja.

En la pregunta N°15: ¿Qué utilidad le das a las redes sociales en una relación de pareja?

Ningún entrevistado coincidió en la respuesta a esta pregunta. El estudiante #1 aseguró que utiliza las redes sociales para estar enterada de cómo está su pareja, el estudiante #2 utiliza las redes sociales para entretenerse con su pareja, el estudiante #3 las utiliza para ver información de su pareja, el estudiante #4 las utiliza para compartir imágenes que sean interesantes para su pareja, el estudiante #5 las usa para expresar sentimientos, por último, el estudiante #6 aseguró que no le da ninguna utilidad en una relación de pareja.

En la pregunta N°16: ¿Cuáles son las ventajas de las redes sociales en una relación de pareja?

El estudiante #2 y el #4 aseguraron que una de las ventajas de las redes sociales es que permiten compartir intereses en común. El estudiante #1 expresó que una de las ventajas es la comunicación y la cercanía que se puede tener con la pareja, el estudiante #3 considera que las redes sociales permiten saber quiénes son los amigos de su pareja y tener información de ellos, el estudiante #5 considera que una ventaja es poder expresarse y el #6 considera que las redes sociales no tienen ninguna ventaja en las relaciones de pareja.

En la pregunta N° 17: ¿Cuáles son las desventajas de las redes sociales en una relación de pareja?

El estudiante #2 y #3 coincidieron en que una de las desventajas de las redes sociales es que pueden ser generadoras de celos. El estudiante #1 considera que en las redes sociales se pueden descubrir las mentiras de la pareja, el #5 considera que pueden generar discusiones, el estudiante #6 opina que generan la falta de privacidad de la pareja, además de fomentar los engaños y las aventuras románticas fuera de la pareja. Por otro lado, el #4 considera que no poseen desventajas.

Por último, en la pregunta N°18: ¿Consideras que tener una relación de pareja implica tener poca privacidad al exponerte a las redes sociales?

Cuatro de los entrevistados, el estudiante #1, #2, #4 y #5 consideraron que no, mientras que el estudiante #3 y #6 consideraron que sí.

VI. ANÁLISIS DE RESULTADOS

6.1 *Análisis de los instrumentos (encuesta y entrevista)*

Se realizó la encuesta a 180 personas que equivalen al 100% de la muestra, en la que las únicas condiciones para participar era que fueran estudiantes de pregrado de la Universidad Católica Andrés Bello, Universidad Simón Bolívar o Universidad Central de Venezuela, además de que hayan tenido en alguna oportunidad una relación de pareja.

Al igual que las encuestas, las entrevistas fueron aplicadas a seis estudiantes de las mismas universidades.

El primer objetivo específico de la investigación consiste en identificar variables demográficas y psicográficas de la audiencia, en este sentido y a través de los resultados obtenidos, se infiere a continuación.

Para empezar con las variables demográficas, la edad de los encuestados que más participación tuvieron fueron: 57,2% los que tenían entre 22 y 25 años, cuyas edades representan las de aquellos estudiantes que se encuentra a mediados o finalizando su carrera universitaria. Seguidamente, 36,1% de ellos tenían edades comprendidas entre 18 y 21 años, cuyas edades representan la de los estudiantes que recién acaban de iniciar sus estudios universitarios de pregrado o se encuentra en los primeros años de su carrera. Por último, 6,7% las cuales no suelen ser las edades promedio de un estudiante de pregrado en Venezuela.

Es importante resaltar que los venezolanos poseen el más alto nivel de estudios en comparación a los hispanos y los estadounidenses. Debido a que 51%, con más de

25 años, son poseedores de un técnico o licenciatura y solo 15% se queda con un diploma de bachillerato. (Egui, 2016).

El planteamiento afirma que los venezolanos se caracterizan por ser personas preparadas, debido a que se preocupan por su nivel educativo.

Por otro lado, la mayoría de las encuestas fueron respondidas por mujeres. Un total de 105 féminas que representan 58,3% de la muestra, mientras que 75 personas fueron se sexo masculino, que equivalen a 41,7% de la muestra. Esto se debe a que algunas de las encuestas fueron aplicadas a carreras en las que por su naturaleza prevalecen estudiantes de sexo femenino, como los estudiantes pertenecientes a la Escuela de Comunicación Social, Psicología, entre otros.

En cuanto a las variables psicográficas de la audiencia expuestas también en el objetivo #1, se les preguntó a los entrevistados sobre los valores que aplican en sus vidas y el estudio arrojó que: los estudiantes #1, #2 y #3 consideran que el respeto es uno de los principales, por otro lado, otro valor compartido entre el estudiante #1, #2 y #5 es la responsabilidad. El estudiante #4 y #5 agregaron como valor fundamental la honestidad, el estudiante #3 agregó a su lista de valores la confianza, la educación y la tolerancia y el estudiante #5, añadió además valores como la sinceridad y el aprendizaje.

Los valores son cualidades que no se pueden ver, ni tocar y que generan conciencia en la vida de las personas. Es aquello que contribuye a darle sentido a la vida, ya que permiten que los seres humanos sean mejores personas. (Costa, s.f.).

En este sentido, los valores rigen el comportamiento de las personas. Entre los más comunes planteados en la entrevista se encuentran: el respeto y la responsabilidad.

En primer lugar, el respeto representa la base de la ética y la moral. Consiste en aceptar el punto de vista de las demás personas a pesar de no estar de acuerdo, ya que nadie posee la verdad absoluta, según Moran, (citado por Naranjo, 2009).

Algunas personas menosprecian a otras, impidiendo una buena convivencia con acciones: discriminantes, humilladoras, o simplemente tratan las tratan como si fueran inferiores. La esencia del respeto es reconocer que todas las personas son valiosas por igual y que ningún individuo tiene mayor valor o significado que otro. (Fundación Televisa, s.f.).

En una relación de pareja este valor es primordial, debido a que para que pueda existir una buena convivencia, se debe respetar la forma de ser y pensar de ambas partes. Para lograr el debido entendimiento, armonía y paz.

El segundo valor en común es la responsabilidad, cuya definición implica hacerse cargo de las actuaciones propias. Es tener libertad, pero de manera consciente. (Corcho y Corcho, 2008).

En una relación de pareja este valor es fundamental ya que ambas partes deben tener cuidado al expresar y realizar acciones que puedan generar consecuencias en la relación.

En definitiva, los estudiantes poseen unos de los principales valores que se deben tener presentes tanto en lo personal, como en una relación de pareja. Debido a que ayudan a mantener una sana convivencia.

Seguidamente, se les preguntó sobre el significado de la lealtad. El estudiante #3 y #4 coincidieron en que la lealtad significa respeto hacia las demás personas, asimismo los estudiantes #2 y #5 expresaron que el respeto significa ser fiel. Por otro lado el estudiante #1 considera que representa el principio para la convivencia y el estudiante #6 considera que significa no decir mentiras.

La palabra lealtad está altamente relacionada con la fidelidad. Otros de los sinónimos que componen a la lealtad son: la franqueza, nobleza, honradez, sinceridad y rectitud. Por ejemplo, no se le puede etiquetar como leal a una persona que engañe debido a que se esconden hechos, por lo tanto se esconde la verdad. (Fuenmayor, 2005).

En este sentido, los entrevistados parecen tener un buen concepto del valor. Las respuestas más repetidas fueron que lealtad significa: respeto y fidelidad. Por lo tanto la respuesta que más se acerca al valor por ser su sinónimo es la fidelidad, y el respeto representa uno de los motivos que conducen a la lealtad.

La lealtad es considerada una virtud ya que va ligada directamente con la conciencia y con la convicción de defender aquello con lo que una persona se compromete, aún y cuando se encuentre en distintas situaciones. La palabra lealtad se relaciona estrechamente con valores como el respeto, la responsabilidad, la sinceridad, la dignidad y la honestidad. (Sinalefa, 2011).

Ser leal es determinante para que exista una relación, y para ello juega un rol fundamental la madurez, ya que una relación implica foco. Ser consciente y comprometido es indispensable.

Entre las actividades realizadas en tiempo libre se obtuvo que 71,1% de los encuestados dedica su tiempo libre a descansar y dormir, 66,1% a chatear con amigos y familiares, 65% a escuchar música, 52,8% a ver televisión, 44,4% a leer, 43,3% salen a reuniones, 41,7% van al cine, 41,1% pasan tiempo en pareja, 32,2% hacen tareas del hogar, 27,8% juegan videojuegos, 22,2% toman bebidas alcohólicas, 12,2% van al teatro, 12,2% van a rumbear, 8,9% viajan, 5,0% realizan otras actividades, 4,4% hacen deporte y 4,4% dedican su tiempo libre a actividades entretenidas.

De acuerdo con el planteamiento anterior, se puede observar que coincide con la encuesta realizada por el U.S. Departament of Labor en el año 2015, en el que determinaron los hábitos de ocio y de socialización de los jóvenes. Se arrojó que los millennials prefieren utilizar su tiempo libre para dormir y descansar ya que les gusta estar en casa, preferiblemente de manera solitaria, no les apetece estar con gente y no quieren gastar dinero, según U.S. Departament of Labor, (citado por Serrano, 2016).

En definitiva los resultados permiten inferir que la mayor cantidad de actividades seleccionadas por estudiantes, son actividades individuales, actividades pasivas, que no requieren salir de sus casas en la mayoría de los casos. Cabe destacar que a los encuestados se les permitió la opción de colocar otras actividades que suelen realizar en tiempo libre, y las mismas también resultaron ser, en su mayoría, actividades poco extrovertidas.

En Venezuela, esto puede deberse también al hecho de que salir implica gastar una cantidad de dinero considerable, debido a la economía del país. Un estudiante que trabaje, casi siempre gana sueldo mínimo, lo cual insuficiente de acuerdo con los elevados precios de los productos y servicios.

Sumado a eso, se puede destacar la inseguridad. Venezuela representa uno de los países con mayor índice de inseguridad en el mundo, por este motivo las personas se cohíben a realizar actividades que impliquen salir de sus hogares.

Por otro lado, se pudo observar que después de dormir y descansar, muchos prefieren la actividad de chatear o conectarse con amigos y familiares, lo cual resulta útil para esta investigación.

La siguiente pregunta se relaciona justamente con la frecuencia de uso de las redes sociales en tiempo libre, en la que se obtuvo que: 36,1% frecuentan las redes sociales todo el tiempo, 36,1% la mayor parte del tiempo, 18,9% la mitad del tiempo, 6,1% menos de la mitad del tiempo y 2,8% casi nunca.

Las redes sociales representan para los millennials una herramienta para dar a conocer su identidad a las demás personas y evadir la realidad. En este sentido, suelen usar sus dispositivos para ingresar a las plataformas sociales de manera compulsiva, ya que sienten la necesidad de una estimulación permanente y estar siempre al tanto de todo. Incluso, cabe destacar que 41% de los millennials no pueden vivir sin su teléfono celular y 65% sólo se desconecta una hora al día. (Del Barrio, 2016).

Por otro lado, las personas ingresan a las redes sociales en Latinoamérica principalmente por las relaciones humanas, es decir, por el aspecto de socialización que estas implican, ya que permiten a las personas incluirse en una comunidad. También son frecuentadas por diversión para poder escapar de las rutinas del día a día y para combatir el aburrimiento. (Rogers, 2014).

Se puede inferir que, como los estudiantes suelen realizar actividades que no impliquen tener contacto con el exterior, recurren a utilizar las redes sociales como un medio de socialización con los demás. Para dar a conocer su identidad y sentirse incluidos en una comunidad.

Seguidamente, en la entrevista, dos de los seis entrevistados, el #4 y el #5 coincidieron que lo primero que se les viene a la mente al pensar en redes sociales es:

Instagram. Mientras que el #1 pensó en distracción, el #2 en compartir, el #3 en información y el #6 en amigos.

De acuerdo con un estudio realizado por The Cocktail Analysis, una de las redes sociales más usadas por millennials es Instagram por su poder visual y por ser la que más exposición tiene, según The Cocktail Analysis (citado por la Universidad de Cuyo).

Se dice que es una de las redes sociales más exigentes, por ser una de las que funcionan mejor a la hora de construir una imagen. También representa la plataforma que posee mayor exposición de sus usuarios, por lo tanto es aquella donde también se espera un feedback inmediato del resto. (Del Barrio, 2016).

En definitiva, los estudiantes asocian a la red social Instagram mentalmente, debido a que prefieren el contenido netamente visual. Fue una red social que apareció después de Facebook y muchas otras, sin embargo ha logrado establecerse en la mente de los millennials como la número uno al pensar en redes sociales, debido a las particulares funcionalidades que ofrece a sus usuarios.

Por otro lado, el resto de los entrevistados lo asociaron a cualidades propias de las redes sociales, como lo son: la distracción, compartir, información y amigos. Cuyas palabras son vinculadas directamente a ciertas funcionalidades que ofrecen las redes sociales. De acuerdo con esto, se puede inferir que los entrevistados tienen una percepción favorable y de acuerdo a las funciones que brindan las plataformas sociales.

En cuanto a la opinión que tienen los entrevistados sobre las redes sociales, se determinó que el estudiante #1, el #2, el #3 y el #4 opinan que las redes sociales facilitan la comunicación, ya que permiten mantenerse en contacto con las demás personas. Por otro lado, el estudiante #3 opina que las redes sociales sirven para informarse y el estudiante #6 considera que es un arma de doble filo.

La mayoría de los entrevistados opinó que las redes sociales facilitan la comunicación, esto ocurre debido a que la razón que motiva el uso de las redes sociales en Latinoamérica son las relaciones humanas. (Rogers, 2014).

La empresa de estudios de mercado llamada OH! Panel, realizó una investigación en distintos países de Latinoamérica. En el estudio se entrevistaron a 2.155 personas, de las cuales seis de cada diez, mejoraron las relaciones afectivas con sus amigos y familiares, gracias al uso de las redes sociales como herramienta de comunicación, según OH! Panel (citado por el portal web de El Cronista, 2013).

El aspecto de poder comunicarse con los demás, es una de las principales características de las redes sociales. En definitiva se puede inferir que las redes sociales representan un medio facilitador de la comunicación, para mantener, fortalecer y mejorar las relaciones afectivas.

Por otro lado, el estudiante #3 considera que las redes sociales sirven para informarse, debido a que permiten mantenerse al día con el acontecer nacional e internacional, más en un país tan noticioso como Venezuela. Asimismo, el estudiante #6 considera que es un arma de doble filo, esto se debe a que las redes sociales tienen muchas ventajas pero también pueden tener desventajas o ser facilitadoras de ellas.

En cuanto a las expectativas respecto a las redes sociales, se pudo determinar que: la expectativa que prevalece en cuatro de los seis entrevistados, tienen tendencia a lo favorable pero con resultados dispersos. El estudiante #1 opina que su expectativa es que permiten unir a las familias, la del estudiante #2 es poder mantenerse en contacto, la del estudiante #3 es que día a día siga creciendo y actualizándose por su importancia en la actualidad, el estudiante #5 afirmó tener una buena expectativa de ellas. Mientras que dos de los encuestados respondieron de manera neutra, el

estudiante #4 afirmó no tener muchas expectativas ya que le parece una simple herramienta social y el estudiante #6 expresó que no tiene ninguna expectativa con respecto a las redes sociales.

En este sentido, la respuesta del estudiante #1 y el #2 se inclinan más que todo a que las redes sociales sigan manteniendo su objetivo: la interacción, debido a que para ellos es importante seguir uniendo a las familias y demás relaciones sociales. El estudiante #3 tiene buenas expectativas de las redes sociales, por lo tanto considera de gran importancia que las redes sociales sigan creciendo y actualizándose, esto se debe a que considera de gran utilidad las funciones que brindan estas plataformas a sus usuarios. Asimismo el estudiante #5 consideró tener buenas expectativas con respecto a las redes sociales ya que cumplen satisfactoriamente con sus estándares. Por otro lado, el estudiante #4 dijo que le parece una simple herramienta social y el estudiante #6 expresó que no tiene ninguna expectativa con respecto a las redes sociales, a estos últimos, les da igual la existencia de plataformas de este tipo o simplemente no cumplen con sus expectativas.

En definitiva, de acuerdo con la mayoría de las respuestas, se puede inferir que las redes sociales cumplen con las expectativas de los estudiantes en cuestión.

Por otro lado, se le preguntó a los entrevistados qué red social usan diariamente. Cinco de los entrevistados, el #2, #3, #4, #5 y #6 consideraron que la red social que usan diariamente es: Instagram. Entre sus bondades, el entrevistado #2 aseguró que es fanático de la red social Instagram, porque le gusta el contenido visual, el #4 expresó que le gusta ver el contenido de las cuestas que sigue, el estudiante #5 aseguró que Instagram representa una forma de estar en contacto con amigos y el estudiante #6 opinó que es la plataforma más fácil de usar.

Como se mencionó en las preguntas anteriores, Instagram es una de las redes sociales número uno en preferencia por su contenido y poder visual, además de representar una herramienta para mantener el contacto con los demás, de una manera amigable y de fácil.

En este sentido, el estudiante #1 usa diariamente WhatsApp para interactuar con su familia, el #3 también, ya que considera que por medio de ella puede chatear con sus amigos y mantenerse informado de los acontecimientos.

Whatsapp es una plataforma de mensajería instantánea a través del teléfono celular en la que se puede enviar y recibir mensajes. Además, hace posible el intercambio de archivos de audio, video y fotografías. (Pérez, 2010).

La segunda red social más usada diariamente por los estudiantes es Whatsapp, esto se debe a que tiene como único objetivo generar comunicación. Lo cual representa un factor fundamental para mantener las relaciones afectivas.

Por último, el estudiante #4 afirmó que la red social que utiliza de diariamente es: Facebook, ya que le permite estar informado.

De acuerdo con un estudio global realizado por Nielsen en el año 2015, los usos de los dispositivos electrónicos en la actualidad son principalmente: 75% escuchar música, 74% conectarse con amigos y familiares, 68% obtener noticias, 68% compartir fotos y videos, 60% encontrar un trabajo, 58% ver contenidos de video programado, 57% educarse, 37% pagar facturas, 20% para compartir información médica, 18% para comprar comestibles y 13% para encontrar algún dato. (Nielsen, 2015).

Como se puede observar, más de la mitad de los estudiados en la investigación usan sus dispositivos para obtener noticias. Además, Venezuela representa uno de los países más noticiosos, por lo tanto algunas personas ingresan a las redes sociales para estar al tanto del acontecer y Facebook es una excelente opción para ello.

La siguiente pregunta consiste en: si alguna vez se sintieron decepcionados por las redes sociales. La mitad de los estudiantes, el #1, #3 y #5 consideran que no se han sentido decepcionados por las redes sociales mientras que los otros tres sí.

El estudiante #2 considera que a veces, en las redes sociales, realizan actualizaciones innecesarias o muy parecidas a las de otras plataformas, el estudiante #4 aseguró que: a ocasiones exponen situaciones delicadas de una manera insensible. Por último, el estudiante #6 considera que: las redes sociales muestran que la vida de los demás resulta más divertida que la propia.

En definitiva, la mitad de los entrevistados nunca han sido decepcionados, mientras que la otra mitad sí y de acuerdo a los motivos que alegan, juega un rol muy importante el tema de la percepción.

La función de la percepción se refiere a recibir, procesar e interpretar las informaciones del entorno por medio de los sentidos. (Escalante, 2012).

De manera que las actualizaciones realizadas a las plataformas (imitando en ocasiones a otras), la publicación de contenidos altamente sensibles y la publicación de contenidos alardeando, pueden ser percibidos de mala manera por parte de los usuarios.

La esencia de las redes sociales no tiene que ver en el disgusto que sienten los estudiantes sobre las plataformas, debido a que la mitad de los entrevistados, consideran no haberse decepcionado.

Seguidamente, se les preguntó a los estudiantes sobre el rol que juegan las redes sociales en una relación de pareja. Ningún entrevistado coincidió en la respuesta, sin embargo, se obtuvieron más respuestas desde el punto de vista positivo, en el que se pudo destacar que: el estudiante #1 considera que las redes sociales facilitan la comunicación, el #2 opinó que es un método de entretenimiento en el que puedes etiquetar a tu pareja y a la vez disfrutar del contenido, el #4 consideró que tienen un rol importante porque los perfiles de redes sociales reflejan el tipo de persona que eres y el tipo de relación que buscas o tienes, además aseguró que para algunas personas es sinónimo de seriedad si la pareja muestra su relación en las redes sociales. Por su parte el estudiante #5 aseguró que juegan un rol positivo, ya que permite que las personas se puedan expresar.

Mientras que del lado negativo, el estudiante #3 opinó que las redes sociales juegan un mal rol porque pueden ser generadores de celos y el estudiante #6 afirmó que es un problema y un medio de conflicto.

De acuerdo con Schiffman y Lazar (2010) las redes sociales son “comunidades virtuales donde las personas comparten información acerca de sí mismos con otros, quienes por lo general tienen intereses similares, y con quienes establecen relaciones que en su mayoría existen tan sólo en el ciberespacio”. (p. 265).

El entrevistado #1 y #5 se refieren más que todo al punto de vista de la interacción, que es precisamente el objetivo con que se crearon las redes sociales. El

entrevistado #2 opinó que es un método de entretenimiento, esto se debe a que la diversión constituye la segunda razón de uso de las redes sociales. (Rogers, 2014).

En definitiva, las redes sociales son un método de entretenimiento porque pueden ayudar a las parejas a escapar un momento de la rutina del día a día y del aburrimiento.

El entrevistado #4 afirmó que los perfiles de redes sociales reflejan el tipo de persona que eres y el tipo de relación que buscas o tienes. Esto se debe a que por medio de los perfiles de redes sociales se pueden determinar los estilos de vida de las personas.

Por otro lado, dos de los entrevistados resaltaron que las redes sociales juegan un mal rol en las relaciones de pareja. El estudiante #3 afirmó que pueden ser generadoras de celos y el #6 consideró que es un problema y un medio de conflicto. Según una investigación realizada por la Facultad de Comunicaciones de la PUC, se estudió durante un año cómo se perciben las relaciones de pareja que utilizan de manera habitual la tecnología. En el estudio se arrojó que: 36,7% de las personas sentían la pérdida de la intimidad sexual, 50,4% sentían celos por el tipo de contenido que sube su pareja a las plataformas, 80,2% consideran negativas las interrupciones para revisar el dispositivo, 71,1% se quejan porque sienten que la otra persona no deja de mirar el teléfono, 70,8% consideran que generan malentendidos por el envío de mensajes y 45,6% generan peleas por situaciones que se debían haber conversado en persona y no por redes sociales. (Halpern, 2016).

En definitiva, se puede inferir que los aspectos negativos son generados por la falta de comunicación y confianza. Sin embargo, para efectos de esta investigación, en

esta pregunta se resalta el rol positivo que tienen las redes sociales sobre las relaciones de pareja en cuanto a: la comunicación y el entretenimiento.

Seguidamente, en la pregunta “¿Los perfiles de las redes sociales reflejan lo que las personas son realmente?” en una escala donde uno representa totalmente en desacuerdo y seis totalmente en acuerdo, se obtuvo lo siguiente: 27,8% de los encuestados seleccionaron la escala dos, 26,7% están totalmente en desacuerdo, 25% posicionan su opinión en la escala tres, 10% en la escala cuatro, 5,6% en la escala cinco y 5% en la escala seis.

Existe una tendencia a estar en desacuerdo debido a que las personas constantemente publican contenido que revelan solamente "lo más destacado" de sus vida y su apariencia (CNN, 2016).

Por lo tanto, se puede inferir que los perfiles de redes sociales no reflejan lo que las personas son realmente, ya que sólo se plasman las apariencias a través de ellas.

El objetivo #2 pretende identificar los hábitos de consumo de las redes sociales, se le preguntó a los entrevistados sobre la frecuencia en que usan sus redes sociales diariamente, y se determinó que: Dos de los entrevistados, el #2 y el #3 frecuentan las redes sociales diez veces al día, el #1 veinte veces, el #4 cinco veces, el #5 quince veces y el #6 tres veces.

Según un estudio realizado a jóvenes con edades comprendidas entre 18 y 30 años de edad, arrojó que: 41% de aquellos pertenecientes a la generación de los millennials revisan sus *smartphones* de manera compulsiva, según The Cocktail Analysis (citado por Universidad de Cuyo, 2016).

La empresa Deloitte realizó una investigación por medio de encuestas, en la que se determinó que las personas entre 18 y 24 años ingresan a las redes sociales 53 veces durante el día aproximadamente, y puede reducirse según la edad. Dicha cifra determina el control que tienen las redes sociales sobre las personas, según Deloitte (citado por Freire, 2015).

Se puede afirmar que la mayoría de los estudiantes frecuentan las redes sociales más de diez veces al día. Sin embargo, no representan cifras alarmantes o compulsivas, basándose en la investigación expuesta anteriormente de la empresa Deloitte.

Asimismo se le preguntó a los entrevistados sobre el tiempo que le dedican a las redes sociales diariamente y se obtuvo que: tres de ellos coincidieron en sus respuestas, el estudiante #2, el #4 y el #5 le dedican a las redes sociales alrededor de dos horas, el estudiante #1 cinco horas, el #3 cuatro horas y el #6 una hora.

De acuerdo con un estudio realizado por Merca 2.0, los millennials pasan aproximadamente entre una a dos horas conectados a las plataformas sociales. (Gonzalez, 2015).

Asimismo, un estudio realizado por GlobalWebIndex, indica que las redes sociales se usan en promedio dos horas diarias y que la mayoría de los usuarios poseen alrededor de cinco plataformas sociales, según GlobalWebIndex (citado por Forbes México, 2015).

Se puede inferir que la mayoría de los entrevistados acude a las plataformas sociales aproximadamente dos horas diarias, debido a la creciente importancia que tienen en la vida de las personas en la actualidad.

Se le realizó a los encuestados la siguiente pregunta: ¿Interactúas con sus contactos por medio de las redes sociales?, 35% de ellos respondieron que la mayor parte del tiempo, 31,1% todo el tiempo, 21,1% la mitad del tiempo, 8,3% menos de la mitad del tiempo y 4,4% casi nunca.

Una de las razones por las que los encuestados interactúan con sus contactos la mayor parte del tiempo es lo expuesto por Trujillo, quien indica que las redes sociales mantienen y fortalecen las relaciones humanas ya que facilitan la socialización. (Trujillo, 2015).

En este sentido, se puede inferir que las redes sociales representan un medio de socialización importante para los estudiantes. Lo cual permite mantener el contacto con el entorno, cuando no existe la posibilidad de ver personalmente a amigos y familiares.

Las funciones de redes sociales que más generan interés son: 72,8% mantenerse al día con las noticias, 70% encontrar contenido entretenido, 65,6% chatear, 51,1% compartir fotos y videos, 16,1% publicar historias, 10,6% comentar publicaciones, 6,1% publicar estados y 1,1% otras funcionalidades.

De acuerdo con los expuesto por el GlobalWebIndex, entre los principales motivos de uso de las redes sociales figura: mantenerse al día con las noticias y eventos de actualidad, según GlobalWebIndex (citado por Marquina, 2015).

Vale la pena resaltar que en Venezuela, el ejercicio del periodismo ha sido víctima de limitaciones y censura. Lo cual ha aumentado la falta de claridad y transparencia en los medios de comunicación. (Durán, 2017).

Es así como, al no existir medios de comunicación capaces de transmitir la verdad por la autocensura, las redes sociales han tenido un auge significativo en lo que a noticias se refiere.

De igual manera, un porcentaje elevado de estudiantes consideran de interés visualizar contenido entretenido en las redes sociales. Esto ocurre debido al tedio o aburrimiento y la necesidad que existe de escapar de la rutina diaria. (Rogers, 2014).

Asimismo, chatear también representa una de las funciones a las que más recurren en las redes sociales. Hooper asegura que las redes sociales facilitan el acceso a la comunicación. (Hooper, 2016).

Esto se debe a que los seres humanos por naturaleza sienten la necesidad de comunicarse y de establecer socialización con su entorno. Ya que las redes sociales representan un medio importante para que se lleve a cabo el proceso de interacción entre unos y otros.

Por otro lado, a los estudiantes se les preguntó: "¿Con qué tipo de personas interactúas por redes sociales?", se determinó que 72,8% interactúa con conocidos, 26,7% con ambos (conocidos y desconocidos) y 0,6% con desconocidos.

En las redes sociales existe la posibilidad de falsificación de la personalidad, puede ser utilizada por criminales para saber datos sobre sus víctimas y cometer delitos como acoso, abuso sexual, secuestro y tráfico de personas. (Universia Honduras, 2012).

Los encuestados interactúan con personas conocidas, esto debido a los potenciales peligros que existen en la red. Ya que, los desconocidos en ocasiones se hacen pasar por otras personas y simplemente utilizan las redes para engañar, buscar información para secuestrar, cometer actos de acoso, entre otros.

Luego se les realizó a los encuestados la siguiente pregunta: ¿Te consideras más sociable por las redes sociales que en persona?, en una escala donde uno representa totalmente en desacuerdo y seis totalmente en acuerdo, se arrojaron los siguientes resultados: 28,9% estaba totalmente en desacuerdo con lo planteado, 23,9%

se posicionó en la escala tres, 20% se posicionó en la escala dos, 15,6% se posicionó en la escala cuatro, 6,1% estaban totalmente de acuerdo y 5,6% se posicionó en la escala cinco.

El proceso de socialización implica interiorizar normas, culturas y valores que prevalecen en el entorno para ejecutar una efectiva interacción social. (Pérez y Merino, 2008).

La mayoría de los encuestados tienen tendencia a estar en desacuerdo. Por lo tanto, se puede inferir que en el proceso de socialización existen características que implican ser interiorizadas y que pueden generarse de manera más efectiva en el cara a cara.

Seguidamente, se le preguntó a los entrevistados acerca del motivo de uso que le dan a las redes sociales, las respuestas repetidas de los entrevistados fueron que: el estudiante #1, el #4 y el #6 utilizan las redes sociales para comunicarse, es decir para mantenerse en contacto. Por otro lado, entre otras opiniones personales de los entrevistados se obtuvo que: el #2 usa las redes sociales para compartir y visualizar contenido, el #3 considera que es útil para mantenerse informado y el #6 para distraerse en ratos libres.

De acuerdo con Trujillo, las redes sociales fortalecen las relaciones humanas, facilitan la socialización, fomentan el intercambio de conocimientos (por el hecho de interactuar) y permiten la libertad de expresión. (Trujillo, 2015).

En este sentido, los entrevistados suelen usar las redes sociales como herramientas para comunicarse y mantener sus relaciones sociales en donde quiera que se encuentren. Ya que las plataformas son útiles para: facilitar y fomentar la comunicación con el entorno.

Por otro lado, en la misma pregunta, la opinión del estudiante #2, #3 y #6 coincide con un estudio realizado por el *GlobalWebIndex.* En el que se arrojó que el primer motivo de uso de las redes sociales es mantener el contacto con los amigos, el segundo es mantenerse al día con las noticias y actualidad, el tercero es usarlas en tiempo libre, el cuarto es encontrar contenido entretenido, el quinto es compartir opiniones y el sexto es compartir fotos y videos, según *GlobalWebIndex* (citado por Marquina, 2015).

Por otro lado, se les preguntó: ¿Qué funciones consideras útiles de las redes sociales?, y se determinó que: el estudiante #3, el #4 y el #6 coincidieron en que la función que consideran útil es: chatear. Esto ocurre debido a lo mencionado anteriormente con respecto a la necesidad de relacionarse, socializar, comunicarse e interactuar con el resto de las personas desde cualquier lugar.

El estudiante #3, agregó que le parecen útiles las informaciones que puede encontrar en sus redes sociales, ya que le permiten estar actualizado. Y como se mencionó anteriormente, las redes sociales tienen un auge significativo en los últimos tiempos con respecto a las noticias, ya que representan uno de los pocos medios abiertos a la libertad de expresión.

Asimismo, el estudiante #4 agregó que también considera útil la función de compartir fotos. Una de las redes sociales más utilizadas por millennials según este Trabajo de Grado es Instagram, lo cual indica que prevalecen las redes sociales con alto contenido visual, en este sentido el hecho de compartir fotos coincide con una de las funciones más relevantes de dicha plataforma.

Por otro lado, el estudiante #1 considera importantes las videollamadas. Las cuales funcionan similar a los chats pero a través de video en vivo y audio incorporado, sin embargo permite satisfacer la misma necesidad: comunicarse.

El estudiante #2, opina que son útiles las etiquetas o menciones. Esta función permite incluir a una persona en una foto publicada o contenido compartido para que sea visible tanto para la persona mencionada como para el público en general.

Por último, el estudiante #5 considera útil la búsqueda de amigos. Una de las particularidades de las redes sociales es que permiten generar más contactos y conocer a nuevas personas, según Global Web Index (citado por Marquina, 2015).

Seguidamente, entre las utilidades que le dan los entrevistados a las redes sociales en una relación de pareja, se obtuvo que ningún entrevistado coincidió en la respuesta a la pregunta. El estudiante #1 aseguró que utiliza las redes sociales para estar enterada de cómo está su pareja, el #2 las utiliza para entretenerse con su pareja, el #3 para ver información de su pareja, el #4 para compartir imágenes que sean interesantes para su pareja, el #5 para expresar sentimientos y el #6 aseguró que no le da ninguna utilidad.

En cuanto a la utilidad que se le da a las redes sociales en una relación de pareja se pudo notar una variedad significativa de opiniones al respecto. Sin embargo, la respuesta del estudiante #1 y el estudiante #5 se relacionan más que todo a la comunicación. Las otras se refieren más que todo a compartir contenido, entretenimiento y visualización de perfiles.

Las redes sociales son modernas herramientas de comunicación que se vuelven cada vez más protagónicas en las relaciones de pareja. Propician una mejor e inmediata comunicación, ya que permiten compartir temas, situaciones y problemas en común. (Reyes, s.f.).

Basándose en el párrafo anterior, se puede inferir que a pesar de que la utilidad de las redes sociales que prevalece es la comunicación, seguido de contenido, entretenimiento y visualización de perfiles, representa un medio útil en las relaciones de pareja debido a que la mayoría opina a favor de las plataformas.

Por otro lado, el dispositivo más utilizado para ingresar a las redes sociales es: 93,3% teléfono móvil, 66,1% computadora y laptop, y por último, 22,8% Tablet.

Los *Smartphones* están diseñados con el fin de que el usuario tenga accesibilidad al conectarse en las redes, además de representar un importante factor para facilitar la vida cotidiana. (Grimaldos, 2012).

Se puede inferir que el dispositivo más usado para ingresar a las redes sociales es el teléfono celular, debido a que representa una herramienta de fácil uso y traslado. Además de permitir y facilitar el acceso a las redes sociales desde cualquier lugar.

Se procedió con la siguiente pregunta: ¿Ingresar a las redes sociales es uno de los mayores usos que le das a tu dispositivo?, 50% respondió frecuentemente, 42,8% siempre, 6,7% poco frecuente y 0,6% nunca.

Los usuarios millennials, utilizan sus smartphones de manera recurrente y hacen más uso de las redes sociales que cualquier otra generación. Además, suelen

dedicarles mucho más tiempo, según Smartme Analytics (citado por el portal de Pickaso, 2017).

En definitiva, se puede inferir que la mayor parte de los estudiantes considera que el mayor uso que le dan a sus dispositivos, es ingresar a las plataformas sociales. Lo que impulsa a esta generación es la socialización y el entretenimiento, en este sentido, las redes sociales representan un espacio importante para ellos y destinan una parte significativa de su tiempo a ingresar a este tipo de plataformas.

El objetivo #3, consiste en identificar las redes sociales que más efecto tienen en las relaciones de pareja. Los siguientes análisis infieren al respecto.

A los encuestados se les pregunto: ¿Qué red social te gusta más?, y se obtuvo que: 42,8% prefiere a Instagram, 33,3% WhatsApp, 13,9% Facebook, 5,6% Twitter, 2,2% Snapchat, 1,1% Pinterest y 1,1% otros como Tumblr.

Instagram posee la particularidad de ser una red social que se caracteriza por ser divertida y muy visual, como objetivo para incrementar el poder de conectividad de las personas que utilizan la aplicación. (Matesa, 2016).

En una investigación realizada por *The Cocktail Analysis* (s.f) se obtuvo que la red social Instagram se refiere a la construcción de una imagen, donde se espera un feedback. Según The Cocktail Analysis (citado por Universidad de Cuyo, 2016).

En definitiva, sabiendo que las redes sociales son usadas gran parte del tiempo libre, los estudiantes recurren a este tipo de plataformas atractivas que les permiten diversión por medio de contenidos visuales, imágenes, videos, stories, entre otras funciones. Es una red social fácil, rápida y simple de usar, que les permite a los estudiantes mantenerse conectados con sus amigos y parejas de una manera diferente, basándose en lo visual.

Seguidamente, se determinaron las redes sociales que más les gusta a los estudiantes. El estudio arrojó que: todos coincidieron con la red social: Instagram. Además, cinco de los seis entrevistados, el estudiante #1, #3, #4, #5 y #6 consideraron que también les gusta Facebook. Asimismo, el estudiante #1 y #3 agregaron que les gusta WhatsApp, el estudiante #2 y #3 se sienten atraídos por Twitter, finalmente el estudiante #3 agregó a su respuesta que considera también a Snapchat entre las redes sociales que más le gusta.

De acuerdo con el sitio web de *Epsilon Technologies*, cerca del 70% de los usuarios de Instagram son millennials, lo cual confirma que prefieren el contenido visual. (Epsilon Technologies, 2015).

En este sentido, Instagram ha sabido llegarle a su público de acuerdo a los objetivos planteados por la aplicación y han sabido distinguirse y superar a las otras redes en cuanto a su uso, percepción y preferencia.

La segunda red social más usada por cinco de los entrevistados fue Facebook. La cual se considera el punto de encuentro digital, debido a que los millennials acceden a Facebook principalmente para estar al día con las noticias, compartir opiniones e intereses, para saber sobre sus amigos y hasta para hacer negocios. (Epsilon Technologies, 2015).

El resultado del siguiente estudio se debe a que Facebook ha sabido mantenerse en la mente de sus usuarios a lo largo del tiempo e integrar en su plataforma diversas funcionalidades que permiten a los jóvenes encontrar un espacio donde poder compartir, revisar contenidos altamente interesantes, entretenerse, entre otros.

Dos de los estudiantes mencionaron que les agrada la red social WhatsApp, la cual funciona como un servicio de mensajería, sin embargo es una red social que aunque está empezando a integrar funcionalidades de otras plataformas (como los stories), no incluye tanta variedad como las demás.

Dos de los estudiantes también se sienten atraídos por Twitter, que de acuerdo con el sitio web *de Google Play*, es una red social más que todo para estar enterado o informado de lo que acontece en el mundo. (Google Play, s.f.).

En ese sentido, Twitter no posee tantas funcionalidades como las demás plataformas sociales. Por lo tanto, ha decaído mucho en los jóvenes el uso de esta red social en comparación con otras.

Por último, el estudiante #3 indicó que le gusta también la red social Snapchat, la cual es una aplicación que se basa en utilizar la cámara fotográfica como una oportunidad para compartir y expresar a los demás la manera en que viven. (Portal de Snapchat, s.f.).

De acuerdo con esto, al igual que WhatsApp y Twitter, son aplicaciones muy específicas que no incluyen una amplia variedad de funciones. Por lo tanto, se puede inferir que las redes sociales que más les gusta a los estudiantes son aquellas que incluyen un amplio abanico de utilidades y aquellas, que además de eso, que se caracterizan por su poder visual.

Seguidamente, se les pidió a los estudiantes mencionar las redes sociales que usan para comunicarse con su pareja y se obtuvo que: el estudiante #1 y #3 utilizan

WhatsApp, por ser la red social más fácil y la que permite realizar llamadas, el estudiante #4 y #5 utilizan Instagram, por el compartimiento de fotos con la pareja, los estudiantes #4 y #6 utilizan Facebook por ser mejor a la hora de chatear y el estudiante #2 asegura que usa las redes sociales con el fin de entretenerse y no para comunicarse con su pareja.

Las redes sociales que usan los entrevistados para comunicarse con su pareja son: WhatsApp, Instagram y Facebook. WhatsApp es una plataforma de mensajería instantánea a través del teléfono celular en la que se puede enviar y recibir mensajes.

Esta red social, hace posible también el intercambio de archivos de audio, video y fotografías. (Pérez, 2010).

Las parejas usan esta plataforma, debido a que permite comunicarse con la pareja de una manera más versátil a través de llamadas, mensajes en tiempo real con la posibilidad de obtener una respuesta rápida por parte del receptor.

Otra de las redes sociales que usan las parejas para comunicarse es Instagram. Más que todo por el contenido visual que se puede subir o compartir en la plataforma, generando así una interacción, más que todo desde el punto de vista de entretenimiento.

Cabe destaca que cerca del 70% de los usuarios de Instagram son millennials, lo cual confirma que prefieren el contenido visual. Para ellos, Instagram representa lo último en redes sociales, es donde se encuentran las tendencias actuales, usuarios con gustos similares, entre otros.

Los temas más recurrentes en Instagram son: moda, belleza, música, aficiones, comida o entretenimiento. (Epsilon Technologies, 2015).

Otra de las redes sociales compartidas por dos de los entrevistados es Facebook. Esta plataforma se creó con el fin de ser un espacio en el que los alumnos pudieran interactuar e intercambiar contenidos y comunicación de una manera sencilla y rápida. (Pérez y Gardey, 2010).

De esta manera, Facebook es una red social, considerada por los entrevistados, como una forma fácil de comunicarse con su pareja y entretenerse a través de contenidos diversos.

Por otro lado, se les pregunto a los estudiantes si su pareja respeta la privacidad de sus redes sociales. En el estudio se obtuvo que: 58,9% opinan que siempre, 35% frecuentemente 5,6% poco frecuente y 0,6% nunca.

En una relación de pareja, se debe tener en cuenta que cada persona posee su privacidad. Por lo tanto debe existir confianza para que la relación pueda funcionar, en caso contrario se estaría agotando el nexo, ya que interrumpir ese espacio personal podría pasar de una simple curiosidad, a un chisme. (Ramírez, s.f.).

En este sentido, las redes sociales representan espacios íntimos y privados de cada persona. Además, partiendo de que la confianza es un valor primordial en una relación, no deben presentarse escenarios que corrompan dicho espacio.

En este este sentido y de acuerdo con los resultados obtenidos, se puede inferir que en su mayoría los estudiantes suelen respetar los espacios personales de su

pareja. Además, se pone en evidencia un valor tan fundamental en las relaciones de pareja como lo es: la confianza.

Seguidamente se les realizó la siguiente pregunta: ¿Sientes la necesidad de saber qué está haciendo tu pareja en las redes sociales?. Se determinó en la investigación que: 35% casi nunca, 22,2% menos de la mitad del tiempo, 16,1% nunca, 13,3% la mitad del tiempo, 8,9% la mayor parte del tiempo y 4,4% todo el tiempo.

La adicción se caracteriza por la dependencia excesiva a una situación o a algo y puede ser perjudicial para la salud. En la actualidad, el uso de las nuevas tecnologías en los adolescentes, representa perderse en un mundo de fantasía para huir de la rutina del día a día. Sin embargo, la adicción suele generarse a partir de problemas previos. (Szerman, s.f.).

En este sentido y de acuerdo a la investigación realizada, los estudiantes tienen una tendencia a no sentir la necesidad de revisar cada publicación o uso que le de su pareja a las redes sociales. Esto se debe a la presencia de valores fundamentales como la fidelidad, el respeto y la confianza que deben prevalecer en la relación.

La siguiente pregunta era: ¿Tu pareja te pide la clave de tus redes sociales?, se obtuvo que 80,6% nunca, 14,4% poco frecuente, 3,9% frecuentemente y 1,1% siempre.

La experta en relaciones interpersonales y profesora de California State University San Bernardino, Kelly Campbell, asegura que las parejas que suelen ser más felices son aquellas que poseen cierta privacidad. Considerando así que la independencia en las relaciones de pareja representan algo sano y beneficioso, según Campbell (citado por Gaglianone, 2014).

La psicóloga y profesora de la Universidad de Long Island, Suzanne Phillips, asegura que en una relación de pareja debe existir necesariamente un balance entre la

intimidad y la privacidad. La decisión de compartir la contraseña no es un requerimiento impuesto en la pareja, es decisión de las partes, según Phillips (citado por Gaglinone, 2014).

En este sentido, se puede inferir que la mayoría de los estudiantes nunca comparten su contraseña con su pareja. Esto se debe al respeto de ambas partes a la vida privada que posee cada individuo, haciendo que la relación sea más sana y sostenible.

Luego, los encuestados respondieron a la pregunta: ¿Tu pareja revisa tu celular?, en el estudio se obtuvo que: 53,3% nunca, 38,9% poco frecuente, 7,2% frecuentemente y 0,6% siempre.

Se considera que no es correcto revisar el celular de la pareja, debido a que representa una muestra evidente de inseguridad personal. Ya que cuando una relación es honesta y sincera, no existe necesidad de espiar a la otra persona, según Cruylles (citado por Querales, 2016).

En este sentido, se puede inferir que los estudiantes no suelen revisar el teléfono celular de su pareja, debido a la alta probabilidad de que sea una relación honesta. Además, por la presencia de valores como el respeto, confianza y fidelidad.

Seguidamente, se le preguntó a los estudiantes, si consideraban que tener una relación de pareja implica tener poca privacidad al exponerse en redes sociales. Dicho estudio, obtuvo como resultado que: cuatro de los entrevistados, el estudiante #1, #2, #4 y #5 consideraron que no, mientras que el estudiante #3 y #6 consideraron que sí.

De acuerdo con una investigación realizada por el Instituto de Investigación Social de la Universidad de Michigan, las parejas deben respetar su privacidad individual. Ya que tener espacios a solas motiva el sentido de identidad en la pareja y fomenta la independencia. Esto permite tener una relación más sana, dejando a un lado el apego. (Orbuch, 2013).

En una relación se debe tener presente que cada individuo posee su privacidad, por lo tanto debe existir confianza para que la relación pueda funcionar. En caso contrario, se estaría agotando el nexo, ya que interrumpir esa privacidad podría pasar de una simple curiosidad a un chisme. (Ramírez, s.f.).

Por lo tanto, se puede inferir que la mayoría de los entrevistados respeta el espacio personal de su pareja debido a la confianza que se tienen.

Por otro lado, se le realizó a los encuestados la siguiente pregunta: “¿Confías en tu pareja?”. En una escala donde uno representa totalmente en desacuerdo y seis totalmente en acuerdo se obtuvo que: 48,3% están totalmente de acuerdo, 22,8% se posicionan en la escala cinco, 13,9% en la escala cuatro, 10,6% en la escala tres, 2,2% en la escala dos y 2,2% están totalmente en desacuerdo.

En una relación de pareja debe existir necesariamente el valor de la confianza, ya que es fundamental para el entendimiento mutuo. Debido a que la confianza es la que garantiza la solidez que pueda existir en una relación, en caso contrario, sería imposible sobrellevar una buena convivencia con la persona que se desea estar. (Rissoan, 2015).

Existe una alta tendencia a que los estudiantes confíen en su pareja. Ya que la confianza representa el valor fundamental y una de las principales razones de hacer sostenible una relación. La confianza garantiza la buena convivencia, armonía y paz, ya que sin ella no pudiera existir un nexo de este tipo.

En relación a la siguiente pregunta: "¿Has sentido incomodidad por el tiempo que tu pareja le dedica a las redes sociales?", se determinó que: 53,3% consideran esto poco frecuente, 26,1% nunca, 16,1% frecuentemente y 4,4% siempre.

Si una persona pasa demasiado tiempo navegando en las redes sociales, puede ser motivo de que la pareja sienta soledad y frustración. Ya que hay un elemento que se está interponiendo en la relación. (Lambertsen, 2015).

En tal sentido, se puede inferir que los encuestados consideran que ocurre de manera poco frecuente, debido a que el tiempo que sus parejas le dedican a las redes sociales no es tan significativo como para considerar que están interponiéndose en la relación.

Seguidamente se planteó la pregunta "¿Tienes constantes discusiones con tu pareja por culpa de las redes sociales?" en la que se obtuvo que: 46,7% de los encuestados consideran que nunca tienen discusiones con sus parejas por culpa de las redes sociales, 42,8% lo considera poco frecuente, 8,9% frecuentemente y 1,7% siempre.

Las redes sociales son abiertas, por lo tanto los individuos deben tener especial cuidado en la manera como las usan. Esto permitirá fortalecer las relaciones, que en ocasiones, se ven quebrantadas por el mal uso de estas plataformas. (López, 2015).

Sin embargo, de acuerdo con los resultados, los encuestados parecen tener presente el adecuado uso que se le debe dar a las redes sociales, sin dejar que interfieran en la relación. Las redes sociales existen para una infinidad de aspectos positivos como: conectar a las personas, entretener y divertirse. Por lo tanto, un problema que pueda generar discusiones se debe, en tal caso, al mal uso que se le dan a las plataformas.

De acuerdo con el objetivo #4, se deben identificar las situaciones que ocasionan las redes sociales en la relación de pareja de estudiantes. La primera pregunta a este objetivo permite saber si en alguna oportunidad los estudiantes salieron con alguien que conocieron por medio de las redes sociales, y se obtuvo que: 53,3% sí y 46,7% no.

Entre las desventajas, se considera que las redes sociales pueden llegar a ser peligrosas ya que fomentan la falsificación de personalidad. Además, puede ser utilizada por criminales para saber datos sobre sus víctimas, para cometer delitos como acoso, abuso sexual, secuestro y tráfico de personas. (Universia Honduras, 2012).

En las redes sociales se pueden encontrar una infinidad de usuarios, entre ellos existen personas que pueden parecer atractivas e incentivar la curiosidad de conocerlas personalmente. Dejando a un lado los potenciales peligros que puedan generarse a partir de un encuentro de este tipo.

Por lo tanto, se puede inferir que la mayoría de los estudiantes suelen salir alguna vez con un usuario desconocido de las redes sociales. Debido a la curiosidad y la falta de conocimientos sobre los riesgos que implican.

Luego, se realizó la siguiente pregunta: “¿Las redes sociales permiten expresar el amor que sientes hacia tu pareja?”. En una escala donde uno representa totalmente en desacuerdo y seis totalmente en acuerdo, se determinó que: 22,2% consideran la escala cuatro, 19,4% la escala tres, 17,8% están totalmente en desacuerdo, 15% consideran la escala cinco, 14,4% se encuentran totalmente en acuerdo y 11,1% consideran la escala dos.

Los estudiantes suelen estar más en acuerdo que en desacuerdo, esto se debe a que el uso de las tecnologías permite a muchas personas abrir más fácilmente su corazón, pues para la mayoría de las parejas el ámbito online resulta más fácil a la hora de una conversación, que el cara a cara. Por lo tanto, las tecnologías son medios que permiten expresar sentimientos y emociones sin temor al rechazo. (Lickerman, 2015).

En este sentido, se puede inferir, que los estudiantes consideran que las redes sociales permiten expresar el amor que sienten hacia su pareja. Esto se debe a que son espacios idóneos para expresarse libremente, sin temor a ser rechazados.

Asimismo, los encuestados respondieron a la siguiente pregunta: “¿Las redes sociales permiten una mejor comunicación con tu pareja?”. En una escala donde uno representa totalmente en desacuerdo y seis totalmente en acuerdo, se concluyó que: 23,3% consideraban la escala tres, 20% la escala cuatro, 19,4% estaban totalmente en acuerdo, 13,9% opinaban estar totalmente en desacuerdo, 13,3% consideraban la escala dos y 10% la escala cinco.

Las redes sociales, tienen la particularidad de mantener y fortalecer las relaciones humanas. (Trujillo, 2015).

Sin embargo, para efectos de esta investigación, la mayoría de los estudiantes tiene una tendencia a estar en desacuerdo con lo planteado. Esto quiere decir que la comunicación no es mejor en las parejas, solo por la existencia de las redes sociales, ya que las plataformas son unas herramientas que facilitan la comunicación, sin embargo no la mejoran.

Existe una diferencia significativa entre la comunicación por redes sociales y en el cara a cara. Las redes sociales no tienen presente un factor tan fundamental como el lenguaje no verbal, puede que en algunos casos el mensaje no llegue de la manera adecuada y se preste para diversas interpretaciones, entre otros. Por esto, son herramientas facilitadoras de la comunicación pero no permiten mejorarla, ya que no puede sustituir a la comunicación presencial.

Por otro lado, se planteó la siguiente pregunta: "¿Por las redes sociales es más fácil expresarle algo a tu pareja que en el cara a cara?". En una escala donde uno representa totalmente en desacuerdo y seis totalmente en acuerdo, se determinó que: 50% están totalmente en desacuerdo, 18,3% consideran la escala tres, 16,7% la escala dos, 6,1% la escala cuatro, 5% la escala cinco y 3,9% se encuentran totalmente en acuerdo.

En ocasiones, las redes sociales facilitan la creación de malentendidos, debido a que a través de los chats no se puede expresar un mensaje de calidad. Puesto que no está presente el factor fundamental que representa el 40% de la comunicación humana, que es: el lenguaje no verbal. Además, puede generar preocupaciones a la pareja por las demoras en contestar, entre otros. (Lickerman, 2015).

Los estudiantes tienen a una tendencia a estar totalmente en desacuerdo con la pregunta. Se debe tener en cuenta que cada persona internaliza o percibe los mensajes

de manera distinta. Por lo tanto expresar algo en el cara a cara permite tener un mejor control de la situación.

Seguidamente, los encuestados respondieron a la siguiente pregunta: “¿las redes sociales permiten expresar sentimientos y emociones sin temor al rechazo?”. En una escala donde uno representa totalmente en desacuerdo y seis totalmente en acuerdo, se obtuvo que: 26,7% de los encuestados está totalmente en desacuerdo, 23,9% consideran la escala tres, 18,9% la escala dos, 15,6% la escala cuatro, 7,8% la escala cinco y 7,2% se encuentran totalmente en acuerdo.

La mayoría de los encuestados se encuentran totalmente en desacuerdo, debido a lo que se mencionó anteriormente en la pregunta relacionada a las redes sociales y el cara a cara. En este sentido, las plataformas son un excelente método de comunicación, sin embargo puede que el mensaje no se transmita con la calidad que merece, debido a la ausencia de diversos factores.

Entre los factores a destacar, se encuentran: la falta del lenguaje no verbal y la ausencia del contacto físico, lo cual resulta muy importante a la hora de expresar sentimientos y emociones a la pareja.

Las ventajas de las redes sociales en una relación de pareja, según los entrevistados, son las siguientes: el estudiante #2 y #4 aseguraron que permiten compartir intereses en común. El estudiante #1 expresó que una de las ventajas es la comunicación y la cercanía que se puede generar con la pareja, el estudiante #3 consideró que las redes sociales permiten saber quiénes son los amigos de la pareja y tener información de ellos, el estudiante #5 agregó que una ventaja es poder expresarse y el #6 consideró que las redes sociales no tienen ninguna ventaja.

Entre las ventajas, se destaca el reencuentro con conocidos, además de favorecer positivamente a la búsqueda de pareja y de amistades para compartir

intereses. También permiten compartir momentos especiales con personas cercanas, existe la posibilidad de conectarse con los demás desde cualquier parte del mundo, permiten buscar trabajo, mantener a las personas actualizadas con las noticias del momento, participar en conferencias y actos, permiten la comunicación en tiempo real y generar movimientos masivos. (Universia Honduras, 2012).

Las ventajas arrojadas en este trabajo de investigación, son básicamente las establecidas en estudios existentes. Ambas fuentes indican que las ventajas de las redes sociales en una relación de pareja son: compartir intereses en común, fomentar la comunicación y obtener información de la pareja. Por lo tanto, las ventajas mencionadas por los entrevistados, van acorde con los propósitos que desean generar las plataformas sociales en sus usuarios.

Por otro lado, los encuestados contestaron la siguiente pregunta: “¿Has sentido celos por el tipo de contenido que sube tu pareja a las redes sociales?”, en la investigación se obtuvo que: 28,3% de los encuestados están totalmente en desacuerdo, 16,7% consideran la escala cuatro, 16,1% están totalmente en acuerdo, 13,9% consideran la escala tres, 12,8% la escala dos y 12,2% la escala cinco.

Los celos son sensaciones que puede a llegar a sentir una persona cuando siente que está en peligro de perder a otra (su pareja). Esto ocurre cuando un individuo le presta más atención a otra persona, y en consecuencia, se disminuye el interés en la relación. (Pérez, 2016).

Por lo tanto, según los resultados se puede inferir que la mayoría de los encuestados tienen una tendencia a no sentir celos por el tipo de contenido que publica su pareja. Esto indica que las relaciones de pareja de estudiantes suelen tener foco y presencia de valores como la fidelidad, lo cual permite que no se generen este tipo de situaciones.

La siguiente pregunta consiste en: “¿Has sentido la necesidad de revisar el perfil social de tu pareja?”, en la que se obtuvo como resultado que: 42,2% consideran que es poco frecuente, 28,3% frecuentemente, 24,4% nunca y 5% siempre.

De acuerdo con lo expresado por la psicóloga clínica, Julia González, las personas que revisan el perfil social de su pareja tienen dos razones en común: la desconfianza y las inseguridades (a veces sin razones aparentes). (González, 2017).

En este sentido, se puede inferir que la mayoría de los estudiantes encuestados tienen una elevada tendencia a revisar el perfil social de su pareja. Esto se debe a la desconfianza y las inseguridades.

De igual manera, los estudiantes contestaron la siguiente pregunta: “¿Estás pendiente de lo que publica tu pareja en las redes sociales?”, el estudio arrojó que: 37,8% de los encuestados consideran estar frecuentemente pendientes, 32,2% poco frecuente, 20,6% siempre y 9,4% nunca.

Las redes sociales permiten que las personas ejerzan un mayor control sobre las relaciones sociales que tiene su pareja, lo cual puede desencadenar miedos, inseguridades y desconfianza. (Ángeles 2014).

A través de las redes sociales se pueden saber los hábitos y estilos de vida que posee cada persona. Como por ejemplo: investigar a quiénes tiene de amigos, lo cual pudiera desencadenar miedos y temores.

Se puede inferir, que la mayoría de los encuestados tienen una tendencia a estar pendientes de lo que publica su pareja. Esto pudiera tener relación directa con los hábitos que posee el usuario en las plataformas.

Seguidamente, los estudiantes respondieron a la siguiente pregunta: "¿Las redes sociales pueden deteriorar las relaciones de pareja?". Considerando uno representa totalmente en desacuerdo y seis totalmente en acuerdo, se obtuvo que: 32,8% estaban totalmente en acuerdo, 21,1% consideraron la escala cuatro, 15% la escala tres, 12,8% la escala cinco, 9,4% estaban totalmente en desacuerdo y 8,9% la escala dos.

Las redes sociales son todas aquellas comunidades virtuales donde las personas pueden compartir informaciones de sí mismos con otros, con los que se tienen intereses en común. (Schiffman y Lazar, 2010).

En tal sentido, el deterioro se genera a partir del uso indiscriminado de las plataformas. Ya que las redes sociales en su esencia no son causantes del deterioro de la pareja. Por lo tanto, los valores y principios juegan un rol fundamental para que no se desvirtúe el uso de las mismas.

En este sentido, de acuerdo con los resultados se puede inferir que las parejas, en ocasiones, suelen hacer uso indiscriminado de las redes sociales, lo cual conlleva al deterioro de la relación.

Por otro lado, los encuestados respondieron la siguiente pregunta: "¿Las redes sociales generan malentendidos con tu pareja?". En una escala donde uno representa totalmente en desacuerdo y seis totalmente en acuerdo, se concluyó lo siguiente: 21,7% se encontraban totalmente en desacuerdo, 21,7% consideraban la escala tres,

17,2% consideraban la escala dos, 14,4% estaban totalmente en acuerdo, 13,3% consideraban la escala cinco y 11,7% la escala cuatro.

Los malentendidos se generan por la falta de comunicación en la pareja. En este sentido, la comunicación se refiere a expresar la forma en que cada individuo entiende el mundo. (Recio, 2007).

De acuerdo con el planteamiento, la comunicación permite generar una sintonía en cuanto a la percepción y el entendimiento mutuo de la pareja, ya que cada persona puede interpretar las situaciones de manera distinta. De esta manera, se puede inferir que las redes sociales no son generadoras de malentendidos en las parejas, debido a que se presume que existe una buena comunicación y entendimiento entre las partes. Además de un buen uso de las redes sociales, de acuerdo a los valores y principios que caracterizan a cada persona.

Seguidamente, los encuestados contestaron a la siguiente pregunta "¿Has terminado relaciones de pareja a causa de las redes sociales?", en el estudio se arrojó que: 68,9% nunca, 20,6% poco frecuente, 8,3% frecuentemente y 2,2% siempre.

La mayoría de los encuestados indicaron que nunca han terminado una relación de pareja a causa de las redes sociales. Lo cual coincide con el planteamiento de la psicóloga y sexóloga Carmen Sánchez, quien indica que las redes sociales son solamente herramientas que permiten la socialización y la comunicación virtual, sin embargo puede ejercer el papel de facilitador de determinadas situaciones, pero no son causantes de rupturas. (Sánchez, s.f).

De acuerdo con el planteamiento, se puede inferir que las redes sociales no han sido causantes de las rupturas de pareja de estudiantes universitarios. Aunque puedan generar situaciones de desagrado, no suelen ser las principales causas, esto se debe a la que las situaciones generadas a través de las redes sociales tienen una razón de fondo, la cual suele ser determinada por la falta de principios, falta de madurez, entre otros factores.

Por otro lado, se le preguntó a los entrevistados sobre las desventajas que tienen las redes sociales en las relaciones de pareja: el estudiante #2 y #3 coincidieron en que una de las desventajas de las redes sociales es que pueden ser generadoras de celos. Asimismo el estudiante #1 considera que en las redes sociales se pueden descubrir las mentiras de la pareja, el #5 considera que puede generar discusiones, el #6 opina que interrumpe la privacidad de la relación, además de fomentar los engaños y aventuras románticas fuera de la pareja. Por otro lado, el estudiante #4 considera que no posee desventajas.

Según una investigación realizada por la Facultad de Comunicaciones de la PUC, se estudió durante un año cómo se perciben las relaciones de pareja que utilizan de manera habitual la tecnología y se arrojó que: 36,7% de las personas sienten la pérdida de la intimidad sexual, 50,4% sienten celos por el tipo de contenido que sube su pareja a la plataforma, 80,2% consideran como aspecto negativo las interrupciones de sus parejas para revisar los mensajes en el teléfono, 71,1% se quejan porque sienten que la pareja no deja de mirar el teléfono, 70,8% consideran que se generan malentendidos por el envío de mensajes y 45,6% piensan que se generan peleas por situaciones que sienten que se debían haber conversado en persona y no por Whatsapp. (Halpern, 2016).

De manera que las desventajas de las redes sociales en una relación de pareja se centran, más que todo, en lo establecido teóricamente según las investigaciones anteriores. Se basan más que todo en situaciones donde se pueden generar celos, discusiones, mentiras y engaños, los cuales pueden surgir por la falta de valores, inmadurez e infidelidad en el nexo. Las desventajas que alegan los entrevistados, tiene que ver más que todo con malas actuaciones que se establecen en las redes sociales. Además de tener un alto grado de relación con la forma particular de ser y de pensar de cada individuo.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 *Conclusiones*

1. La mayoría de los estudiantes que participaron tienen edades comprendidas entre 22 y 25 años, cuyas edades representan las de un estudiante que se encuentra en sus últimos años de carrera.

2. La mayoría de los encuestados fueron de sexo femenino, por ser aplicados a carreras en las que prevalecen, por su naturaleza, las féminas.

3. Los valores que predominan en los estudiantes universitarios son la responsabilidad y el respeto. Debido a que son los que implican una convivencia sana tanto en lo personal, como en una relación de pareja.

4. Los estudiantes asocian la lealtad con el respeto y la fidelidad, por lo tanto poseen un buen concepto del valor.

5. La mayoría de los estudiantes prefieren dormir, descansar y realizar actividades que no impliquen salir de sus casas.

6. Los estudiantes frecuentan las redes sociales de manera compulsiva, debido a la necesidad de dar a conocerse para sentirse incluidos en una comunidad y por el aspecto de socialización que caracteriza al ser humano.

7. Los estudiantes asocian a las redes sociales con Instagram, debido a que ha sabido posicionarse en la mente de sus usuarios, por la preferencia que tienen al contenido visual.

8. Las redes sociales permiten mantener, fortalecer y mejorar la comunicación de las relaciones afectivas del ser humano.

9. Los estudiantes poseen buenas expectativas con respecto a las redes sociales, ya que apoyan ciertas características como: la comunicación, interacción y socialización que se puedan generar a partir de ellas.

10. Los estudiantes usan diariamente la red social Instagram por su fácil manipulación y poder visual que genera en sus usuarios.

11. Los estudiantes se decepcionan de las redes sociales cuando detectan cambios en las plataformas y cuando se malinterpretan los mismos.

12. Las redes sociales en una relación de pareja juegan un rol comunicativo y de entretenimiento.

13. Los perfiles de redes sociales no reflejan lo que las personas son realmente, ya que sólo se plasman las apariencias a través de ellas.

14. Los estudiantes frecuentan las redes sociales más de diez veces diariamente.

15. En promedio, los estudiantes usan las redes sociales dos horas diariamente.

16. Los estudiantes ingresan a las redes sociales todo el tiempo para interactuar con sus contactos. Ya que permiten mantener, fortalecer y facilitar las relaciones humanas.

17. Las funciones de las redes sociales que más generan interés en los estudiantes son: obtener noticias, chatear y encontrar contenido entretenido.

18. Los estudiantes interactúan con conocidos a través de las redes sociales, debido a los potenciales peligros que se encuentran en la red, como las falsas identidades e intenciones delictivas de ciertas personas.

19. Las redes sociales no implican que los estudiantes sean más sociables que en persona. Debido a que en el cara a cara se pueden interiorizar características y normas que permiten un mejor proceso de socialización.

20. Los estudiantes usan las redes sociales para comunicarse y mantenerse en contacto, debido a la necesidad de relacionarse.

21. Para los estudiantes la función que consideran más útil en las redes sociales es: chatear.

22. Las plataformas sociales son útiles en las relaciones de pareja ya que propician la comunicación, la información y el entretenimiento de ambos.

23. El dispositivo más utilizado para ingresar a las redes sociales es el teléfono móvil, ya que tiene funciones que facilitan la vida diaria de las personas y permiten el fácil acceso a las plataformas sociales desde cualquier lugar.

24. Los estudiantes usan sus dispositivos para ingresar, la mayor parte del tiempo, a las redes sociales. Las cuales juegan un rol fundamental en cuanto a la socialización y el entretenimiento.

25. La red social que más le gusta a los estudiantes es Instagram ya que permite divertirse y compartir por medio de contenidos altamente visuales.

26. Instagram y Facebook son las redes sociales que más les gusta a los estudiantes. Instagram, debido a que es usada por la mayoría de los millennials

por su alto contenido visual y Facebook, debido a las diversas funcionalidades que ofrece a sus usuarios.

27. Las redes sociales que usan los estudiantes para comunicarse con su pareja son: Whatsapp por permitir una comunicación más versátil, Instagram para entretenerse y Facebook por las diversas funciones y la facilidad para comunicarse.

28. La confianza es el valor fundamental en las relaciones de pareja de estudiantes y, en consecuencia, respetan la privacidad de las redes sociales de su pareja.

29. Los estudiantes no sienten la necesidad de revisar cada publicación o uso que le de su pareja a las redes sociales.

30. La mayoría de los encuestados suele respetar y abstenerse a obtener la contraseña de su pareja, debido a que existe un balance entre la privacidad y la intimidad. Lo cual hace que la relación sea sana y sostenible.

31. Los estudiantes no revisan el celular de su pareja, debido a que no sienten inseguridades personales.

32. Las relaciones no implican tener poca privacidad al exponerse a las redes sociales, debido a que ambos suelen respetar el espacio personal de su pareja.

33. Los estudiantes suelen tener confianza con su pareja, ya que es un valor fundamental y el que sustenta la solidez de la relación.

34. Los estudiantes no suelen sentir incomodidad por el tiempo que sus parejas les destinan a las plataformas sociales. Debido a que el tiempo no es tan significativo como para interponerse en la relación.

35. Los estudiantes suelen dar un uso adecuado a las redes sociales en las relaciones de pareja, por tal motivo no suelen ser fuentes generadoras de discusiones.

36. Los estudiantes suelen salir al menos una vez con usuarios desconocidos de las redes sociales, debido a la curiosidad y dejando a un lado los potenciales peligros que pudieran existir.

37. Las redes sociales son idóneas para expresar el amor. Esto se debe a que representan espacios que permiten expresarse libremente, sin temor al rechazo.

38. Las redes sociales no mejoran la comunicación en una relación de pareja, sólo son herramientas que la facilitan.

39. Las redes sociales no pueden sustituir el cara a cara en una relación de pareja. Debido a que cada persona internaliza los mensajes de manera distinta y por las plataformas es difícil tener control de ello. Además, otro de los factores que destacan es la ausencia de lenguaje no verbal.

40. Las redes sociales no sirven como una herramienta para expresar sentimientos y emociones. Esto se debe a factores como: la ausencia del lenguaje no verbal y la falta contacto físico.

41. Las ventajas de las redes sociales en una relación de pareja son: compartir intereses en común, facilitar la comunicación y obtener información.

42. Los estudiantes no suelen sentir celos por el tipo de contenido que suben sus parejas a las redes sociales. Esto se debe al foco en la relación y la presencia de valores como la fidelidad, lo cual permite que no ocurran situaciones de desagrado.

43. La mayoría de los estudiantes suelen revisar el perfil social de su pareja, debido a la desconfianza y las inseguridades que surgen en ocasiones (a veces sin razón aparente).

44. La mayoría de los estudiantes están pendientes de lo que publica su pareja por medio de las redes sociales. Debido a los hábitos que proyecta la pareja a través de dichas plataformas, los cuales generan miedos y temores.

45. Los estudiantes consideran que las redes sociales pueden deteriorar las relaciones de pareja, debido al uso indiscriminado que se le da a las mismas.

46. Las redes sociales no generan malentendidos, debido a la existencia de comunicación, entendimiento y sintonía de las parejas.

47. Las redes sociales no son causantes de rupturas de pareja de estudiantes, son facilitadoras de situaciones de disgusto.

48. Las redes sociales en una relación de pareja pueden generar situaciones de celos, discusiones, mentiras y engaños, debido a la falta de principios, inmadurez e infidelidad.

7.2 *Recomendaciones*

7.2.1 *Recomendaciones referentes a la investigación*

- Seguir fomentando la educación de valores, para orientar el buen comportamiento de las personas en una relación de pareja.

- Establecer prioridades con respecto a la frecuencia de uso de las redes sociales, para no descuidar las relaciones de pareja.

- Priorizar la comunicación en el cara a cara, como elemento indispensable para una comunicación más honesta.

- Abstener a las redes sociales a realizar cambios o imitación de funcionalidades de otras plataformas, para no causar el rechazo y decepción por parte de los usuarios.

- Apreciar las bondades comunicativas y de entretenimiento que brindan las redes sociales, para fomentar la interacción e interés de la relación.

- Educar a los usuarios de las plataformas a no confiar plenamente en los perfiles de redes sociales, para evitar potenciales peligros y engaños.

- Disminuir el uso compulsivo de las redes sociales, para evitar aislarse de las relaciones personales.

- Fomentar el uso de las redes sociales, como elemento para mantener y fortalecer los vínculos afectivos.

- Apostar por el uso de las redes sociales como herramienta útil para el entretenimiento en las parejas.

- Seguir impulsando la interacción con conocidos a través de redes sociales, para evitar potenciales peligros.

- Seguir fomentando valores como la confianza y la fidelidad, para que prevalezca el respeto en las parejas y disminuir los celos, discusiones, mentiras y engaños.

- Seguir fomentando el buen uso de las redes sociales, para no generar malentendidos y conflictos en las parejas.

- Potenciar los riesgos de salir con usuarios desconocidos de las redes sociales, para evitar disgustos o peligros que atenten contra la vida.

- Fomentar el cara a cara a la hora de expresar el amor hacia la pareja, ya que en presencia del lenguaje no verbal, el mensaje llegará de manera más efectiva.

7.2.2 *Recomendaciones para estudiantes al realizar un proyecto de grado*

- La escogencia de un tema de interés para la elaboración del Trabajo de Grado es imprescindible para que resulte más fácil su realización.

- Es importante que el tema posea la cantidad necesaria de fuentes que permitan respaldar el contenido del Trabajo de Grado.

- Establecer metas claras para la finalización de los capítulos permitirá culminar el trabajo en el tiempo estipulado.

- Mantener el orden en las ideas permitirá una mejor comprensión por parte del lector.

- Establecer conversaciones con personas expertas en la materia, para darle una dirección adecuada al Trabajo de Grado.

- Tener especial cuidado con la redacción y ortografía a lo largo del trabajo, para permitir una lectura más fluida.

- Por último, utilizar un lenguaje simple y sencillo permitirá que el mensaje llegue al lector de manera adecuada.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes bibliográficas

Bisquerra, R. (2009). *Metodología de la investigación educativa*. (2 ed.). Madrid: Editorial La Muralla, S.A.

Darío, I. y Darío, R. (2006). *Método y conocimiento: metodología de la investigación*. (1 ed.). Colombia: Fondo Editorial Universidad Eafit.

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación*. (3 ed.). México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana.

Juez, P. y Diez, J. (1997). *Probabilidad y estadística en medicina*. (1 ed.). Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2003) *Fundamentos de marketing*. (6 ed.) México: Prentice Hall México.

Kotler, P. Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. (8 ed.). México: Editorial Pearson Educación.

Klimovsky, G. (1994) *Interpretar, conocer, crear.* (1 ed). Montevideo: Ediciones Trilce.

Revuelta, F. y Pérez, R. (2009). Interactividad en los entornos de formación online. (1 ed.). Barcelona: Editorial UOC

Rissoan, R. (2015) *Redes sociales: comprender y dominar las nuevas herramientas de comunicación*. (3 ed.) Barcelona: Eni Ediciones.

Rivera, J. Arellano, R. y Molero, V. (2000). *Conducta del consumidor: estrategias y tácticas aplicadas al marketing*. (2 ed.). Madrid: Esic Editorial.

Rojas, R. (2002). *Investigación social*. (10 ed.). México: Plaza y Valdes

Schiffman, L. y Lazar, L. (2010). *Comportamiento del Consumidor*. (10 ed.). México: Editorial Pearson Educación.

Uribe, F. (2004). *Diccionario de metodología de la investigación científica*. (1 ed.). México: Limusa Noriega Editores.

Fuentes electrónicas

Acevedo, R. (2015). *Tres efectos de la tecnología en tu relación de pareja.* ¶4. Recuperado de http://hoy.com.do/tres-efectos-de-la-tecnologia-en-tu-relacion-de-pareja/

Ángeles, (2014). *¿Afectan las redes sociales a tu relación de pareja?.* ¶6. Recuperado de http://depsicologia.com/afectan-las-redes-sociales-a-tu-relacion-de-pareja/

Antevenio. (2016). *Análisis del informe de 2016 del IAB sobre el uso de redes sociales*. ¶2, Recuperado de http://www.antevenio.com/blog/2016/05/analisis-del-informe-de-2016-del-iab-sobre-el-uso-de-redes-sociales/

Arthur, L. (2014). *¿Por qué Mark Zuckerberg inventó Facebook?* ¶2. Recuperado de http://www.ehowenespanol.com/mark-zuckerberg-invento-facebook-info_231179/

App Store Itunes. (2017). *Pinterest*. ¶1. Recuperado de https://itunes.apple.com/ve/app/pinterest/id429047995?mt=8

Ayala, L. y Arias, R. (2015). *Variables de segmentación de los mercados de consumo.* ¶3. Recuperado de http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc003.htm

Benedetti, T. (2009). *Hechos e interpretaciones en el proceso de coaching*. ¶1. Recuperado de http://www.gestiopolis.com/hechos-e-interpretaciones-en-el-proceso-de-coaching/

Bevione, J. (2013). *Lo público, lo privado y lo secreto.* ¶1. Recuperado de http://juliobevione.com/lo-publico-lo-privado-y-lo-secreto/

Bravo, H. (2015). *Muestreo: probabilístico y no probabilístico*. ¶15. Recuperado de http://muestreoprobalisticoynoprovalistico.blogspot.com/2015/03/muestreo-probabilistico-y-no.html

Briceño, C. (2012). *42% de los venezolanos usa internet para visitar redes sociales*. ¶7. Recuperado de http://www.elmundo.com.ve/noticias/negocios/tecnologia/42--de-venezolanos-usa-internet-para-visitar-redes.aspx

Calero, P. *Aprender a superar los conflicto de pareja.* ¶1. Recuperado de https://www.ecured.cu/Conflicto_de_parejas

Calderón, N. (s.f.). *La socialización como elemento fundamental en la vida*. ¶1. Recuperado de http://www.psicopedagogia.com/socializacion

Carballo, B. (2013). *Definiendo el alcance de una investigación: exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa.* ¶4. Recuperado de http://pensamientodesistemasaplicado.blogspot.com/2013/03/definiendo-el-alcance-de-una.html

Castillo, W. (2015). *Penetración de internet en Venezuela supera el 61%* ¶1. Recuperado de http://minci.gob.ve/2015/11/penetracion-de-internet-en-venezuela-supera-61/

Colombia Digital. (2014). *Penetración de internet en el mundo: los 10 mejores países*. ¶1. Recuperado de https://colombiadigital.net/actualidad/noticias/item/7745-penetracion-de-internet-en-el-mundo-los-10-mejores-paises.html

Costa, A. (S.f.). *Busca 3 o 4 autores que definan valores*. ¶5. Recuperado de https://www.scribd.com/doc/211373465/Buscar-3-o-4-Autores-Que-Definan-Valores

CNN. (2016). *Redes sociales y salud mental: "somos más que en las fotos de nuestro perfil".* ¶5. Recuperado de http://cnnespanol.cnn.com/2016/04/15/redes-sociales-y-salud-mental-somos-mas-que-las-fotos-en-nuestro-perfil/

ConceptoDefinición. (2014). *Definición de valores*. ¶1. Recuperado de http://conceptodefinicion.de/valores/

ConceptoDefinición. (2015). *Definición de respeto*. ¶1. Recuperado de http://conceptodefinicion.de/respeto/

Corcho, O. y Corcho, A. (2008). *La responsabilidad*. ¶1. Recuperado de https://www.acfilosofia.org/materialesmn/filosofia-y-ciudadania/filosofia-moral-y-politica-democracia-ciudadania/615-la-responsabilidad

Culshaw, F. (2013). *Venezuela tiene el mayor índice de uso de internet de la región*. ¶1. Recuperado de http://www.elmundo.com.ve/noticias/tecnologia/internet/venezuela-tiene-el-mayor-indice-de-uso-de-internet.aspx

De la Rosa, F. (2010). *¿Para qué sirve internet?* ¶5. Recuperado de http://www.titonet.com/digital/%C2%BFpara-que-sirve-internet.html

Del Barrio, A. (2016). *Así usan los millennials las redes sociales*. ¶4. Recuperado de http://www.elmundo.es/tecnologia/2016/03/08/56dd5c02ca47418f6a8b458a.html

Díaz, L. (2015). *Así repercute la realidad venezolana en la conectividad y usos de internet.* ¶1. Recuperado de http://runrun.es/tech/226416/infografia-asi-repercute-la-realidad-venezolana-en-la-conectividad-y-los-usos-de-internet.html

Durán, M. (2017). *Censura y opacidad en Venezuela*. ¶1. Recuperado de http://www.elimpulso.com/noticias/nacionales/censura-y-opacidad-en-venezuela

Echavarría, M. (2012). *Perfil de internautas*. ¶2. Recuperado de http://www.eoi.es/blogs/miguelanibalechavarria/2012/01/31/perfil-de-internautas/

Egui, V. (2013). *Nivel educativo de emigrantes venezolanos destaca en EEUU.* ¶2. Recuperado de http://www.eluniversal.com/internacional/130701/nivel-educativo-de-emigrantes-venezolanos-destaca-en-eeuu

El Cronista. (2013). *Las redes sociales mejoran no solo la comunicación personal*. ¶1. Recuperado de https://www.cronista.com/itbusiness/Las-redes-sociales-mejoran-nosolo-la-comunicacion-personal-20131001-0008.html

Escalante, J. (2012). *Psicología: La percepción y el comportamiento*. ¶1. Recuperado de http://jesuseducando.blogspot.com/2012/11/psicologia-la-precepcion.html

Epsilon Technologies. (2015). *¿Cuáles son las redes sociales más utilizadas por millennials?.* ¶2. Recuperado de http://www.epsilontec.com/en/cuales-son-las-redes-sociales-mas-utilizadas-por-los-millennials/

Facebook. (s.f.). *Facebook.* ¶1. Recuperado de www.facebook.com

Fernández, E. (2017). Las cifras más importantes del uso de Smartphone en Latam. ¶8. Recuperado de http://increnta.com/es/blog/cifras-importantes-del-smartphone-en-latam/

Fernández, J. (s.f.). *La revolución de los medios sociales*. ¶1. Recuperado de http://www.jaimefernandez.com/la-revolucion-de-los-medios-sociales/

Forbes. (2015). *Facebook, la red social preferida por los millennials.* ¶3. Recuperado de http://www.forbes.com.mx/facebook-la-red-social-preferida-por-los-millennials/#gs.7c0tYP4

Forbes México. (2015). *¿Cuánto tiempo pasas en las redes sociales?*. ¶1. Recuperado de https://www.forbes.com.mx/cuanto-tiempo-pasas-en-redes-sociales/https://www.forbes.com.mx/cuanto-tiempo-pasas-en-redes-sociales/

Freire, J. (2015). *Los jóvenes entre 18 y 24 años consultan sus smartphones 53 veces al día*. ¶3. Recuperado de https://tecno.americaeconomia.com/articulos/los-jovenes-entre-18-y-24-anos-consultan-sus-smartphones-53-veces-al-dia

Fuenmayor, L. (2005). *La lealtad y su significado*. ¶1. Recuperado de https://www.aporrea.org/actualidad/a14221.html

Fundación Televisa. (s.f.). *¿Qué son los valores?.* ¶1. Recuperado de https://www.fundaciontelevisa.org/valores/que-son-los-valores

Fundación Televisa. (s.f.). *Respeto.* ¶1. Recuperado de https://fundaciontelevisa.org/valores/valores/respeto

Fleitcher, J. (2014). *Tipos de comportamiento*. ¶1. Recuperado de http://www.pnlnet.com/de-comportamiento-en-sociedad/

Gaglianone, V. (2014). *¿Compartes la contraseña de Facebook con tu pareja?.* ¶3. Recuperado de https://laopinion.com/2014/06/19/compartes-la-contrasena-de-facebook-con-tu-pareja/

Ganyet, J. (s.f.). *Concepto de Web 2.0*. ¶2. Recuperado de http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/155/cd/modulo_1_Iniciacionblog/concepto_de_web_20.html

García, G. (2012). *Lo privado, lo público y lo secreto*. ¶1. Recuperado de http://www.excelsior.com.mx/opinion/2012/01/27/jorge-fernandez-menendez/805700

García, J. y Alarcón, V. (2014). *Privacidad y redes sociales: intimidad en la red*. ¶8. Recuperado de http://www.que.es/ultimas-noticias/sociedad/201410030803-privacidad-redes-sociales-intimidad-regalada.html

González, J. (2016) *Una relación de pareja es el nexo de amor que ocurre entre dos personas y se desarrolla en diferentes.* ¶1. Recuperado de http://reservaviral.com/una-re66cion-de-pareja-es-el-nexo-de-amor-que-ocurre-entre-dos-personas-y-se-desarrolla-en-diferentes/

González, J. (2017). Antes de espiar el teléfono de tu pareja lee esto. ¶16. Recuperado de https://eldiariony.com/2017/01/25/antes-espiar-telefono-pareja-que-saber/

Gonzales, R. (2015). *Entrevista no estructurada*. ¶1. Recuperado de https://prezi.com/tqwaxa8f-934/entrevista-no-estructurada/

Gonzalez, V. (2015). *¿Cuántas horas pasan los millennials en insternet?* ¶2. Recuperado de https://www.merca20.com/cuantas-horas-pasan-los-millennials-en-internet/

Google Play. (S.f.). Twitter. ¶1. Recuperado de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.twitter.android&hl=es_419

Guibert, Y. (2016). *El porcentaje de usuarios de internet alcanza el 46% de la población mundial según we are social*. ¶1. Recuperado de http://marketing4ecommerce.net/usuarios-de-internet-mundo/

Gutiérrez, A. (2013) *Redes sociales y social media: ¿Cuál es la diferencia?* ¶2. Recuperado de http://www.puromarketing.com/16/15112/sociales-social-media-cual-diferencia.html

Grimaldos, L. (2012). *Impacto de los teléfonos inteligentes en la sociedad actual*. ¶5. Recuperado de http://impactodelossmartphonesenlasociedad.blogspot.com/

Halpern, D. (2016). *Estos son los efectos de la tecnología en las relaciones de amorosas.* ¶2. Recuperado de http://globovision.com/article/estos-son-los-efectos-de-la-tecnologia-en-la-relaciones-amorosas

Hiebaum, K. (s.f.). *El comportamiento humano y sus tres bases sociales*. ¶43. Recuperado de http://www.liderazgoymercadeo.com/artic_detalle.asp?id_articulo=1092

Hooper, P. (2016). *Las redes sociales y su regulación*. ¶3. Recuperado de https://www.entrepreneur.com/article/271620

IBM. (s.f.). IBM SPSS Statistics. ¶3. Recuperado de https://www.ibm.com/analytics/ve/es/technology/spss/?S_PKG=&cm_mmc=Sear

ch_Google-_-PRG1023_IBM+Analytics+PLN1011-_-ILA_VE-_-spss_Exact_&cm_mmca1=000005FF&cm_mmca2=10000400&mkwid=af7ec903-27f4-43ae-a9ef-04a9641b4e16|996|667

Instagram. (2016). *Introducing Instagram Stories*. . ¶1. Recuperado de http://blog.instagram.com/post/148348940287/160802-stories

Instituto Internet. (2015). *Penetración de internet en el mundo para 2015*. ¶1. Recuperado de http://blog.institutointernet.net/penetracion-de-internet-en-el-mundo-para-2015/

Jiménez, J. (2015). *50 usos que le doy a mi móvil y 5 que le daré en el futuro*. ¶4. Recuperado de http://3cero.com/usos-movil/

Lambertsen, A. (2015). *Qué hacer cuando tu pareja pasa mucho tiempo conectado*. ¶3. Recuperado de http://www.elsalvador.com/vida/amor-y-familia/166269/que-hacer-cuando-tu-pareja-pasa-mucho-tiempo-conectado/

Lecannelier, (s.f.). ¿Qué es el apego y cómo podemos fomentarlo?. ¶1. Recuperado de http://www.crececontigo.gob.cl/adultos/columnas/que-es-el-apego-y-como-podemos-fomentarlo-con-nuestros-hijosas/

Leon, F. (2016). *¿Cuáles son las redes sociales más usadas por los millennials?* ¶3. Recuperado de http://www.merca20.com/cuales-las-redes-sociales-usadas-los-millennials/

López, K. (2015). *El impacto de las redes sociales en las parejas*. ¶7. Recuperado de http://www.voicesofyouth.org/es/posts/el-impacto-de-las-redes-sociales-en-las-parejas--2

López, S. (2010). *Los medios sociales en internet*. ¶1. Recuperado de http://www.hiwsivalue.com/_blog/Our_Blog/post/Los_medios_sociales_en_Internet

López, J. (2014). *Características principales de la Web 2.0*. ¶3. Recuperado de http://comunidad.iebschool.com/elearning/2014/12/12/caracteristicas-principales-de-la-web-2-0/

Los Tiempos. (2016). *Día del Internauta: 25 años de la World Wide Web*. ¶1. Recuperado de http://www.lostiempos.com/tendencias/tecnologia/20160823/dia-del-internauta-25-anos-world-wide-web

Matesa, D. (2016). *Como usar Instagram, qué es y para qué sirve*. ¶2. Recuperado de http://www.expertosnegociosonline.com/como-usar-instagram-y-para-que-sirve/

Marquina, J. (2015*). Los 10 principales motivos por los que usamos las redes sociales.* ¶2. Recuperado de http://www.julianmarquina.es/los-10-principales-motivos-por-los-que-usamos-las-redes-sociales/

Martínez, E. y Sánchez, S. (s.f.). *Instrumentos para recabar datos*. ¶1. Recuperado de http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0093instrumentosrecabardatos.htm

Mocholí, A. (2014). *¿Cómo utilizamos los dispositivos móviles?* ¶3. Recuperado de https://www.yeeply.com/blog/como-usamos-los-dispositivos-moviles/

Moreno, E. (2013). *Instrumentos de investigación*. ¶4. Recuperado de https://prezi.com/ntpf0m3pxyuh/instrumentos-de-investigacion/

Muguira, A. (s.f.). *Tipos de entrevista*. ¶3. Recuperado de https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-entrevista/

Naranjo, J. (2009). *El respeto como valor autor: Erlaynes Moran UJGH*. ¶1. Recuperado de http://wwwrepetoerlaynesmoran.blogspot.com/2011/04/el-respeto-como-valor-autor-erlaynes.html

Nava, I. (2016). *Redes sociales y entretenimiento son las apps que más usan los millennials*. ¶1. Recuperado de https://www.merca20.com/los-millennials-usan-mas-apss-de-redes-sociales-que-de-cualquier-otro-tipo/

Nielsen. (2015). *Principales usos de los dispositivos electrónicos.* ¶3. Recuperado de http://www.nielsen.com/co/es/insights/news/20151/dispositivos-usos.html

Nielsen. (2015). *Actividades preferidas en tiempo libre.* P.10. Recuperado de https://www.nielsen.com/content/dam/nielsenglobal/latam/docs/reports/2016/EstilosdeVidaGeneracionales.pdf

Orbuch, T. (2013). *Espacio individual sería más importante que sexo para vida en pareja*. ¶1. Recuperado de http://alo.co/sexo-y-amor/relaciones-de-pareja-privacidad-en-relaciones

Pairuna, L. (2012). *¿Qué es y para qué sirve Instagram?*. ¶1. Recuperado de http://www.codedimension.com.ar/noticias-sobre-tecnologia/noticias/que-es-y-para-que-sirve-instagram-/49

Páginas Amarillas Cantv. (2011). *Tipos de redes sociales en Internet*. ¶3. Recuperado de http://www.pac.com.ve/contenido/telecomunicaciones/tipos-de-redes-sociales/7682/91

Pérez, A. (s.f.). *Herramientas para la solución de conflictos.* ¶2. Recuperado de http://www.portumatrimonio.org/todapareja/v/herramientas-para-la-solucion-de-conflictos/

Pérez, J. (2016). *Definición de celos*. ¶1. Recuperado de http://definicion.de/celos/

Pérez, J. y Gardey, A. (2008). *Definición de efecto*. ¶1. Recuperado de http://definicion.de/efecto/

Pérez, J. Gardey, A. (2010) *Definición de Facebook.* ¶1. Recuperado de http://definicion.de/facebook/

Pérez, J. Gardey, A. (2010). *Definición de Web 2.0*. ¶1. Recuperado de http://definicion.de/web-2-0/

Pérez, J. y Gardey, A. (2011). *Definición de interpretación*. ¶1. Recuperado de http://definicion.de/interpretacion/

Pérez, J. y Gardey, A. (2012). *Definición de situación*. ¶1. Recuperado de http://definicion.de/situacion/

Pérez, J. Gardey, A. (2015) *Definición de Whatsapp*. ¶1. Recuperado de http://definicion.de/whatsapp/

Pérez, J. Merino, M. (2009) *Definición de confianza*. ¶1, Recuperado de http://definicion.de/confianza/

Pérez, J. y Merino, M. (2010). *Concepto de aislamiento*. ¶2. Recuperado de http://definicion.de/aislamiento/

Pérez, J. y Merino, M. (2008). *Definición de socialización*. ¶1. Recuperado de http://definicion.de/socializacion/

Portal de Pickaso. (2017). *Millennials: tendencias en el uso de apps móviles*. ¶8. Recuperado de https://pickaso.com/2017/tendencias-uso-apps-millennials

Pino, F. (s.f.). *17 interesantes curiosidades sobre Facebook que probablemente no sabías*. ¶1. Recuperado de http://www.vix.com/es/btg/curiosidades/6469/17-interesantes-curiosidades-sobre-facebook-que-probablemente-no-sabias

Querales, A. (2016). *¿Es sano revisar el teléfono de tu pareja?.* ¶4. Recuperado de http://www.nolapeles.com/2016/07/20/sano-revisar-celular-pareja/

Ramírez, L. (s.f.). *La privacidad es necesaria en una relación*. ¶1. Recuperado de http://www.actitudfem.com/amor-y-pareja/comunicacion/relaciones/respeta-la-privacidad-de-tu-pareja

Recio, J. (2007). *¿Qué es comunicación? y ¿qué es comunicar?*. ¶4. Recuperado de http://www.madrimasd.org/blogs/documentacion/2007/07/17/70074

Reyes, M. (s.f.). Redes sociales fortalecen relación de pareja. ¶1. Recuperado de http://www.salud180.com/sexualidad/redes-sociales-fortalecen-relacion-de-pareja

Reyes, R. (2012) *Diferencia entre conducta y comportamiento*. ¶3, Recuperado de http://comoporque.blogspot.com/2012/04/diferencia-entre-conducta-y.html

Rivers, C. (2016). *Internet en Venezuela 2016.* ¶4. Recuperado de http://curioseandito.blogspot.com/2016/08/internet-en-venezuela-2016.html

Rodríguez, B. (s.f.). *¿Qué es Snapchat?* ¶1. Recuperado de https://www.40defiebre.com/que-es-snapchat/

Rogers, M. (2014). 5 *Razones que motivan el uso de las redes sociales en Latinoamérica.* ¶4. Recuperado de http://www.merca20.com/5-razones-que-motivan-el-uso-de-redes-sociales-en-latinoamerica/

Sabater, V. (2014). *¿Cómo afectan las redes sociales en la relación de pareja?* ¶6. Recuperado de https://www.bezzia.com/como-afectan-las-redes-sociales-la-relacion-de-pareja/

Samsó, R. (2013). *No confundiré los hechos con las interpretaciones*. ¶1. Recuperado de http://www.supercoaching.es/confundire-los-hechos-con-las-interpretaciones/

Sánchez, C. (s.f.). *¿Las redes sociales rompen parejas?* ¶3. Recuperado de http://www.elmundo.es/salud/2013/11/08/527bf36061fd3d047b8b4579.html

Santos, G. (2015). *El uso de las redes sociales.* ¶2. Recuperado de http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/el-uso-de-las-redes-sociales-guillermo-santos-calderon-columnistas-el-tiempo/16050175

Santos, G. (2015). *El uso de las redes sociales*. ¶4, Recuperado de http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16050175

Scharrenberg, J. (2011). *¿Qué son los medios sociales?* ¶1. Recuperado de http://scharrenberg.net/2011/05/socialmedia-redessociales/

Serrano, A. (2016). *Los millennials prefieren quedarse en casa que salir de fiesta*. ¶6. Recuperado de http://www.glamour.es/placeres/cultura/articulos/estudio-demuestra-que-a-la-gente-no-le-gusta-salir-socializar-fiesta/24248

Significados. (s.f.). *Significado de responsabilidad*. ¶1. Recuperado de https://www.significados.com/responsabilidad/

Sinalefa. (2012). *Educar en valores: la lealtad*. ¶1. Recuperado de https://sinalefa2.wordpress.com/2011/08/30/educar-en-valores-la-lealtad/

Snapchat. (s.f.). *Snapchat*. ¶1. Recuperado de www.snapchat.com

Soto, C. (s.f) *Comportamiento Humano Psicologia: Definición del Comportamiento humano.* ¶2. Recuperado de https://psicologosenlinea.net/1688-comportamiento-humano-psicologia-definicion-del-comportamiento-humano-y-como-la-luna-puede-afectar-el-comportamiento-de-las-personas.html

Spivak, E. (2014). *Las redes sociales están cambiando los hábitos de compra de los jóvenes*. ¶1. Recuperado de http://www.puromarketing.com/16/16519/redes-sociales-estan-cambiando-habitos-compra-jovenes.html

Szerman, N. (s.f.). *Adicción a internet y las tecnologías***.** ¶1. Recuperado de http://www.webconsultas.com/mente-y-emociones/adicciones/por-que-somos-adictos-a-internet

Thompson, I. (2005). *Las encuestas*. ¶2. Recuperado de http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-1.htm

Thompson, I. (2011). *¿Qué es comunicación?* ¶1. Recuperado de http://www.promonegocios.net/comunicacion/que-es-comunicacion.html

Trujillo, A. (2015). *6 ventajas y 6 desventajas de las redes sociales*. ¶4. Recuperado de http://www.bancaynegocios.com/6-ventajas-y-6-desventajas-de-las-redes-sociales/

UCAB. (1999). *Trabajo de grado pensum 1999. Modalidades del trabajo de grado*. ¶1. Recuperado de http://w2.ucab.edu.ve/trabajo-de-grado-6902.html

Universia. (2015). *Conoce las mejores universidades venezolanas según el ranking mundial*. ¶2. Recuperado de http://noticias.universia.edu.ve/educacion/noticia/2015/09/16/1131300/conoce-mejores-universidades-venezolanas-segun-ranking-mundial.html

Valles, M. (1997). *Saturación* teórica. ¶2. Recuperado de http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2014/06/saturacion-teorica-investigacion.html

Villanueva, A. (2013). *Cuánto afecta la desconfianza en la relación de pareja*. ¶5. Recuperado de http://rpp.pe/lima/actualidad/cuanto-afecta-la-desconfianza-en-la-relacion-de-pareja-noticia-601656

Universidad de Cuyo. (2016). *Los millennials y las redes.* ¶2. Recuperado de http://www.unidiversidad.com.ar/los-millennials-y-las-redes

Universia Honduras. (2012). *Ventajas y desventajas del uso de las redes sociales*. ¶5. Recuperado de http://noticias.universia.hn/en-portada/noticia/2012/08/21/960187/descubre-ventajas-desventajas-uso-redes-sociales.html

Vera, R. (s.f.). *El impacto de los Smartphone.* ¶9. Recuperado de http://ritaaveraa.blogspot.com/

Walter, R. (2013). *Walter Riso: El apego es el mayor motivo de sufrimiento de la humanidad*. ¶1. Recuperado de http://www.lavanguardia.com/vida/20130418/54371283808/walter-riso-apego-mayor-motivo-sufrimiento-hombre.html

Whatsapp. (s.f.). Whatsapp. ¶1. Recuperado de www.whatsapp.com/features

Zuñiga, O. (s.f.). *El aislamiento social***.** ¶1. Recuperado de https://lamenteesmaravillosa.com/el-aislamiento-social/

Revistas electrónicas

Vargas, L. (1994) *Sobre el concepto de percepción. Alteridades*. Vol. 4 (núm. 8).

MásTiposde. (2016) *Tipos de muestreo*. Revista educativa MasTiposde.com