Universidad Casa Grande

Facultad de comunicación Mónica Herrera

Estado del arte de los estudios, tesis, artículos o ensayos de redes sociales y Twitter en Latinoamérica, Estados Unidos y Europa

Lady Carolina García Corozo

Trabajo final para la obtención del Título Licenciado en Diseño Grafico y comunicación visual

Guayaquil-Ecuador

2012-2013

Universidad Casa Grande

Facultad de comunicación Mónica Herrera

Estado del arte de los estudios, tesis, artículos o ensayos de redes sociales y Twitter en Latinoamérica, Estados Unidos y Europa

Lady Carolina García Corozo

Trabajo final para la obtención del Título Licenciado en Diseño Grafico y comunicación visual

DOCENTE INVESTIGADOR

María Mercedes Zerega Garaycoa

CO-INVESTIGADOR

Mabel González Cogliano

Guayaquil-Ecuador

2012-2013

Abstract

El estudio se enfocara en analizar es estado del arte de los artículos, ensayos, tesis o estudios que abarquen el tema de redes sociales o Twitter, estos documentos estarán ubicados en América Latina, Estados Unidos y Europa, los mismo que corresponderán a los últimos 5 años.

El estudio es descriptivo con un enfoque cuantitativo, en donde se tomo como unidad de análisis 80 documentos de diferentes formatos (artículos, ensayos, tesis o estudios) utilizando como técnica de investigación el análisis cuantitativo de contenido, también se procedió a indagar en la posición del autor y en los tipos de artículos o ensayos que se recopilaron.

El objetivo principal del estudio es indagar en cada uno de los documentos adquiridos para determinar las tendencias más relevantes, tales como metodologías, enfoques, categorías o variables, unidad de análisis, posición del autor y tipos de estudios.

Al finalizar la investigación se obtuvo que el método utilizado por los estudios es el método descriptivo, en donde se analizo los usos y consumos de los usuarios tomando como unidad de análisis a los prosumidores, los enfoque mas relevante fueron los estudios con un enfoque cuantitativo, en donde se procedió a utilizar como técnicas de investigación principal el análisis de contenido y encuestas a expertos, los resultados en la mayoría de los estudios eran cualitativos, mientras que la postura principal de los autores de los textos fue neutral.

Índice

Temas Pág.
1. Introducción……05
2. Declaración de propósito……..07
3. Marco teórico……..09
4. Diseño metodológico…….19
4.1 Objetivo general……20
4.2 Objetivos específicos……...20
4.3 Operativización de la variable……21
4.4 Tipo de estudio……..25
4.5 Unidad de análisis…….25
4.6 Tipo de muestra……26
4.6.1 Listado de la muestra analizada……..27
4.7 Enfoque del estudio……...35
4.7.1 Técnicas de investigación…….35
4.7.2 Sondeo de Técnicas…….36
4.8 Ficha utilizada para analizar cada estudio, tesis, artículo o ensayos……...37
4.8.1 Esclarecimiento de categorías y subcategorías…....38
4.8.2Instructivo de la ficha……..51
5. Resultados……53
5.1 Organización de resultados…….54
5.1.1 Procedencia de los estudios, tesis, artículos y ensayos……54
5.1.2 Formato de los textos analizados…….....56
5.1.3 Paradigma de investigación……57
5.1.4 Tipos de estudios de comunicación……..60
5.1.5Tipos de estudios desde el método de investigación……61
5.1.6 Enfoque del estudio……..65
5.1.7 Variables de análisis…….68
5.1.8 Unidad de análisis…….71
5.1.9 Técnicas de investigación……...73

5.1.10 Posición del autor……..76
5.1.11 Tipos de ensayos o artículos……79
6. Conclusión de resultados……81
7. Discusión de resultados……85
8. Referencias……92
9. Anexos……95
9.1 Resumen de los documentos analizados……...95

1. Introducción

El estudio elaborado a continuación, titulado Estado del arte de los estudios, tesis, artículos o ensayos, de redes sociales o Twitter en Latinoamérica, Estados unidos y Europa, es parte de un amplio estudio que se centra en el análisis de las características de los procesos intersubjetivos comunicativos que se configuran en el marco de las hipermediaciones de las redes sociales, a partir del TL (timeline) de la investigadora María Mercedes Zerega Garaycoa, se realizará una etnografía digital que incluirá, el análisis de textos de perfiles y timeline de usuarios y entrevistas a profundidad para conocer los comportamientos y sentidos de uso que tiene la red Twitter. Para la elaboración del estudio antes estipulado, se conto con siete estudiantes de la Universidad Casa Grande pertenecientes a la Facultada de comunicación Mónica Herrera, los mismo que individualmente desarrollaron los siguientes temas; Estado del arte de los estudios, tesis, artículos o ensayos, de redes sociales o Twitter en Latinoamérica, Estados unidos y Europa (Lady García), Construcción de la identidad virtual en perfiles de usuarios de las secciones followers y following anónimos de Twitter (Ricardo Valenzuela), Funciones de los tweets de usuarios de la sección following no anónimos hombres en el contexto de las

hipermediaciones de Twitter (Estefanía Andrade), Funciones de los tweets de usuarios de la sección following no anónimos mujeres en el contexto de las hipermediaciones de Twitter (Josué Brito), Funciones de los tweets de usuarios de la sección following anónimos en el contextos de las hipermediaciones de Twitter (María Fernanda Soria), Sentidos de uso de Twitter en usuarios de la sección following no anónimos mujeres (Fabiola Trujillo) y Sentidos de uso de Twitter en usuarios de la sección following no anónimos hombres (Kristel Freire). Antes de iniciar el proceso investigativo se procedió a la explicación del proyecto general seguido de la separación y distribución de temas a cada uno de los estudiantes, los cuales finalizada la investigación tendrán que presentar individualmente los resultados con sus respectivas conclusiones finiquitando con una discusión de los mismos.

El estado del arte de los estudios, tesis, artículos o ensayos, de redes sociales o Twitter en Latinoamérica, Estados unidos y Europa, forma de uno de los siete temas que conforma el proyecto de investigación dirigido por María Mercedes Zerega Garaycoa. El método del estudio del estado del arte esta basado en un análisis de contenido, que tiene como objetivo general realizar un análisis cuantitativo de los artículos, ensayos, estudios o tesis que abarquen el tema de

redes sociales o Twitter, los documentos estarán ubicados en Estados Unidos, América Latina y Europa. Con el desarrollo de este estudio se espera determinar cuales son las tendencias y características más relevantes de los estudios, tesis, artículo o ensayos.

2. Declaración de propósito.

En el siguiente estudio se centrará en el análisis del estado del arte de los artículos, ensayos, tesis o estudios que aborden el tema de redes sociales o Twitter ubicados en Latinoamérica, Estados Unidos, Europa y Asia, correspondiente a los últimos 5 años (2008-2012), especialmente los ubicados en América Latina, dicho estudio forma parte de un amplio estudio que se concentra en el análisis de las características de los procesos intersubjetivos comunicativos que se configuran en el marco de las hipermediaciones de las redes sociales, estudio dirigido por María Mercedes Zerega Garaycoa docente investigadora y Mabel González Cogliano docente co-investigador.

A lo largo de la investigación se procederá a puntualizar los conceptos de realidad virtual, redes sociales, prosumidores, usuarios, nativos digitales, inmigrantes digitales, interactividad, hipertexto, Twitter y microblogging que se necesitan para desarrollar este tema.

El método del estudio esta basado en un análisis de contenido, el cual tendrá como objetivo general realizar un análisis cuantitativo de aproximadamente 75 o 100 estudios, tesis, artículos o ensayos sobre redes sociales o Twitter ubicados en Estados Unidos, América Latina, Europa y Asia, colgados en la red o bibliográficos. Para la cuantificación de los documentos se realizó una ficha en donde se analizó el paradigma de investigación, tipos de estudio de comunicación, metodología, enfoque, unidad de análisis, categorías o variables, técnicas de sondeo, posición del autor y tipos de ensayos. Con esta cuantificación se presentará las tendencias que tienen los estudios, tesis, artículos o ensayos, estas son relativas al contenido/texto, relativas al consumo de contenidos/usos y relativas a la interacción/relación.

Con esta primera instancia del estudio se pretende tener una idea clara de cuales son las características y tendencias predominantes de los estudios analizados correspondientes a estos últimos 5 años.

3. Marco teórico.

En los últimos años se han elaborado un gran número de documentación sobre los cambios que esta generando la red en los distintos ámbitos de nuestra realidad, que ahora más que nunca esta relacionada con lo tecnológico, esto nos ha llevado a estar constantemente en una realidad virtual.

La realidad virtual es una experiencia producida por un computador, que nos brinda la oportunidad de vivir una supuesta realidad dándonos la sensación de una existencia real, es decir que "ya no podemos oponer el mundo real al virtual como lo hacíamos antaño. Lo virtual es parte de nuestra vida real. Emociones reales y acciones reales afectan nuestro quehacer virtual." *(Piscitelli, 2009, pág. 39).*

La realización del NET como un escenario análogodigital hace que vivamos en lo que se podría describir más que como una realidad virtual, como "un virtualidad muy real. El ejemplo más evidente es el dinero, que fluye virtualmente por los circuitos financieros globales de forma absolutamente virtual. Multitud de estudiantes acceden a diario a su campus virtual, fruto de una metáfora infotecnológica necesaria."(Fumero, Roca, Sáez, 2007, pág. 30).

Esta continua interacción con este mundo de pantalla, altera las percepciones que tenemos sobre espacio-tiempo, pero a su vez genera nuevos contextos de comunicación. Las redes sociales se han convertido en un fenómeno comunicacional, que ha generando nuevos conceptos de comunicación. "Es probable que los estudios de comunicación estén entrado en una fase de explosión cámbrica, caracterizada por el estallido en las pantallas interactivas de nuevas conversaciones". *(Scolari, 2008, pág. 34).*

La web 2.0 o redes sociales es sin duda un proceso de socialización que está tomando más fuerza con el pasar de los años, *(Fumero, Roca, Sáez, 2007)* el termino red social o software social, apareció por primera vez en un artículo publicado en el año de 1987 por Erick Drexler, titulado *Hypertext Publishing and the Evolution of Knowledge.*

Muchas son sin duda las definiciones que se le han aportado al término redes sociales o Software social, una de las definiciones más completas es la que nos brinda el antropólogo web Stowe Boyd *(2003)* el cual las define como un "software construido a partir de la interacción convencional entre individuo o grupos incluyendo conversaciones en tiempo real o diferido, e.g. mensajería instantánea y espacios de colaboración para equipos de trabajo respectivamente".

Otra definición es la que nos brinda Fernández en 2007 en su libro titulado *Las redes sociales, lo que hacen sus hijos en internet,* define a estas como "webs que permiten a los usuarios entrelazarse para poder comunicarse entre si, con los amigos que se encuentran dentro de su

propia red, en la cual pueden intercambiar, fotos videos, mensajes instantáneos, comentarios en fotos, etcétera".

Las redes sociales se han ido introduciendo de a poco en la vida de muchas personas que antes eran ajenas a este fenómeno de internet, tanto así que ahora no es extraño oír conversaciones en donde salen a flote el Twitter y Facebook y no es necesariamente entre los más jóvenes. El termino prosumidores fue acuñado por el filosofo Marshall McLuhan en 1980 en su libro titulado *The Third Wave (La tercera ola)*, este los describe a los prosumidores como consumidores y productores de contenidos, los prosumidores o usuarios, están divididos en dos grupos, los primeros, personas que nacieron en esta era tecnológica y que ahora viven constantemente conectados a la red, Piscitelli *(2009)* en su libro titulado Nativos digitales, los describe como aquellas personas que han crecido inmersos en la era tecnológica, incluyendo en este grupo a chicos nacidos entre 1998 y 2012, estos han pasado toda su vida rodeados de teléfonos celulares, videojuegos, pero especialmente respirando la atmósfera Internet. La expresión Nativos Digitales o (Digital Natives) fue

acuñada por Marc Prensky en un ensayo realizado en el 2011 titulado *La muerte del mundo y del control*, donde los identifica como personas que han nacido en la era digital y son usuarios permanentes de las tecnologías, sintiéndose atraídos por todo lo relacionado a la tecnología, utilizándolas para satisfacer sus necesidades de entretenimiento, diversión, comunicación e información.

En segundo tenemos a los inmigrantes digitales personas entre 35 y 60 años de edad que se encuentran dentro del mundo tecnológico pero con menor intensidad, ellos son fruto del proceso de tecnificación del mundo. "Para nosotros inmigrantes digitales, lo digital es una segunda lengua, se nota en todo lo que hacemos". *(Piscitelli, 2009, pág. 46)*

La digitalización se constituyo en su momento como una fuerza determinada hacia la convergencia. El alfabeto binario, constituido por sólo dos símbolos (el cero y el uno) se ha mostrado capaz, con su aparente sencillez, de representar cualquier información facilitando enormemente su tratamiento automático. Es el verdadero lenguaje

universal de las maquinas que forman el entramado infotecnológica del NET. (Fumero, Roca, Sáez, 2007, pág. 29).

La digitalización fue uno de los medios que le dio paso a la hipertextualidad la misma que tienen su origen en las tradicionales páginas web, *(Pujolá & Montmany 2009)* y por ende a la interacción, ya que por medio de los hipertextos las personas tuvieron acceso a cualquier documento registrado en la red, información que se expandía a un ritmo acelerado. “La conversión de los textos en un formato digital facilita no sólo la reproducción y distribución sin perdida de calidad, sino también la fragmentación, manipulación, combinación y recomposición de sus elementos”. *(Scolari, 2008, pág. 82).*

A lo largo de la historia se ha aportado con varios conceptos para tratar de definir hipertexto, mostraremos algunos, (Lévy, 1992) lo definió como un conjunto de nodos ligados por conexiones, (Nielsen, 1990) lo definió como estructuras complejas no secuenciales que no se pueden imprimir

de modo apropiado y por último tenemos a (Piscitelli, 1991) que lo define como un tipo de escritura no secuencial. (*Scolari, 2008, pág. 218).*

Al hablar de medios digitales de comunicación no podemos dejar de lado la interactividad, la misma que es definida por Bedoya (1997) como la capacidad del receptor para controlar un mensaje no lineal hasta el grado establecido por el emisor, dentro de los límites del medio de comunicación asincrónico.

La interacción entre los distintos elementos de la RUD se generaliza en el NET: hombre-hombre, hombre-máquina, máquina-máquina. Trascendiendo la interactividad hombre máquina habitual de la web, aparece en la blogosfera una dinámica supuestamente conversacional, que empuja la socialización, de una red parece pasar de ser un ecosistema sólo apto para empresas ha convertirse en una extensión natural del ecosistema social de los individuos" (Fumero, Roca, Sáez, 2007, pág. 30).

La interactividad representa la relación de sujeto a sujeto mediados por un dispositivo tecnológico. “El mensaje que recibimos hace referencia al inmediatamente anterior o a una serie de mensajes intercambiados antes. Hay interactividad en las comunicaciones sujeto – sujeto pero también en los intercambios entre un sujeto y un dispositivo tecnológico”. *(Scolari, 2008, pág.94).*

Hablar del siglo XXI en parte es hablar de velocidad, las cosas pasan y desaparecen casi simultáneamente, las nuevas formas de lenguaje, experiencias e intercambios culturales que experimentan los sujetos es un gran ejemplo de que el continuo despliegue de información ha generado que la noticia deje de ser relevante entre los usuarios por dos motivos, primero es tanta la información que se puede obtener ahora, que las noticias llegan y desaparecen en cuestión de segundos, “lo que hoy es nuevo mañana será vetusto y la semana que viene arqueología tecnológica”. *(Scolari, 2008, pág. 74).*

Segundo, el poder del conocimiento ha fragmentado los niveles socioeconómicos, dando importancia a quien obtiene primero la información, “en la migración digital el mundo no se divide ya más entre ricos y pobres, sino entre los que están informados y aquellos que han quedado fuera de las redes de comunicación”. *(Piscitelli, 2009, pág. 39).*

Una de las redes sociales más populares entre los usuarios es el Twitter, este mismo se define como una red de información en tiempo real que conecta con las últimas historias, ideas, opiniones y noticias sobre lo que los usuarios encuentran interesante.

Twitter fue fundado en San Francisco y lanzado en Julio del 2006, pero es utilizado por personas de casi todos los países del mundo. El servicio está disponible en más de 20 idiomas, y seguiremos añadiendo aún más. Puedes cambiar tus preferencias de idioma en tu configuración de usuario con unos pocos clics. (Twitter, 2006)

Los tweets son definidos por Twitter como pequeñas explosiones de información, basada en 140 caracteres, en donde puedes intercambiar fotos, videos y conversaciones, al respecto cabe recalcar lo siguiente:

El microblogging o nanoblogging es una forma de comunicación o un sistema de publicación en internet que consiste en el envío de mensajes cortos de texto con una longitud máxima de 140 caracteres a través de herramientas creadas específicamente para esta función. Su finalidad es la de explicar qué se está haciendo en un momento determinado, compartir información con otros usuarios u ofrecer enlaces hacia otras páginas web. (Cortes, 2009, pág. 115).

Twitter no solo es usado para que sus usuarios expresen sus pensamientos y sentimientos, sino que ahora es usado por las empresas para mantenerse conectados con sus clientes brindándoles una información constantemente renovada de sus productos y servicios.

Twitter conecta a empresas con clientes en tiempo real y las empresas utilizan Twitter para compartir rápidamente información con personas

interesadas en sus productos y servicios, para reunir inteligencia empresarial y retroalimentación en tiempo real, y para construir relaciones con clientes, socios y personas influyentes. (Twitter, 2006).

4. Diseño metodológico

La metodología utilizada para el proceso investigativo, es la siguiente; como instrumento principal para la recolección de los documentos (tesis, estudios, artículos o ensayos) se procedió a descargar información de paginas certificadas, dichos documentos deberían abarcar el tema de redes sociales o Twitter. El instrumento utilizado para el posterior análisis de dichos documentos es una ficha la misma que fue rediseñada después de haberse sometido a una prueba con 10 documentos distinto formato, la ficha tiene como propósito determinar las características predominantes de los estudios, tesis, artículos o ensayos, que abarcan el tema de las redes sociales o Twitter, luego de la recolección de datos y posterior análisis de los documentos, se utilizo un método cuantitativo para la tabulación de los mismos.

4.1 Objetivo general

Realizar un análisis de contenido cuantitativo de estudios, tesis, artículos o ensayos sobre redes sociales o Twitter ubicados en Estados Unidos, América Latina, Europa y Asia en los últimos 5 años (2008-2012), colgados en la red o bibliográficos, para determinar las tendencias en torno a los temas, metodología, enfoque, categorías o variables, unidad de análisis posición del escritor y tipos de estudios.

4.2 Objetivos específicos

- Identificar la procedencia de los ensayos, tesis, estudios o artículos encontrados sobre redes sociales o Twitter.
- Explorar la metodología en el que se ha desarrollado los estudios o tesis sobres redes sociales o Twitter.
- Determinar el método de investigación utilizado para elaborar los estudios o tesis sobre redes sociales o Twitter.
- Identificar la unidad de análisis delimitada en los estudios o tesis de redes sociales o Twitter.

- Revelar en enfoque que se ha dado en los estudios o tesis sobre redes sociales o Twitter.
- Descubrir el paradigma de investigación de los estudios o tesis sobre redes sociales o Twitter.
- Revelar las categorías y variables de análisis utilizada en los estudios, tesis, artículos o ensayos sobre redes sociales o Twitter.
- Indagar en la posición del escritor al redactar un artículo o ensayo sobre redes sociales o Twitter.
- Determinar el tipo de ensayo o artículo, más relevante de los documentos sobre redes sociales o Twitter.

4.3 Operativización de la variable

En este punto se procederá a detallar una breve descripción de las variables que por su complejidad pueden prestarse a futuras confusiones.

Categoría	Concepto
Usos y consumos	Su atención se dirige al consumo de los usuarios, describen aspectos estructurales: composición demográfica, su

	comportamiento, tipologías de usuarios, etc. (Casetti & di Chio, 1997)
Motivaciones	Se centran en las razones que subyacente a las elecciones de los usuarios y en las necesidades que subyacen (Casetti & di Chio, 1997)
Actitudes	Analizan las percepciones, reacciones y valoraciones de los usuarios (Casetti &di Chio, 1997)
Etnografías virtuales	Se basan en la observación y análisis de los textos producidos en contextos de comunidades virtuales (Sandoval, 2007)
Estudios de textos	Se centran en el mensaje, ese mensaje puede ser hipertextual. También incluiría análisis semióticos.
Descriptivo	Buscan especificar propiedades, características y perfiles importantes (Hernández & Fernández, 2003)
Exploratorio	Examinan un tema poco estudiado o que no se ha abordado antes (Hernández & Fernández, 2003)
Correlacionales	Evalúa la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto particular(Hernández & Fernández, 2003)
Explicativos	Están dirigidos a responder a las causas de los eventos, sucesos y fenómenos físicos o sociales

	(Hernández & Fernández, 2003)
Enfoque cualitativo	Utiliza método de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y observaciones (Hernández & Fernández, 2003)
Enfoque cuantitativo	Utiliza la recolección y análisis de datos para contestar preguntas de investigación (Hernández & Fernández, 2003)
Enfoque mixto cualitativo/cuantitativo	Integra los dos enfoque el cualitativo y el cuantitativo (Hernández & Fernández, 2003)
Categorías/variables relativas al contenido	Se entiende por cualquier categoría o variable que haga alusión al contenido de una red social, por ejemplo: número de tuis, muro de Facebook, ,líneas de texto en un chat, etc.
Categorías/variables relativas al consumo o uso de redes sociales	Se entiende por cualquier categoría o variable que haga alusión al consumo o uso de una red social, por ejemplo: preferencias, significados, etc.
Categorías/variables relativas a la interacción	Se entiende por cualquier categoría o variable que haga alusión a la interacción por ejemplo: popularidad, nivel de influencia, diálogo, intercambio, etc.
Texto	Se considera texto cualquier contenido (multimedial, textual, visual, sonoro producido o consumido en una res social)

Prosumidores	Se considera prosumidor a cualquier persona que produce o consume contenidos en una red social
Análisis de contenido	Es un conjunto de técnicas de investigación empírica, destinadas a estudiar los contenidos recurrentes de una determinada muestra de texto (Casetti &di Chio, 1997)
Análisis textual	Se enfocan en los elementos lingüísticos, materiales utilizados y códigos de los textos (Casetti & di Chio, 1997)
Análisis narrativos	Se refieren a la organización de los materiales de un texto, sus estructuras narrativas (eventos, personajes, acciones, etc.) (Casetti & di Chio)
Encuesta/cuestionarios/test	Cualquier conjunto de preguntas respecto a uno o más variables o categorías a explorar (Hernández & Fernández, 2003)
Grupo focal	Reunión de un grupo pequeño o mediano, en la cual los participantes conversan en torno a uno o varios temas en un ambiente informal (Hernández & Fernández, 2003)
Observación cualitativa	Explorar ambientes, contextos, subculturas a través de observaciones detalles de los sucesos, eventos e interacciones

	(Hernández & Fernández, 2003)

4.4 Tipo de estudio

Este estudio es descriptivo, ya que se busca puntualizar el entorno social, intereses y utilidad que se le dio a los estudios o tesis ubicados en Latinoamérica, Estados Unidos, Europa y Asia. “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro tipo de fenómeno que sea sometido a análisis”. *(Hernández, Fernández y Baptista en Dankhe, 1986, pág..412).*

4.5 Unidad de análisis.

Para la unidad de análisis se ha destinado a los siguientes documentos:

1) Estudios
2) Tesis
3) Artículos
4) Ensayo

Dichos documentos serán de origen bibliográfico o colgados en la red los mismos que abarcarán el tema de redes sociales o Twitter, los documentos serán correspondientes a los últimos 5 años (2008-2009). Así como detalla Hernández, Fernández y Baptista *(2006, pág. 236)* lo primero que hay que realizar antes de seleccionar la muestra es definir la unidad de análisis, ya que depende del planteamiento del problema a que o a quienes queremos investigar.

4.6 Tipo de muestra

El tipo de muestra es no probabilística ya que no puede calcularse una cantidad determinada de los artículos, ensayos, tesis o estudios existentes correspondientes a estos últimos 5 años. Es decir que "la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino a las causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra". *(Hernández, Fernández y Baptista, 2006, pág.241)*.

Cabe recalcar que no tenemos un universo definido, ya que sería imposible determinar la cantidad de textos, artículos, tesis o investigaciones sobre redes sociales o Twitter existentes.

Para la recolección de datos, se indago en portales que contengan información certificada, los portales tomados en cuenta serán Dialnet, Google Académico, entre otros, en donde se puede acceder a blogs, bibliotecas, revistas y periódicos, ya sean estos en español o ingles.

4.6.1 Listado de la muestra analizada:

Nombre del documento	Año de publicación	Autor
Las redes sociales en la migración emergente de Veracruz a los Estados Unidos.	2003	Mario Pérez
¿Por qué tuitear? Twitter: lo que cada uno quiere que sea.	2008	Sebastián Muriel
Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities	2008	Akshay Java Tim Finin Xiaodan Song Belle Tseng
Can we use Twitter for educational activities	2008	Gabriela Grosseck Carmen Holotescu

El uso profesional delas redes sociales	2008	Natalia Arroyo
La revista Time se derrite ante Twitter.	2009	Gustavo Bravo
El diario El País pone a Twitter en portada con la crisis de Honduras.	2009	Javier Guembe
Autoestima y el uso de perfiles dentro de las redes sociales cibernéticas en una muestra de adolescentes de escuela superior.	2009	María del Carmen de Jesús
La inmigración peruana en estados Unidos en espacio social transnacional y las redes sociales 1930 – 2009.	2009	Jorge Gonzáles
Del Twitter como plaza o cómo se configuran los espacios para el periodismo cultural.	2009	Claudia Cavallin
Redes sociales y efectos políticos. Reflexiones sobre el impacto de Twitter en México.	2009	Luis Torres
Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales.	2009	Jesús Flores
Iran´s protests : Why Twitter is the medium of the movement	2009	Lev Grossman
Understanding how Twitter is used to spread scientific messages.	2009	Julie Letierce, Alexandre Passant, Stefan Decker

		John G. Breslin
Análisis de las redes a gran escala.	2010	Cristian Mejía
Accesibilidad de plataformas de redes sociales	2010	Observatorio Accesibilidad TIC discapnet
Las nuevas redes sociales, ¿moda o revolución?	2010	Francisco Pérez
La estrategia de la corporación EITB en Facebook y Twitter.	2010	Eva María Ferreras
Peligros ocultos tras la red: Análisis jurídico de las redes sociales.	2010	Sara Sánchez
What is Twitter, a social Network or a news media?	2010	Haewoon Kwak, Changhyun Lee, Hosung Park Sue Moon
Predicting elections with Twitter: What 140 characters reveal about political sentiment	2010	Andranik Tumasjan Timm O. Sprenger Philipp G. Sandner Isabell M. Welpe
Microblogging for crisis communication: examination of Twitter use in response to a 2009 violent crisis in the Seattle-Tacoma, Washington area.	2010	Thomas Heverin Lisl Zach
Semi-supervised recognition of sarcastic sentences in Twitter and	2010	Dmitry Davidov Oren Tsur

Amazon.		Ari Rappoport
Mensajes de poder, el traslado de la política al Twitter.	2011	Juan Ignacio Díaz
Adicción a las redes sociales.	2011	Fiama García
El efecto Facebook	2011	Anónimo
Impacto de las redes sociales e información en los jóvenes preparatorianos.	2011	Karina López Janeth Lumbreras Francisco de la Garza Salvador Gutiérrez
El movimiento M-15 y su evolución en el Twitter.	2011	Eva María Ferreras
IRC 2.0 Medios para la información, la relación y la comunicación en la web2.0	2011	Raimundo Fernández
Social media as a strategic tool for Corporate Communications.	2011	Lina Gómez
El uso de Twitter para mejorar la competencia de las expresiones escritas en el aprendizaje de las lenguas extranjeras.	2011	Germán Ruipérez María Dolores Castillo José Carlos García
Redes sociales marcan tendencias en la comunicación: Ecuador y el #30S	2011	Gabriela Coronel
Conceptualizar el papel de las redes sociales en internet en movimientos sociales y acciones correlativas.	2011	Bertín Valádes

Los periódicos en las redes sociales: audiencias, contenido, interactividad y estrategias comerciales.	2011	Miguel Túñez
Periodista venezolano en Twitter	2011	Andrea Harris Omaria Ríos Ángel Pérez
Medios y periodistas en Twitter: el caso chileno.	2011	Alberto López
Un análisis contemporáneo del Twitter.	2011	Beatriz Fainholc
Enfermera 2.0	2011	Adoni Carrión
La píldora 2.0	2011	Adoni Carrión
Uso de las redes sociales para el intercambio de conocimiento entre profesionales.	2011	Adoni Carrión Carlos Núñez
Relaciones, redes y discursos: revisión y propuesta en torno al análisis reticular de datos textuales.	2011	Carlos Lozares Joan Verd Joel Martí Pedro López
Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios.	2011	Cinta Espuny Juan Gonzáles Mar Lleixá Mercé Gisbert
Tweet Dreams: making music with the audience and the world using real-time Twitter data	2011	Luke Dahl Jorge Herrera Carr Wilkerson
Las mayores empresas tienen un	2012	Anónimo

alto grado de participación en redes sociales.		
Madrid es la comunidad con mayor presencia en Twitter y redes sociales.	2012	Anónimo
Adicción a las redes sociales.	2012	Stefany Castillo Danny Guerrero Ángel Marquina Mayra Miranda Luis Pérez
Los tuiteros elevan la alta tensión del show #QQSM	2012	Andersson Boscán
Los nuevos paradigmas del periodismo en el mundo 2.0	2012	Federico Zarlenga
Uso de Twitter para la comunicación de la responsabilidad.	2012	Anónimo
Las redes sociales y su impacto en el proceso de reparación de noticias: análisis de las rutinas de los periodistas a partir de tres diarios chilenos.	2012	Lesly Zurita
Incidencia de las redes sociales vs cibermedios en las elecciones en España, 2011.	2012	Antonio García Isabel García David Varona
Twitter del sondeo a la sonda: Nuevos canales de opinión, nuevos métodos de análisis.	2012	María Luz Congosto Pablo Aragón
Análisis del uso de las redes	2012	Antonio Rodríguez

sociales en Twitter.		Patricia Santamaría
Análisis de las redes sociales como pulso inmediato de la opinión social.	2012	Montse Fernández
Caracterizando las elecciones venezolanas a través de Twitter. Caso: #26S	2012	Daniela Artigas Ángel Muñoz Francisco Luengo Xandre Chourio Andrea Fernández
Comunicación, redes sociales y democracia en la mirada de periodistas argentinos.	2012	Lidia de la Torre Alfredo Dillon
Elecciones presidenciales de EE.UU. Lobbying de Barack Obama a través Twitter.	2012	Felipe Benítez
Facebook y Twitter en campañas electorales en España.	2012	Paloma Abejón Ana Sastre Virginia Linares
Política 2.0: El uso de las redes sociales en la política Argentina.	2012	Natalia Domínguez
Representatividad de los emisores en Twitter	2012	María Jesús Fernández Francisco Paniagua
Twitter: La vida en 140 caracteres.	2012	Víctor Domingo
Twitter y la ciberpolítica	2012	Carmen Fernández
Twitter informa que tiene más de 200 millones de usuarios activos.	2012	El Universo
Twitter permite a los usuarios	2012	El Universo

descargar su historial de tuits.		
Twitter sufrió un ataque DoS: ¿QUÉ SERÁ?	2012	Ana María Granja
Todo el mundo twittea.	2012	Monse Arosemena
Socl, la nueva red social de Microsoft	2012	El Universo
Sobre la privacidad en las redes sociales	2012	The New York Time
Se inventan una parábola para explicar el desembarco del papa en Twitter.	2012	El Universo.
Las redes sociales en la educación	2012	Juan José de Haro
Pagando por un tweet	2012	Karla Pesantes
Instagram desactiva difusión de sus fotos en Twitter.	2012	El Universo
Crean rating de TV a partir de mensajes en Twitter	2012	El Universo
Benedicto XVI abrirá una cuenta en Twitter	2012	Diario Hoy
A few chirps about Twitter	2012	Balachander Krishnamurthy Phillipa Gill Martin Arlitt
Lo que “no dejaron pasar” los tuiteros sobre el debate presidencial	2012	Diario El Comercio
La Nasa se vuelca en las redes sociales para desmentir fin del mundo en el 2012	2012	Diario El Comercio

Los jóvenes se informan en la red	2012	Diario El Comercio
Los Juegos Olímpicos de Londres generaron 150 millones de mensajes en Twitter	2012	Diario El Comercio

4.7 Enfoque del estudio

El enfoque del estudio es cuantitativo, ya que se comparará todos los documentos recolectados sobres redes sociales o Twitter, esto nos permitirá exponer la tendencias mas relevantes de los estudios, tesis, ensayos y artículos, los mismos que tendrán un análisis estadístico detallado por medio de gráficos “el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”. *(Hernández, Fernández y Baptista, 2006, pág. 5).*

4.7.1 Técnicas de investigación

La técnica de investigación utilizada para el proyecto es el análisis cuantitativo de contenido, el mismo que es definido por Hernández,

Fernández y Batista en su libro titulado *Metodología de la Investigación* (2006, pág. 356), “como un método que tiene mayores implicaciones que simplemente recoger contenidos, es una técnica que ayuda a describir tendencias, develar diferencias, comparar mensajes, de una manera objetiva, sistemática y cuantitativa”.

4.7.2 Sondeo de Técnicas.

En una primera instancia se elaboró una sola ficha con la que se pretendía analizar todos los documentos encontrados (tesis, estudios, ensayos, artículos), luego de una prueba realizada con 10 documentos de diferentes formatos, se procedió a confeccionar dos fichas, una para ensayos o artículos y otra para tesis o estudios, agregando nuevas subcategorías (tipos de ensayos y posición de autor), luego se llegó a la conclusión que para un mejor manejo en la cuantificación de los datos se elabore una sola ficha en donde se especificaría que algunas categorías de la ficha serían únicamente para tesis o estudios, artículos o ensayos, tesis, estudios, artículos o ensayos.

4.8 Ficha utilizada para analizar cada estudio, tesis, artículo o ensayos.

Numeración del documento:		1	2	3	4	5
Categorías	Subcategorías					
Procedencia	Estados Unidos					
	Europa, Asia					
	América Latina					
Formato	Tesis o estudio					
	Artículo o ensayo					
Paradigma de investigación (solo en caso de estudios o tesis)	Empírico positivista					
	Interpretativo-cultural					
	Crítico					
	Semiótico Discursivo					
Tipos de estudios de comunicación (solo e caso se estudios o tesis)	Usos y consumos					
	Motivaciones					
	Actitudes					
	Etnografías virtuales					
	Estudios de texto					
Tipos de estudios desde el método (solo en caso de estudios o tesis)	Descriptivo					
	Exploratorio					
	Correlacionales					
	Explicativos					
Enfoques (solo en caso de estudios o tesis)	Cualitativos					
	Cuantitativos					
	Mixto cualitativo / cuantitativo					
Categorías/ variables de análisis	Relativas al contenido /texto					
	Relativas al consumo/uso					
	Relativas a la interacción / relación					
Unidades de análisis (solo en caso de estudios o tesis)	Texto					
	Prosumidores o usuarios					
Técnica de investigación (solo en caso de estudios o tesis)	Análisis de contenido					
	Análisis textual					
	Encuestas / Cuestionario/ Test					
	Entrevista					
	Grupo focal					
	Observación cualitativa					

Posición del escritor (solo en caso de ensayo)	Apocalípticos					
	Neutral					
	Integrados					
Tipos de ensayos o artículos (solo en caso de ensayos o artículos)	Expositivo					
	Crítico o científico					
	Argumentativo					
	Periodístico					

4.8.1 Esclarecimiento de categorías y subcategorías.

Categoría: Numeración del documento

Al principio pensamos en analizar cada uno de los textos encontrados, ubicándolos con su respectivo nombre en la ficha, pero después de la primera prueba, se determinado que se enumeraría cada uno de los textos, estos se hallaran resumidos mas adelante con su respectivo número y nombre real.

Categoría: Procedencia

La categoría procedencia está dividida en tres subcategorías. Los lugares de procedencia han sido separados según su posición geográfica, así como se refleja en la ficha, en América del Norte expusimos como país

principal a Estados Unidos, dejando claro que si se llegara a encontrar algún texto con procedencia de Canadá éste se ubicará dentro del país antes nombrado. América del Sur y América Central están representadas por América Latina en donde entran todos los países ubicados dentro de estos dos continentes y por último Europa y Asia se encuentran en una sola subcategoría.

Categoría: Formato

Los formatos detallados en esta categoría han sido divididos en dos subcategorías, por la similitud que tienen en común se ubicó a los estudios y tesis en la primera subcategoría y los artículos o ensayos en la segunda.

Categoría: Paradigma de investigación

Para la conceptualización de las siguientes cuatro subcategorías se ha tomado en cuenta el libro de Carlos Scolari titulado *Hipermediaciones* elaborado en el año 2008 en Barcelona – España.

La primera subcategoría denominada paradigma empírico analítico tiene como objetivo los estudios de efecto y opinión pública, este tipo de estudio tiene un enfoque cuantitativo utilizando como técnicas de investigación las encuestas y sondeos "este paradigma ha ido evolucionando hasta lograr desarrollar métodos finos de recolección y análisis de datos". *(Scolari, 2008, pág.36).*

La segunda subcategoría denominada interpretativo cultural "dicho paradigma excede ese campo para entrar de lleno en los estudios de comunicación. El paradigma interpretativo cultural entiende que la comunicación de masas es una construcción social, y por lo tanto se centrará en aspectos como el newsmaking, los discursos sociales o los procesos de recepción y los abordara con métodos cualitativos". *(Scolari, 2008, pág. 36).*

La tercera subcategoría denominada paradigma crítico tiene como objetivo los estudios de alineación que usan como método lo

especulativo, “este paradigma ha logrado desarrollar métodos de análisis de producción”. *(Scolari, 2008, pág. 42).*

La cuarta subcategoría denominada paradigma semiótico discursivo tiene como finalidad los estudios enunciativos, que usan como método lo cualitativo, ha generado métodos de procesos de producción de sentido e interpretación. *(Scolari, 2008, pág. 42).*

Categoría: Tipos de estudios de comunicación

La categoría tipos de estudios de comunicación está dividida en cinco subcategorías que detallaremos a continuación.

La primera subcategoría usos y consumos se refiere a los estudios o tesis fundados en el análisis de los usos y consumos que le dan los prosumidores o usuarios a las redes sociales. (Casetti & di ChioSu, 19997) su atención se dirige al consumo manifiesto de los usuarios, describen aspectos estructurales: composición demográfica, su comportamiento y tipologías.

"En la llamada sociedad de la información, del conocimiento y/o de la comunicación, las formas de interacción social entre sujetos de diferentes generaciones son mediadas por el uso y consumo de la tecnología informática particularmente Internet, y por la validación reiterada de la incorporación de las tecnologías a la vida cotidiana". (Barrios, 2008, pág. 266).

La segunda subcategoría motivaciones, se ubicará los estudios y tesis que se centran en las razones que subyacen a las elecciones de los usuarios, su investigación está fundada específicamente en las incitaciones que tienen los prosumidores o usuarios para hacer uso de las redes sociales. "Los consumidores compran y buscan productos, con el fin de satisfacer sus necesidades." *(Balckwell, Miniard, Engel, 2002, pág. 255)*

La tercera subcategoría actitudes, se refiere a los estudios o tesis que estén basados en las escalas de las actitudes de los prosumidores

usuarios, estos analizan las percepciones, reacciones y valoraciones de los usuarios.

La cuarta subcategoría etnografías virtuales, se ubicará los estudios o tesis que estén fundadas en indagar sobre lo que esta pasando en la comunidades virtuales.

“La etnografía virtual sirve para la indagación y la compresión de las interacciones e interrelaciones sociales generadas en internet”. *(Turpo, 2008, pág. 83)*

La quinta y última subcategoría estudios de textos, se ubicará los estudios o tesis en el que su estudio de comunicación no este solamente basado en la recolección de datos sino que analice problemas comunicacionales en la sociedad, se centran en el mensaje, ese mensaje puede ser hipertextual el mismo que también puede incluir un análisis semiótico.

Categoría: Tipos de estudios desde el método

La categoría tipos de estudios desde el método está dividida en cuatro subcategorías.

La primera subcategoría se ubicará los estudios descriptivos, los cuales únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren. “Es decir miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos o componentes del fenómeno a investigar”. *(Hernández, Fernández y Baptista, 2006, pág. 102)*.

La segunda subcategoría se ubicará los estudios exploratorios, según Hernández, Fernández y Baptista se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tiene muchas dudas o no se ha abordado antes. Los alcances que puede tener una investigación de esta índole son correlacionales, exploratorio, explicativo y descriptivo. *(2006, pág. 100).*

La tercera subcategoría se ubicará los estudios correlacionales, este tipo de estudio tiene como propósito conocer la relación que exista entre dos

o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. *(Hernández, Fernández y Baptista, 2006, pág. 105).*

En la cuarta y última subcategoría se ubicarán los estudios explicativos, este tipo de estudio va mas allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir "están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales". *(Hernández, Fernández y Baptista, 2006, pág. 108).*

Categoría: Enfoques

La categoría enfoques está dividida en tres subcategorías que determinan básicamente la dirección que se le ha dado a la investigación.

La primera subcategoría se ubicará los estudios cuyo enfoque sea cualitativo, "este enfoque utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación". *(Hernández, Fernández y Baptista, 2006, pág. 8).*

La segunda subcategoría se ubicará los estudios cuyo enfoque sea cuantitativo, "este enfoque usa la recolección de datos para probar

hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías". *(Hernández, Fernández y Baptista, 2006, pág. 5).*

Por último la tercera subcategoría se ubicará los estudios cuyo enfoque sea mixto, "este es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mimos estudio, para responder distintas preguntas de investigación de un planteamiento del problema". *(Hernández, Fernández y Baptista, 2006, pág. 755).*

Categoría: Categorías y variables

La siguiente categoría está compuesta por tres subcategorías.

La primera subcategoría nombrada relativas al contenido/texto, se entiende por cualquier categoría o variable que haga alusión al contenido de una red social.

La segunda subcategoría nombrada relativas al uso/consumo, está designada para los textos cuyo categoría o variable haga alusión al consuno y uso de las redes sociales.

La tercera subcategoría nombrada relativas a la interacción/relación, está designada para los textos cuya categoría o variable haga alusión a la interacción de las redes sociales como por ejemplo nivel de popularidad, nivel de influencia, dialogo entre otras.

Categoría: Unidad de análisis

Para esta categoría se han desarrollado dos subcategorías. La primera subcategoría nombrada texto, se refiere a cuyos estudios o tesis tengan como planteamiento de investigación examinar los textos que contengan el tema de redes sociales o Twitter.

La segunda subcategoría denominada prosumidores o usuarios, se refiere a cuyos estudios o tesis tengan como planteamiento de investigación examinar a los prosumidores o usuarios que consumen o produce contenidos en las redes sociales.

Categoría: Técnicas de investigación

La categoría técnica de investigación se refiere al método en el que los estudios o tesis se apoyaron para investigar sobre las redes sociales o Twitter.

La primera subcategoría denominada análisis de contenido como su nombre lo indica, parte del principio de examinar el contenido de los textos para encontrar indicios sobre el modo de producción de los mismos.

La siguiente subcategoría análisis textual se refiere a detallar textualmente todo lo que vemos, en este caso el tema a desarrollar es el de redes sociales y Twitter.

La subcategoría encuestas, cuestionarios y test estos datos se recolectaran dependiendo de la muestra que se haya determinado en el estudio o tesis.

En las siguientes subcategorías entrevista, grupo focal y observación cualitativa, se delimita la muestra, que por lo general son personas que

poseen ciertas cualidades que buscamos dependiendo del tema que se esté desarrollado.

Categoría: Posición de escritor

En esta categoría nos apoyamos en los conceptos dados por el semiólogo Umberto Eco, la primera subcategoría nombrada apocalípticos, el autor la define como personas que se plantean un enfoque pesimista sobre el igualitarismo, ya sea desde una postura conservadora o aristócrata. “Intolerancia hacia la cultura de masas una raíz aristocrática, un desprecio que sólo aparentemente se dirige a la cultura de masas, pero que en realidad apunta a toda la masa”. *(Eco, 1965, pág. 52).*

La segunda subcategoría neutral, no es un concepto dado por el autor antes nombrado, este hace referencia a las personas que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el avance tecnológico, estos forman parte de los avances tecnológicos haciendo hincapié en las ventajas y desventajas que aporta la tecnología.

Por último tenemos la subcategoría de los integrados, aquellos que tienen una visión optimista ante la igualdad, es decir que "nace una sociedad en que la masa de ciudadanos participa con igualdad de derechos en la vida pública, en el consumo, en el disfrute de las comunicaciones". *(Eco, 1965, pág. 60).*

Categoría: Tipos de ensayos o artículos

La categoría tipos de artículos o ensayos esta dividida en cuatro subcategorías.

Expositivos.- "los textos expositivos, enuncian hechos relacionados entre si, pero sin asumir una posición sobre ellos. (Cubino, López, Bernabeu, 2009 pág. 16)

Crítico.- En él se analiza cualquier idea, obra o actividad humana. Tiene mucha variedad temática (medicina, historia, ciencias exactas, literatura, etc. *(Microsoft en línea, 1993-1997, pág. 8)*

Argumentativo.- "Su objetivo es defender una tesis y lograr que el lector se adhiera a ella. Exige un gran rigor de pensamiento lógico y una gran

organización de sus partes. Para obtener su objetivo, debe utilizar un léxico preciso, alusiones directas. Preguntas que creen expectativas frente a lo que se va a afirmar (preguntas retóricas) y citas textuales de autoridades en el tema que respalden la opinión del autor del ensayo." *(Microsoft en línea, 1993-1997, pág. 8)*

Periodístico.- Su objetivo es dar a conocer los hechos de interés colectivo, ya sea este social o también político, su leguaje es un lenguaje sencillo con argumentación corta, ya que su propósito es despertar en el autor la opinión. *(Cubino, López, Bernabeu, 2009 pág. 17)*

4.8.2 Instructivo de la ficha

Dentro de la ficha encontraremos categorías que indican que dependiendo del formato del documento que se esté analizando, estos serán únicamente para tesis, estudios, ensayos o artículos, otros para tesis y estudios, mientras que otros sólo serán para artículos y ensayos. Esto quedo determinado después de la primera prueba realizada con 10 textos de diferentes formatos.

La gran parte de los documentos obtenidos son documentos colgados en la red, aunque se pudo obtener algunos documentos de revistas pertenecientes al país (Ecuador). Para proceder a llenar la ficha antes mostrada, primero se tiene que leer y si es necesario releer los documentos para indicar dentro de la ficha a que categoría y subcategoría corresponden.

Las siguientes categorías servirán para el análisis de tesis, estudios, artículos y ensayos.

Categorías:

- ✓ Numeración del documento
- ✓ Procedencia
- ✓ Formato
- ✓ Categorías / variable de análisis

Las siguientes categorías servirán para el análisis de tesis y estudios.

Categorías:

- ✓ Paradigma de investigación
- ✓ Tipos de estudios de comunicación
- ✓ Tipos de estudios desde el método
- ✓ Enfoque
- ✓ Unidad de análisis
- ✓ Técnicas de sondeo

Las siguientes categorías servirán para el análisis de artículos o ensayos.

Categorías:

- ✓ Posición del autor
- ✓ Tipos de ensayos o artículos

5. Resultados.

Los resultados que se detallan a continuación, fueron obtenidos después del análisis individual de 80 documentos de diferentes formatos (tesis, estudios, artículo o ensayos), en este punto del trabajo se puntualizarán los valores más relevantes de cada una de las categorías a través de gráficos los que estarán sustentados con citas, obtenidas de los

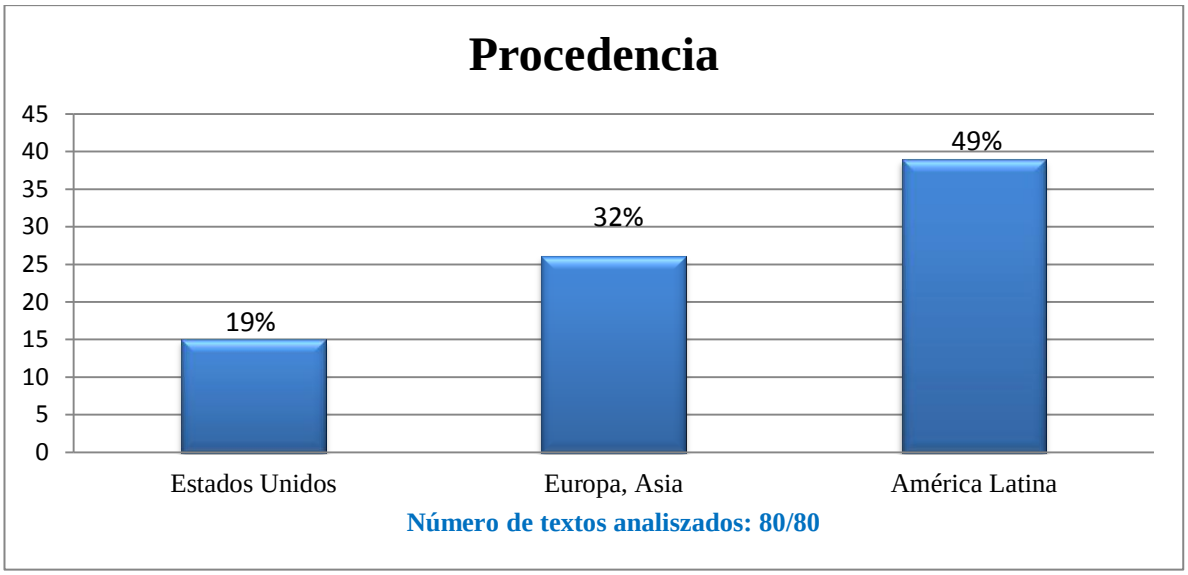
documentos analizados, cabe recalcar que si se desea profundizar en los documentos que se nombrarán dentro de los detalles de los resultados, los puede ubicar dentro los anexos, los mismo que se encuentran recopilados en un CD, cada documento cuenta con su respectivo número.

5.1 Organización de resultados.

5.1.1 Procedencia de los estudios, tesis, artículos y ensayos.

Objetivo / pregunta	Categoría	Subcategoría
Investigar la procedencia de los artículos, tesis, ensayos y estudios sobres redes sociales o Twitter.	1. Procedencia de los textos.	1.1 Estados Unidos 1.2 Europa, Asia. 1.3 América Latina

Categoría: 1. Procedencia de los textos.



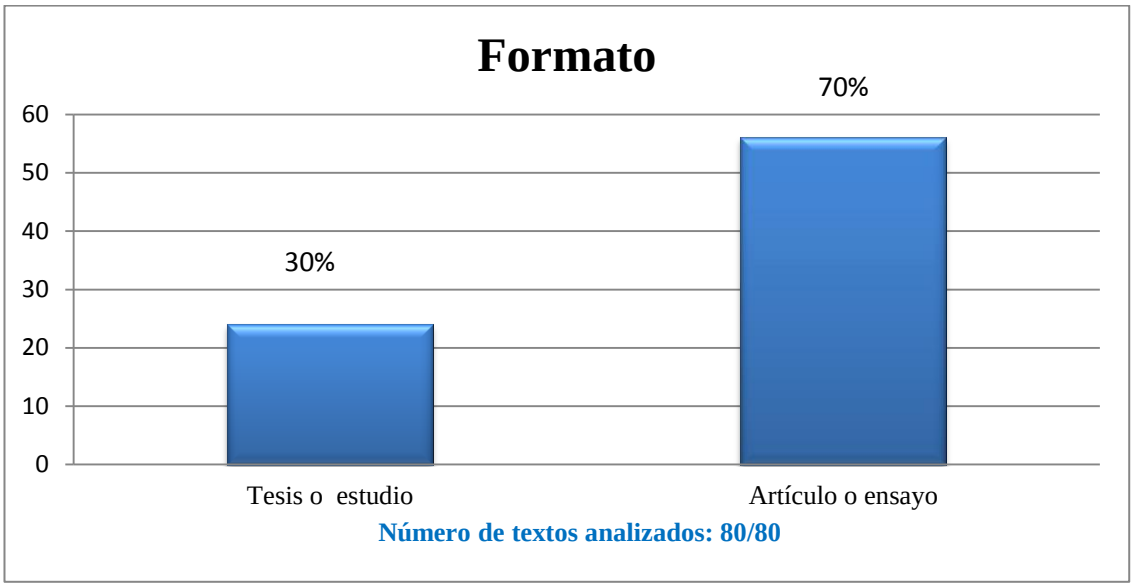
La categoría procedencia, se encuentra dividida en tres subcategorías, la primera categoría Estados Unidos, la segunda subcategoría Europa - Asia y la ultima subcategoría América Latina.

Como se muestra en la figura el 49% de los estudios, tesis, artículos y ensayos cuantificados corresponde a la subcategoría América Latina, mientras que la subcategoría Europa – Asia tiene el 32%, este alto porcentaje en la subcategoría América Latina es debido a que se le dio privilegio a los estudios, tesis, artículos o ensayos elaborados en esta zona ya que es aquí donde se realiza la investigación, la subcategoría Estados Unidos obtuvo el 19%.

5.1.2 Formato de los textos analizados.

Objetivo / pregunta	Categoría	Subcategoría
Explorar el formato de los textos analizados durante la investigación.	2.-Formato de los textos.	2.1 Tesis o estudios 2.2 Artículos o ensayos

Categoría: 2. Formato de los textos.

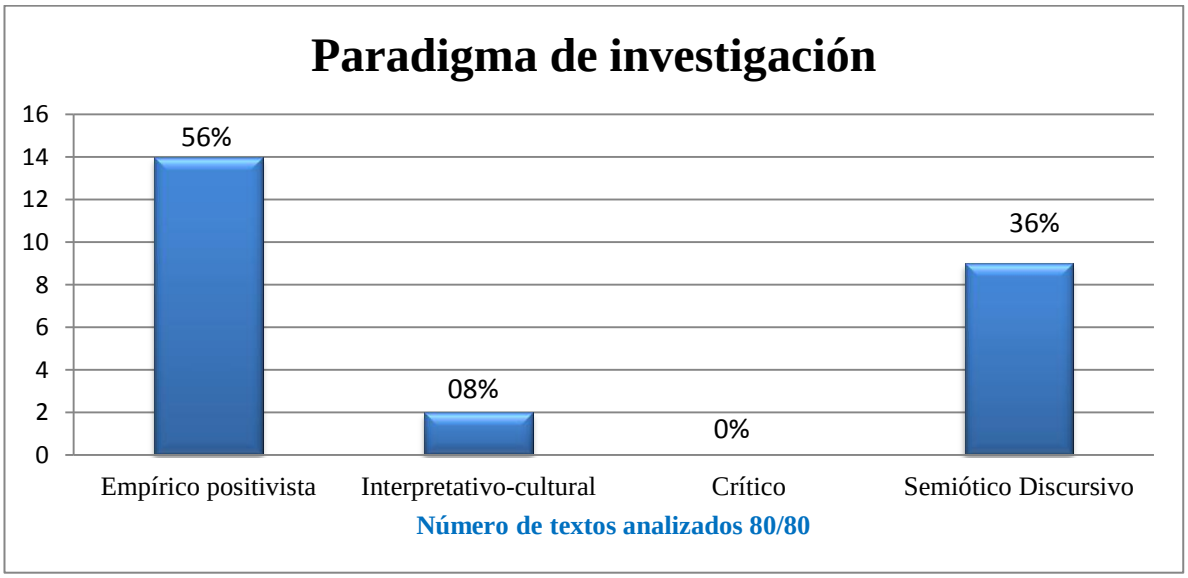


La categoría formato se encuentra dividido en dos subcategorías, la primera tesis o estudios y la segunda artículos o ensayos. El 70% de los documentos analizados son artículos o ensayos, de revistas, blog, entrevistas a expertos, en su mayoría colgados en la red, mientras que el 30% corresponde a tesis o estudios colgados en la red.

5.1.3 Paradigma de investigación.

Objetivo / pregunta	Categoría	Subcategoría
Explorar el paradigma de investigación en el que se ha desarrollado las tesis o estudios sobre redes sociales o Twitter.	3.-Paradigma de investigación de las tesis o estudios.	3.1 Empírico positivista 3.2 Interpretativo cultural 3.3 Crítico 3.4 Semiótico discursivo

Categoría: 3. Paradigma de investigación



La categoría paradigma de investigación se encuentra dividido en cuatro subcategorías, la primera empírico positivista, la segunda interpretativa cultural, la tercera crítico y la última semiótica discursiva.

El 56% de los estudios o tesis están basados en un paradigma de investigación empírico positivista, este tipo de estudios utilizan un enfoque cuantitativo, basados en técnicas de investigación como encuestas, sondeos, estudios de contenido, etcétera. El anexo número 15, titulado *Los nuevos paradigmas del periodismo en el mundo 2.0,* realizado por Federico Zarlenga, en el año 2012 en Argentina, como técnica de investigación se utilizo la entrevista, esta se le realizo a cuatro expertos. En otro ejemplo tenemos el anexo número 74 titulado *Understanding how Twitter is used to spread scientific messages.* Realizado por Julie Letierce, Alexandre Passant, Stefan Deker y JohnBreslin en el año 2010 en Estados Unidos, este estudio tiene un enfoque cuantitativo, mediante la elaboración de entrevistas y encuestas.

El 36% corresponde a la subcategoría semiótico discursivo, en el anexo número titulado *Autoestima y el uso de perfiles dentro de las redes sociales cibernéticas en una muestra de adolescentes de escuela superior*, elaborado por María del Carmen Jesús, en el año 2009 en Puerto Rico, se puede evidenciar un claro ejemplo de la subcategoría con

mayor porcentaje, ya que se realizó un estudio de los contenidos de los datos de los usuarios, otro estudio donde se manifiesta el paradigma semiótico discursivo se encuentra en el anexo número 33 titulado *"Análisis del uso de las redes sociales en Twitter"*, elaborado por Antonio Rodríguez y Patricia Santamaría en el año 2012 en España, este estudio tiene como técnica de investigación el análisis textual, el mismo que se utiliza en los estudios con un paradigma semiótico discursivo.

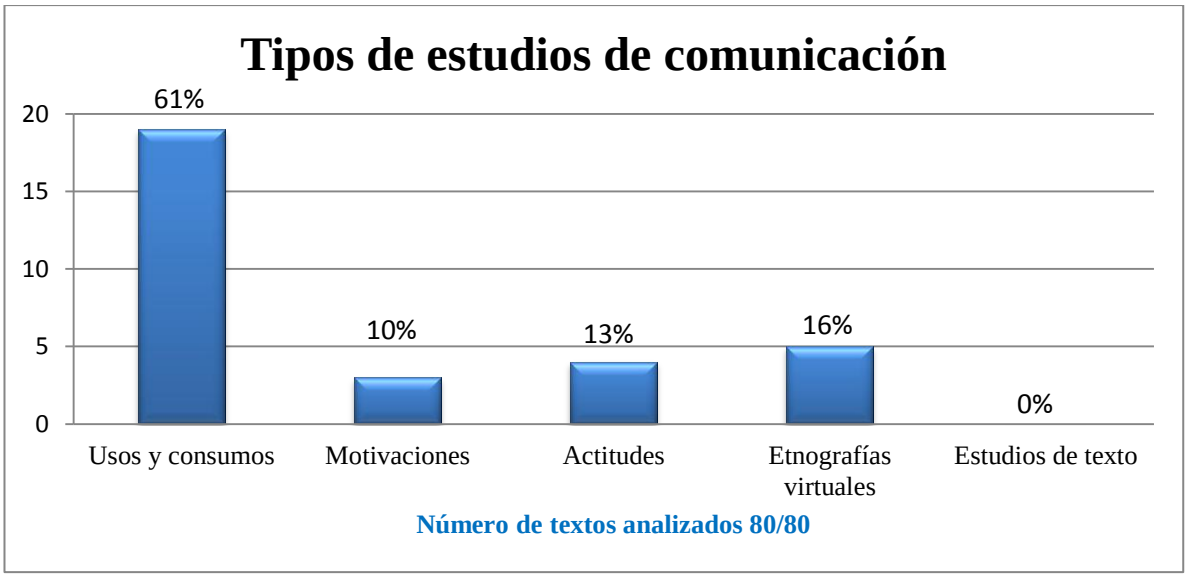
El 8% corresponde a todos los estudios o tesis cuyo paradigma de investigación es interpretativo cultural, este tipo de paradigmas son por lo general cualitativos, el anexo número 23, titulado *Las redes sociales y su impacto en el proceso de reparación de noticias: análisis de las rutinas de los periodistas a partir de tres diarios chilenos*, realizado por Lesly Zurita en el año 2012 en Chile, se enfoca en la producción de las noticias de los periodistas chilenos.

Por último el 0% le corresponde a la subcategoría crítico, este tipo de estudios tiene como método el análisis ideológico.

5.1.4 Tipos de estudios de comunicación.

Objetivo / pregunta	Categoría	Subcategoría
Investigar los tipos de estudios que se desarrollaron sobre redes sociales o Twitter.	4.-Tipos de estudios.	4.1 Usos y consumos 4.2 Motivaciones 4.3 Actitudes 4.4 Etnografías virtuales 4.5 Estudios de textos

Categoría: 4. Tipos de estudios de comunicación.



La subcategoría tipos de estudios de comunicación se encuentra dividido en cinco subcategorías, la primera, usos y consumos, la segunda motivaciones, la tercera actitudes, la cuarta etnografías virtuales y la última estudios de texto.

El 61% corresponde a la subcategoría usos y consumos, la mayoría de los estudios o tesis analizados se enfocaron en observar los usos y consumos de las redes sociales o Twitter. El anexo número 39, titulado *Facebook y Twitter en campañas electorales en España*, realizado por Paloma Abejón, Ana Sastre y Virginia Linares, en el año 2012 en España, se enfoco en analizar el uso que han hecho los líderes de los principales partidos políticos en las últimas elecciones celebradas en España el 22 de Mayo de 2011. Otro ejemplo tenemos el anexo número 71 titulado *Microblogging for crisis comunication: examination of Twitter use in response to a 2009 violent crisis in the Seattle – Tacoma, Washington area,* realizado por Thomas Heverin y Lisl Zach, en el año 2010 en Estados Unidos, este estudio se enfoco en analizar los usos y las interacciones entre los prosumidores del Twitter durante una revuelta realizada en la ciudad.

Los estudios cuyo objetivo era indagar en la actitudes de los usos de las redes sociales obtuvo el 13%, el anexo número 9, titulado *Adicción a las redes sociales,* realizado por Stefany Castillo, Danny Guerrero, Ángel

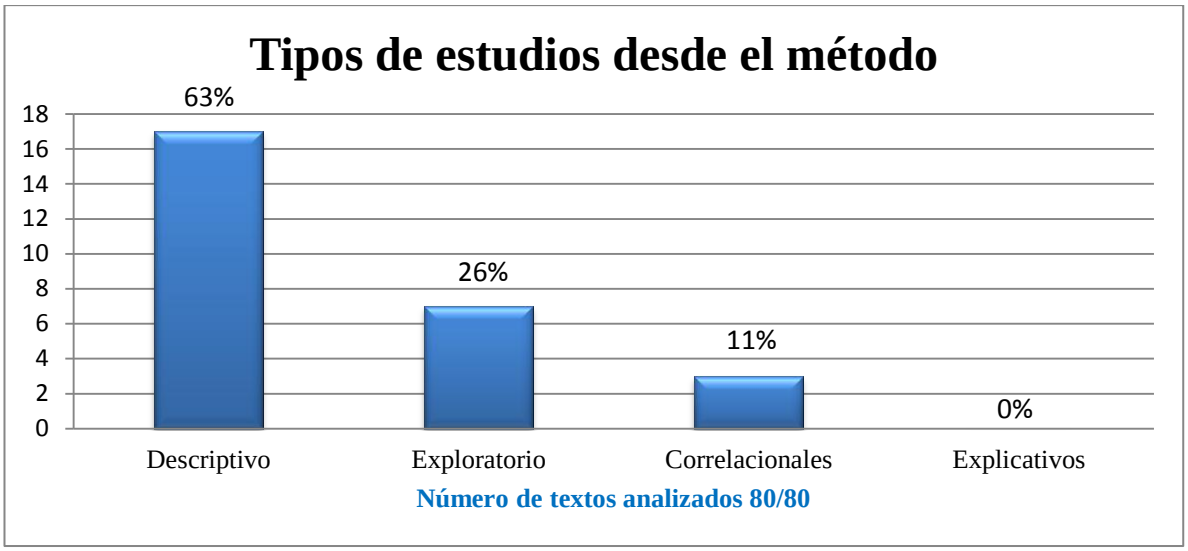
Marquina, Mayra Miranda y Luis Pérez en el año 2012 en Ecuador, platea el estudio para determinar la cantidad de tiempo que le dedican los usuarios a las redes sociales.

El 16% corresponde a las subcategoría etnografías virtuales, mientras que el 10% le corresponde a las motivaciones por último tenemos a la subcategoría estudios de textos con el 0%.

5.1.5 Tipos de estudios desde el método de investigación.

Objetivo / pregunta	Categoría	Subcategoría
Explorar los tipos de estudios desde el método en el que se ha desarrollado los estudios o tesis de redes sociales o Twitter.	5.- Tipos de estudios desde el método de investigación.	5.1 Descriptivo 5.2 Exploratorio 5.3 Correlacionales 5.4 Explicativos

Categoría: 5. Tipos de estudios desde el método de investigación.



La categoría tipos de estudios desde el método se encuentra dividida en cuatro subcategorías, la primera descriptiva, la segunda exploratorio, la tercera correlacionales y por último explicativos.

Los estudios descriptivos obtuvieron el 63%, este tipo de estudio se enfoca en recoger, recolectar información o datos, el anexo número 14, titulado *El impacto de las redes sociales e informáticas en los jóvenes preparatorianos,* realizado por Karina López, Janeth Lumbreras, Francisco de la Garza y Salvador Gutiérrez, en el año 2011en México, utilizo un estudio descriptivo para la recolección de datos mediante una ficha a 50 sujetos denominados jueces para un estudio cuyo objetivo era

conocer las actitudes de los jóvenes preparatorianos de ambos sexos acerca de las redes sociales.

El 26% de los estudios analizados presentaron un método exploratorio, el objetivo de este tipo de estudio es de examinar un tema poco estudiado, el anexo número 10, titulado *Adicción a las redes sociales,* elaborado por Fiama García en el año 2011 en México, tenía como objetivo de estudio mostrar como la corporación pública EITB gestiona su presencia en Facebook y Twitter.

Los estudios correlacionales son estudios que su método es tan basado en conocer la relación que exista entre dos o más conceptos o variables, este tipo de estudio obtuvo el 11%, el anexo número 43, titulado *Representatividad de los emisores en Twitter*, realizado por María Jesús Fernández y Francisco Paniagua en el año 2012 en España, tuvo como objetivo principal analizar los perfiles de los partidos políticos con mayor número de votos en la últimas elecciones, para lograr cuyo objetivo se

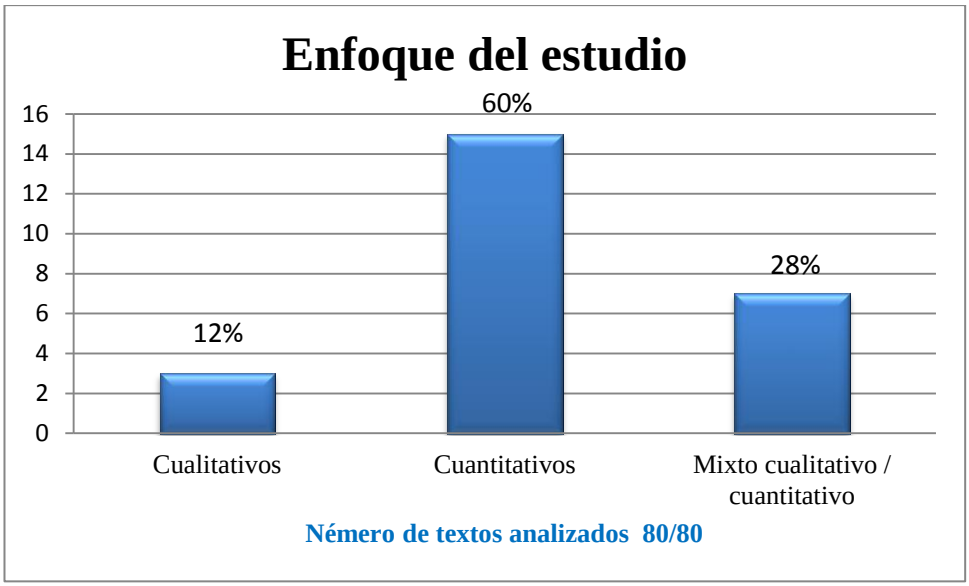
realizo un método comparativo para relacionar la presencia de los principales partidos políticos en España y sus representantes en Twitter.

Por últimos tenemos los estudios explicativos cuyo objetivo es responder por las causas de los eventos o fenómenos físicos o sociales, este tipo de estudio obtuvo el 0%.

5.1.6 Enfoque del estudio.

Objetivo / pregunta	Categoría	Subcategoría
Indagar el foque utilizado en los estudios y tesis sobre redes sociales o Twitter.	6.- Enfoque del estudio.	6.1 Cualitativo 6.2 Cuantitativo 6.3 Mixto

Categoría: 6. Enfoque del estudio.



La categoría enfoque del estudio se encuentra dividida en tres subcategorías, la primera cualitativa, la segunda cuantitativos y la tercera mixtos (cualitativos, cuantitativos).

El 60% de los estudios o tesis analizados tuvieron un enfoque cuantitativo, el anexo número 27, titulado *Social media as a strategic tool for Corporate Communications, Los medios sociales como una herramienta estratégica para la comunicación corporativa*, realizado por Lina Gómez en el año 2011 en Puerto Rico, tiene como objetivo de estudio descubrir si los medios sociales son utilizados principalmente como una herramienta estratégica para la comunicación corporativa,

optando por utilizar un método cuantitativo para la cuantificación de los datos obtenidos mediante el análisis de compañías registradas en Facebook y Twitter.

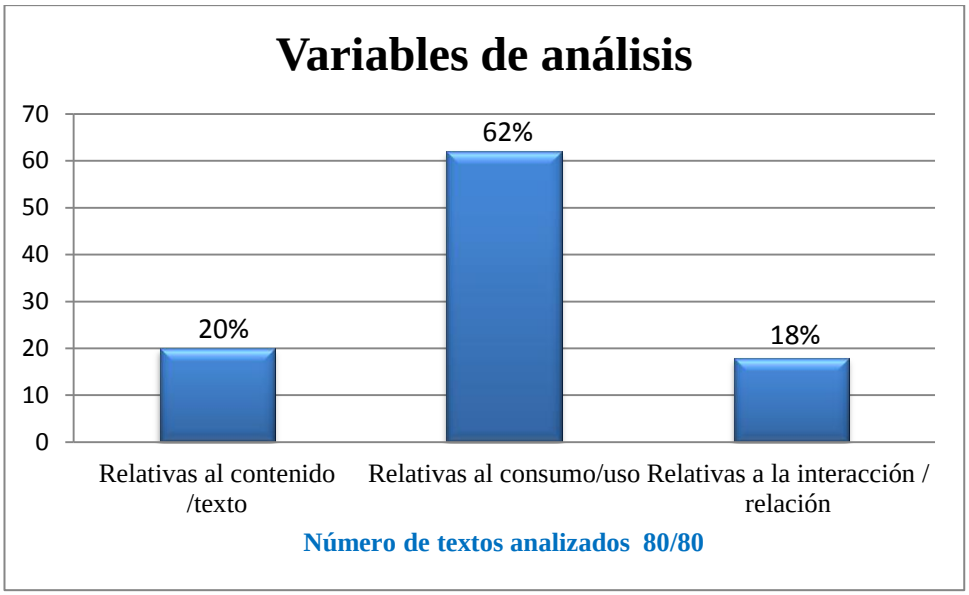
El 28% de los estudios analizados optaron por darle a su estudios o tesis un enfoque mixto, en el anexo número 39, titulado *Facebook y Twitter en campañas electorales en España*, realizado por Paloma Abejón, Ana Sastre Y Virginia Linares en el 2012 en España, es un estudio cuyo objeto era analizar el uso que han hecho los líderes de los principales partidos políticos de las redes sociales en las últimas elecciones municipales y autonómicas celebradas en España el 22 de mayo de 2011, este estudio le dio un enfoque mixto a su investigación, con la metodología cualitativa se persigue comprender ciertos aspectos de la conducta humana respecto al uso de las redes sociales desde el propio marco de referencia de quién actúa, en este caso, Aguirre y Gómez. Mientras que con la metodología cuantitativa se ha optado por manejar el método analítico, que consiste en la separación de las partes de un todo para estudiarlas de forma individual.

El 12% le corresponde a los estudios cuyo enfoque es cualitativo, el anexo número 15, titulado *Los nuevos paradigmas del periodismo en el mundo 2.0,* realizado por Federico Zarlenga en el año 2012 en Argentina, tenia como objetivo de estudio investigar sobre la forma de adaptación de los medios tradicionales al avance de las redes sociales en material de contenido noticioso, el enfoque cualitativo se lo dieron para evaluar las cuatro entrevistas realizadas a periodistas.

5.1.7 Variables de análisis.

Objetivo / pregunta	Categoría	Subcategoría
Investigar las variables de análisis que se utilizo en los textos examinados sobres redes sociales o Twitter.	7.- Variables de análisis.	7.1 Relativas al contenido /texto. 7.2 Relativas al consumo de contenidos/uso. 7.3 Relativas a la interacción / relación.

Categoría: 7. Variables de análisis.



La categoría variable de análisis se encuentra dividida en tres subcategorías, la primera las relativas al contenido, las segunda relativas al consumo y los usos y la tercera relativas a la interacción relación.

El 62%de los estudios, tesis, artículos o ensayos, se enfoco en estudiar las variables relativas al consumo, en el anexo número 48 titulado *Enfermera 2.0,* entrevista realizada por Adoni Carrión en el año 2011 para la revista Enfermeros, destaca la creación de un Blog llamado @enfermera2punto0 idea de Rosa Nieto, enfermera que destaca que por medio de este Blog puede mantenerse conectada y al día con lo que sucede en las diferentes sociedades científicas. Pero este no es uno de

los usos que se le da a las redes sociales o Twitter ya que parece que la mayoría de los estudios están enfocados hacia el lado político, es así que en el anexo número 41, titulado *Política 2.0 el uso de las redes sociales en la política Argentina,* realizado por Natalia Domínguez en el año 2012 en Argentina, el uso que le da la presidenta de la nación Cristina Fernández de Kirchner siendo esta la primera en utilizar las redes sociales con fines electorales para su relección.

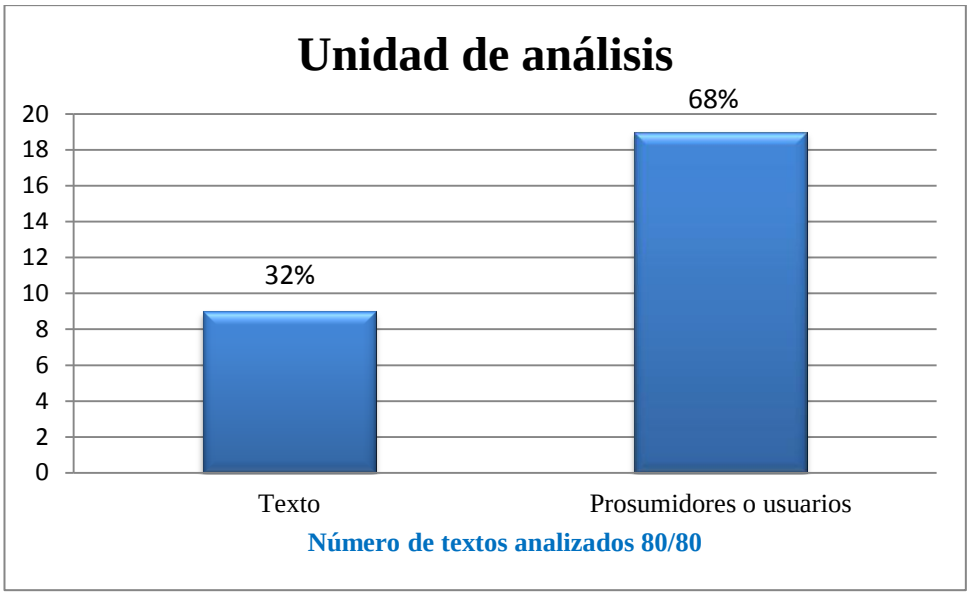
Los estudios, tesis, artículos o ensayos con una variable de análisis enfocada al contenido obtuvieron el 20%, en el anexo número 35, titulado *Caracterizando las elecciones venezolanas a través de Twitter. Caso: #26S,* creado por Daniela Artigas, Ángel Muñoz, Francisco Luengo, Xandre Chourio y Andrea Fernández en el año 2012 en Venezuela, se destaca la capacidad de los ciudadanos venezolanos para hacer saber mediante el Twitter una serie de rutinas, prácticas y juegos que se ejecutan durante el evento electoral haciéndose sentir con fuerza en las distintas redes sociales.

Por último tenemos los estudios relacionados a la interacción, este tipo de variable de estudio tuvo el 18% en el anexo número 43, titulado *Representatividad de los emisores en Twitter,* realizado por María Jesús Fernández y Francisco Paniagua en el año 2012, en España, enfatiza en la presencia y actividad de los principales partidos políticos y algunos movimientos sociales en Twitter, abordando el tema sobre el anuncio de la banca española nombrada #rescate.

5.1.8 Unidad de análisis.

Objetivo / pregunta	Categoría	Subcategoría
Determinar la unidad de análisis de las tesis o estudios sobre redes sociales o Twitter.	8.- Unidad de análisis.	8.1 Textos 8.2 Prosumidores o usuarios.

Categoría: 8. Unidad de análisis.



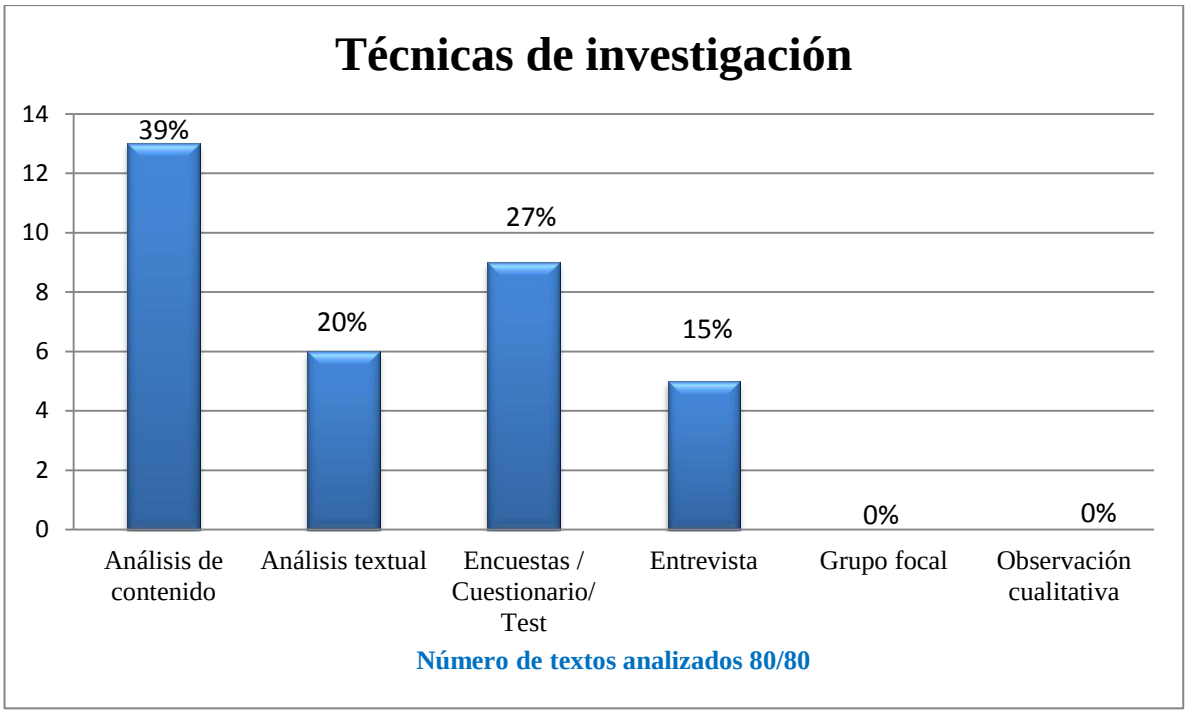
La categoría unidad de análisis se encuentra dividida en dos subcategorías, la primera texto y la segunda prosumidores o usuarios. El 68% de los estudios o tesis, se inclinaron por evaluar a los prosumidores o usuarios, en el anexo número 33, titulado *Análisis del uso de las redes sociales en Twitter*, realizado por Antonio Rodríguez y Patricia Santamaría en el año 2012, en España, este estudio tuvo énfasis en como los estudiantes universitarios de España se adaptaban a la red 2.0 tanto así que el 100% de la Universidades españolas tienen sus propios perfiles en redes como Facebook y Twitter.

El 32% de los estudios o tesis analizados se enfocaron en tomar como unidad de análisis los textos, en el anexo número 8, titulado *Mensajes de poder; El traslado de la política al Twitter*, realizado por Juan Díaz en el año 2011 en Argentina, muestra como el político Mauricio Macri uno de los que más actividad mostro en Twitter, aprovecha la herramienta para comunicarse con sus seguidores, en este estudio se tomo como unidad de análisis los tweets que difundía el político.

5.1.9 Técnicas de investigación.

Objetivo / pregunta	Categoría	Subcategoría
Indagar en las técnicas utilizadas para analizar los estudios de redes sociales o Twitter.	9.- Técnicas de investigación.	9.1 Análisis de contenido 9.2 Análisis textual 9.3 Encuesta/ cuestionario/ test. 9.4 Entrevista 9.5 Grupo focal 9.6 Observación cualitativa.

Categoría: 9. Técnicas de investigación.



La categoría técnicas de investigación se encuentra dividida en seis subcategorías, la primera análisis de contenido, la segunda análisis textual, la tercera encuestas, cuestionarios, test, la cuarta entrevista, la quinta grupo focal y la última observación cualitativa.

El 39% de los estudios y tesis optaron por aplicar técnicas de investigación de análisis de contenido, en el anexo número 39, titulado *Facebook y Twitter en campañas electorales en España*, realizado por Paloma Abejón, Ana Sastre y Virginia Linares en España utiliza como técnica de investigación el análisis de contenido de las entrevistas a

Antonio Barba, coordinador de información interna de la sede del PSOE en Ferraz; a Alberto Sotillos, encargado de la gestión de redes sociales de la Federación Socialista Madrileña y, por tanto, de la participación de Tomás Gómez en las redes, y a Fernando Colorado, responsable de la web del PP en el distrito de Chamberí y colaborador en la gestión del Twitter de Esperanza Aguirre.

También hubieron estudios que su técnica de investigación fueron la encuestas, cuestionarios o test obteniendo así el 27%, en el anexo número 38, titulado *Periodista venezolano en Twitter,* realizado por Andrea Harris, Omaria Ríos y Ángel Pérez en el año 2011 en Venezuela, realizo un cuestionario enviado a 83 periodistas y una ficha de observación aplicada a las 10 encuestas más populares.

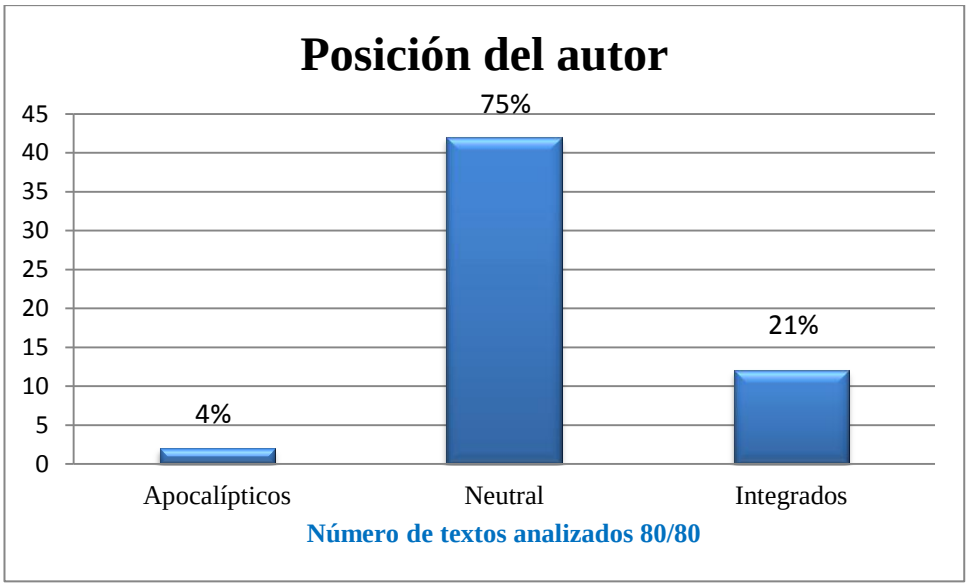
Las técnicas de investigación de análisis textual obtuvieron el 20%, en el anexo número 35 titulado *Caracterizando las elecciones venezolanas a través de Twitter. Caso: #26S,* realizo un análisis de los datos recolectados durante todo el día.

Mientras que las técnicas de investigación en donde se realizaron entrevistas obtuvo el 15% , en el anexo número17, *titulado Los nuevos paradigmas del periodismo en el mundo 2.0,* realizado por Federico Zarlenga en el año 2012 en Argentina, se procedió a realizar cuatro entrevista a expertos. El 0% corresponde a los grupos focales y observaciones cualitativas.

5.1.10 Posición del autor

Objetivo / pregunta	Categoría	Subcategoría
Investigar la posición del escritor al redactar un artículo o ensayo sobre redes sociales o Twitter.	10.- Posición del autor.	10.1 Apocalípticos 10.2 Neutral 10.3 Integrados

Categoría: 10. Posición del autor.



La categoría posición del autor se encuentra dividida en tres subcategorías, la primera apocalípticos, la segunda neutral y la tercera integrados.

Como se puede apreciar en la figura la mayoría de los escritores optaron por mostrar una postura neutral ante el tema de redes sociales o Twitter obteniendo el 75%, esto quiere decir que la gran mayoría de los artículos o ensayos analizados mostraron esta postura, en así que en el anexo número 44, titulado *Peligros ocultos tras la red: Análisis jurídico de las redes sociales*, realizado por Sara Sánchez en el 2012, para la revista Lex Nova ubicada en Valladolid (España), expone datos sobre las buenas utilidades que podemos desempeñar en las redes sociales, pero a su vez

hace hincapié en como estas utilidades rompen muchas veces con nuestros parámetros de la intimidad.

Sin duda otra de las características de los autores es estar inclinado hacia la integración, es así que los artículos que mostraron esta inclinación obtuvieron el 21%, en el anexo número 50, titulado *Uso de las redes sociales para el intercambio de conocimiento entre profesionales,* realizado por Adoni Carrión y Carlos Núñez en el año 2011 artículo desarrollado para la revista Enfermería, destaca la utilización de los medios tecnológicos para que los profesionales intercambien intereses comunes para generar grupos que estimulen la cooperación y fomenten la inteligencia colectiva.

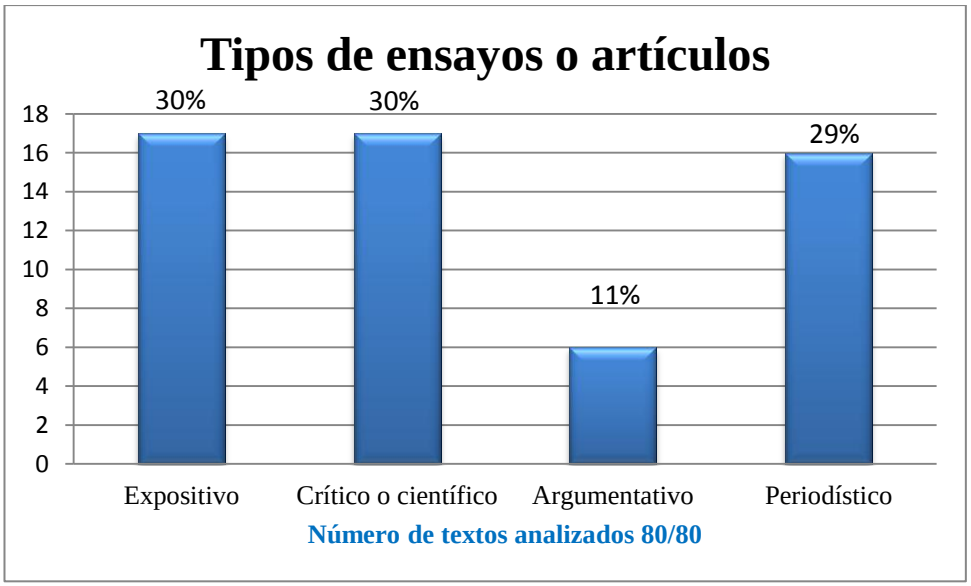
Por último tenemos los apocalíptico estos obtuvieron el 4%, en el anexo número 40, titulado *Medios y periodistas en Twitter: el caso chileno,* realizado por Alberto López, en el año 2011 en Chile, detalla el uso que le dan los profesionales a estos medios de comunicación, hace referencia a

como se ha visto afectado el periodismo chileno debido a las nuevas tendencias de comunicación.

5.1.11 Tipos de ensayos o artículos.

Objetivo / pregunta	Categoría	Subcategoría
Indagar los tipos de ensayos existentes sobres redes sociales o Twitter.	11.- Tipos de ensayos o artículos.	11.1 Expositivos 11.2 Critico o científico 11.3 Argumentativo 11.4 Literario o poético 11.5 Periodístico

Categoría: 11. Tipos de ensayos o artículos.



La categoría tipos de ensayos o artículos se encuentra distribuida en cuatro subcategorías, la primera expositiva, la segunda crítico científico, la tercera argumentativa y la cuarta periodística.

Los ensayos o artículos expositivos y críticos o científicos obtuvieron el 30% en el anexo número 80, titulado *El uso profesional de las redes sociales*, realizado por Natalia Arrroyo en el año 2008, se expone el punto de vista del autor, sobre las ventajas y desventajas que aportan las redes sociales en la vida profesional. El anexo número 45, titulado *Twitter: La vida en 140 caracteres,* realizado por Víctor Domingo en el año 2012 habla sobre los mensajes que publicamos, este hace referencia de algunos tweets enviados por políticos y famosos.

El anexo número 40 es un artículo crítico o científico, titulado *Medios y periodistas en Twitter: el caso chileno*, hace referencias de tesis que abarcaron el tema de las redes sociales.

Los artículos periodísticos estos obtuvieron el 29%, en el anexo número 49, titulado *La píldora 2.0*, entrevista realizada ha Pilar creadora del Blog

lapildoradospuntocero, para revista Enfermaría por Adoni Carrión, en el anexo número 79 titulado *Los juegos Olímpicos de Londres generaron 150 millones de mensajes en Twitter,* artículo del Diario el Comercio, expone como el evento deportivo mas grande del mundo, fue también uno de los eventos más nombrados en la red social Twitter.

Los artículos o ensayos argumentativos obtuvieron el 11%, en el anexo número 37 titulado *Elecciones presidenciales de EE.UU. Lobbying de Barack Obama a través Twitter,* realizado por Felipe Benítez en el año 2012, este artículo expone como el Presidente Barack Obama realizó lobbying dirigido a congresistas estadounidenses utilizando la plataforma Twitter como principal herramienta de incidencia en autor defiende sus ideas exponiendo datos reales, 28% de los tweets registraron un sentimiento positivo.

6. Conclusión de resultados

Después de haber elaborado la presentación de los resultados con sus respectivas categorías y subcategorías procederemos a la evaluación de los mismos.

Uno de los principales objetivos que se plantearon al inicio de la investigación fue indagar la procedencia de los estudios, tesis, artículos o ensayos recolectados hasta el momento, el 49% de los documentos corresponden a América Latina, este resultado se lo obtuvo por que se le dio más importancia a los documentos elaborados en América Latina, ya que es en esta zona donde se realiza proyecto de investigación, por otro lado tenemos que el formato de la mayoría de los documentos son artículos o ensayos descargados de la red, los artículos son textos de periódicos nacionales e internacionales entre los que se encuentran nombres de periódicos reconocidos tales como El Universo, New York Time, Diario el comercio, entre otros mientras que los ensayos son blog de personas interesadas en el tema, la subcategoría artículos o ensayos obtuvo el 70%.

Se pudo descubrir que el paradigma de investigación que se tomo gran porcentaje fue el empírico positivista, obteniendo el 56%, por otro lado se pudo evidenciar que los estudios de comunicación se enfocaron en analizar los usos y consumos de los prosumidores, esta subcategoría obtuvo el 61% recalcando una vez mas lo dicho, no es sorpresa que la subcategoría relativas al uso y consumo de la categoría variable de análisis haya obtenido el 62%, recordemos que dicha subcategoría dirige su atención al consumo manifiesto de los usuarios.

Se logró determinar que la metodología utilizada en la mayoría de los estudios o tesis analizados fue el método descriptivo, esta subcategoría obtuvo el 63%, la mayoría de los documentos se enfoco en la recolección de datos o información según ameritaba el estudio, es decir buscaban especificar propiedades, características y perfiles relevantes.

Al indagar el método más utilizado por los estudios analizados, se pudo determinar que el método descriptivo fue el más relevante para la recolección de datos e información, este método obtuvo el 63%, es obvio

que el 60% le corresponda a los estudios con un enfoque cuantitativo, esto se debe a que los estudios con u método descriptivo utilizan como enfoque el cuantitativo. La unidad de análisis en la mayoría de los estudios fueron los prosumidores o usuarios, esta subcategoría obtuvo el 68% lo cual era de esperarse ya que como se mencionó antes la variable de análisis de los estudios estuvieron encaminadas a las relativas al uso y consumo.

Las técnicas de investigación que se desempeñaron en los estudios observados fueron las que utilizaron como técnica el análisis de contenido esta subcategoría obtuvo el 39% seguido muy de cerca por la subcategoría encuestas/cuestionario/test, estas fueron utilizadas también en algunos estudios, por lo general los entrevistados fueron personas expertas en el tema.

Al indagar en los artículos o ensayos se pudo determinar que los autores de los artículos o ensayos optaron por mostrar una postura neutral al referirse al tema de redes sociales o Twitter, esta subcategoría obtuvo el

75%, por último los ensayos o artículos en su mayoría fueron expositivos o críticos científicos, seguidos muy de cerca de los documentos de tipo periodístico este último obtuvo el 29%.

A partir de los resultados presentados, a continuación profundizaremos para presentar la discusión y conclusiones del estudio.

7. Discusión de resultados

A continuación se reflexionará sobres las tendencias y consecuencias partiendo de los resultados obtenidos durante la ejecución del proyecto de investigación.

Los estudios analizados tuvieron como prioridad el análisis de los usos y consumos que los prosumidores le dan a las redes sociales, recordando que la subcategoría usos y consumos perteneciente a la categoría tipos de estudio, obtuvo durante el proyecto de investigación el 61%, desde que Twitter fue lanzado en el año 2006 los tweets han evolucionado, estos han pasado de ser una herramienta utilizada para chat tweeteo a ser una fuerza de cambio social utilizada por las comunidades como un

método para organizarse y difundir información sobre lo que sucede en su comunidad, una de las comunidades con mayor presencia en las redes sociales es la comunidad de Madrid-España, esta comunidad tiene una cuenta en Twitter llamada @ComunidadMadrid, según ha informado el Gobierno regional que durante los 90 días que duro la observación, la cuenta @ComunidadMadrid obtuvo 5,600 retweets y 3,800 menciones.

Las redes sociales no solo han sido empleadas para compartir enlaces, fotografías o video, las redes sociales también han sido utilizadas por profesionales ya sea para estar al día con los avances médicos o tecnológicos o para establecer vínculos con otros colegas, se han creado grupos con los que se realiza largas discusiones sobre temas de interés colectivo, según The Cocktail Analysis el 45% de los prosumidores participa en alguna red o comunidad especifica con temática profesional o formativa.

“Lo único que pretendo conseguir con el blog es divertirme hablando sobre temas que me apasionan: la enfermería, la salud, y las nuevas tecnologías” Entrevista realizada por Andoni Carrión (2001) a la enfermera Pilar.

Las redes sociales han causado gran impacto en la sociedad, el 75% de los estudios, tesis, artículos o ensayos analizados durante el proyecto de investigación destaca las ventajas y desventajas del uso de las redes sociales, una de las desventajas más nombradas entre los documentos es la pérdida de la privacidad a la que se expone el usuario, muchos de los prosumidores sienten temor a las redes sociales ya que dicen sentirse vigilados.

“Debemos distinguir dos vertientes en el uso de las redes sociales: la personal, profesional y la profesional institucional”. (Juárez, 2009, pág. 150).

Otro de los usos significativos que se le han dado a las redes sociales en especial al Twitter, es que este es uno de los medios que según el estudio realizado por Andranik Tumasjan, Timm Sprenger, Philipp

Sandner e Isabell Welpe en Estados Unidos en el año 2010 titulado Predicting elections with Twitter: what 140 characters reveal about political sentiment, indica que el 30% de los mensajes que se envían en Twitter reflejan los resultados de las elecciones. A esto se puede deber que los candidatos de varios países como Argentina (Cristina Fernández), Estados Unidos (Barack Obama) entre otros, hayan optado por efectuar sus campañas de candidatura a través de las redes sociales usando como plataforma los 140 caracteres de Twitter, entre estos países se encuentra Estados Unidos, Argentina, España, Venezuela, Ecuador, entre otros, generando gran cantidad de estudios y artículos sobre este tema.

Aunque las redes sociales no son nada nuevo, es ahora que estas han causado gran revolución, tanto así que las empresas también han optado por beneficiarse a través de este medio, estas se mantienen conectadas con sus clientes en tiempo real, compartiendo mensajes sobre productos, beneficios y promociones. Según un estudio realizado en el año 2012 por Global Social Media Check-up el 87% de las empresas utiliza por lo

menos una de las principales plataformas de redes sociales y el 79% de las cuentas intentan participar en Twitter.

Pero no solo las empresas se ven beneficiadas ya que hay prosumidores a los que se les paga por hacer publicidad para algunas empresas. Un claro ejemplo lo tenemos aquí en nuestro país, la cuenta llamada *Que hacer hoy?* esta cuenta de Twitter fue creada en el año 2010 por Andrés Falquez y Otto Bohórquez, es una especie de guía de entretenimiento, ellos hacen menciones para restaurantes, spa, bares entre otros.

“Armamos un paquete semanal o mensual de cuántos tweets le pueden servir al restaurante o lugar. Cada tweet se comercializa entre 10 a 15 dólares”, Falquez creador de la cuenta.

Es mucho lo que se ha escrito sobre Twitter, el 75% de los autores han mostrado su neutralidad hacia el uso que se le puede dar a las redes sociales, unos hacen referencia a la manejo inteligente de las redes, sin dejar de hacer hincapié en la cautela que hay que tener al hacer uso de la misma, sobre todo al momento de exponer datos personales importante,

por ese motivo existen prosumidores que han optado por tener una identidad anónima.

Es mucho lo que se pudo evidenciar al finalizar en análisis cuantitativo de contenido, pero sin duda quedan vacíos que podrían ser pautas para estudios posteriores, al analizar los estudios tanto de América Latina, Estados Unidos y Europa, se pudo comprobar que estos a pesar de que fueron realizados en años y lugares distintos, tienen mucho en común, al parecer los estudios se han enfocado en el análisis de los usos y consumos que se los prosumidores le dan a las redes sociales, dejando de lado las motivaciones y las actitudes de los prosumidores, estas subcategorías obtuvieron el 10% y 13%.

Otra semejanza entre los estudios es que son realizados antes, durante o después de un evento político o electoral, más del 80% de los estudios analizados tomo como tema principal las elecciones, o las campañas que se realizaban a través de las redes sociales en especial el Twitter, entre

los países que generaron un estudio de esta índole están, Estados Unidos, Argentina, Venezuela y Chile.

No se le dio mucha importancia a los cambios que están generando las redes sociales en la prensa escrita, son pocos los estudios que se pudo tener sobre este tema, en un artículo del Diario el Comercio titulado *Los jóvenes se informan en la red,* se puede comprobar que según un estudio realizado en España por la Universidad Jaumei, mas del 77,4% de los jóvenes entre 16 y 30 años de edad utilizan las redes sociales para mantenerse informado de lo que sucede en el mundo, solo un pequeño porcentaje del 6,2% señalo que se suscribiría a un periódico.

Las siguientes preguntas queda abiertas para despertar el interés de los investigadores para la realización de futuras investigaciones, ¿Qué cambios deberá realizar el periodismo tradicional (prensa escrita) para adaptarse al esquema que están planteando las redes sociales? ¿Cuál es el impacto que han generado las redes sociales en el periodismo? ¿Lograrán las redes sociales desplazar a los medios de comunicación

tradicionales, tales como la presa escrita o televisiva? No podemos dejar de lado, el tema referente a la las motivaciones y actitudes de los prosumidores, recordando que estas subcategorías obtuvieron el 13% y 10%, este es otro de los vacíos encontrados en el proyecto de investigación, al que agregamos las siguientes preguntas para futuras investigaciones. ¿Cuáles son las principales motivaciones de elección y uso en cuanto a las plataformas de redes sociales? ¿Qué necesidades subyacen en los prosumidores al consumir las redes sociales? ¿Cuáles son las percepciones que tienen los prosumidores de las redes sociales, destacar las más relevantes? ¿Qué reacciones y actitudes tienen los prosumidores que usan constantemente las redes sociales?

8. Referencias

Balckwell, R. Miniard, P. James F. (2002). *Comportamiento del consumidor,* Mexico, DF: Copyringht.

http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=B7Ab_aPa_sC&oi=fnd&pg=PR18&dq=actitudes+del+consumidor&ots=Xn6DP18f-j&sig=8rWZ1wBNYlw6tL-DvQpyJ6OPeI#v=onepage&q=actitudes%20del%20consumidor&f=false

Bedoya, A. (1997) *¿Qué es la interactividad?*

http://blogs.enap.unam.mx/asignatura/francisco_alarcon/wpcontent/uploads/2011/06/interactividad.pdf

Burgos, E. Cerezo, J. Cortés, M. De la Cruz, X. Garolera, E. Gil, J.(…..)Tejedor, R. (2009). *Claves para entender el nuevo marketing*, España, no tiene editora.
http://books.google.es/books?id=eOmPg6ayKV8C&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Ramiro+Rom%C3%A1n%22&source=bl&ots=0oLCyMM8RX&sig=jyJltWAA0SeWoE3_gXYbHLssYI&hl=es&sa=X&ei=kbISULwUhv71BKP6gYgM&ved=0CDEQ6wEwAA#v=onepage&q&f=false

Cubino, R. López, B. Bernabeu, N.(2009). *El artículo y la columna,* España: Fareso S.A.
http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=V0ylJLJTz_wC&oi=fnd&pg=PA14&dq=concepto+de+articulo+expositivos&ots=T1CgLhnd_G&sig=myz7Gj7G4KPbjCo3Fp04JDxrsIo#v=onepage&q&f=false

Fernández, B. (2010). *Las redes sociales. Lo que hacen sus hijos en internet*, España, Gamma.
http://books.google.es/books?id=2hqYuk5sLu4C&pg=PA8&lpg=PA8&dq=concepto+de+redes+sociales&source=bl&ots=eCTymsOFj3&sig=ZslxsKW_A2RopB_MQ1Aq0zSh7ZI&hl=es&sa=X&ei=zCgUUNjFLJKk8QTykYGwBQ&ved=0CE4Q6AEwBA#v=onepage&q=concepto%20de%20redes%20sociales&f=false

Fumero, A. Roca, G. Saez, F. (2007). *Web 2.0,* España. Fundación Orange.
http://coit.es/foro/pub/ficheros/web_2.0_2a164262.pdf

Fernández, Hernández & Baptista, (2006). *Metodología de la Investigación*, México D.F., The McGraw-Hill.
http://es.scribd.com/doc/38757804/Metodologia-de-La-Investigacion-Hernandez-Fernandez-Batista-4ta-Edicion

Microsoft en línea, (1993-1997). *Guía metodología para el ensayo escrito.*

Prensky, M. (2011). *Digital Natives and Digital immigrannst.*
http://www.marcprensky.com/writing/

Piscitelli, A. (2009). *Nativos Digitales*, Buenos Aires, Argentina: Santillana.

Rodríguez, D. Valdeoriola, J. (2005). *Metodología de la investigación*
http://zanadoria.com/syllabi/m1019/mat_cast-nodef/PID_00148556-1.pdf

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones*, España, Barcelona: Gedisa.

Tomás, J. Montmany, B. (2009). *Más allá de lo escrito: la hipertextualidad y la multimodalidad en los blogs como estrategias discursivas de la comunicación digital.*

http://gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/M%C3%A1s%20all%C3%A1%20de%20lo%20escrito%20la%20hipertextualidad%20y%20la%20multimodalidad%20en%20los%20blogs%20como%20estrategias%20discursivas%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20digital.pdf

The Cocktail Analysis. (2011). 3º Ola del Observatorio de la Redes Sociales.

http://www.tcanalysis.com/2011/02/22/publicamos-la-3%C2%AA-ola-del-observatorio-de-redes-sociales/> Consultado el 22 de

Twitter, (2006). *Quienes somos*

http://twitter.com/about

Washington, O. (2011). *La netnografía: Un método de investigación en internet.*

http://ddd.uab.cat/pub/educar/0211819Xn42p81.pdf

9. Anexos

A continuación se encontrará un resumen de los 80 documentos analizados durante el proyecto de investigación.

9.1 Resumen de los documentos analizados

Número del documento	1
Nombre del artículo o ensayo	La revista Time se derrite ante Twitter: El invento que cambio nuestras vidas.
Autor	Gustavo Bravo
Año	2009
Bibliografía: http://www.elconfidencial.com/cache/2009/06/17/comunicacion_51_revista_derrite_twitter_invento_cambio_nuestras_vidas.html	
Variables/ categorías	Usos y consumos; la satisfacción que causa al conocer todos los de las rutinas de tus allegados.
Posición del autor	Neutral; lo que aceptamos ahora es que el medio cambia la naturaleza de lo que comunicamos, así como el modo.
Tipo de artículo o ensayo	Expositivo; Entonces no sería descabellado pensar que mientras los usuarios comentan lo que hacen, los profesionales hagan lo mismo.

Número del documento	2
Nombre del artículo o ensayo	Las mayores empresas tienen un alto grado de participación en redes sociales y Twitter.
Autor	Anónimo

Año	2012
Bibliografía: http://www.telecinco.es/informativos/tecnologia/mayores-empresas-participacion-redes-sociales 0 1652834721.html	
Variables/ categorías	Usos y consumos; La gran mayoría de las empresas utilizan, al menos, una de la primeras plataformas de redes sociales.
Posición del autor	Neutral; la gente quiere interactuar con estas grandes compañías y estas plataformas son el puente directo al corazón de estas organizaciones.
Tipo de artículo o ensayo	Crítico científico; El 79% de las empresas del estudio cuentan en la actualidad con un canal propio en YouTube.

Número del documento	3
Nombre del artículo o ensayo	Madrid es la comunidad con mayor presencia en Twitter y redes sociales.
Autor	Anónimo
Año	2012
Bibliografía: http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2012/06/21/madrid-es-la-comunidad-con-mayor-presencia-en-twitter-y-redes-sociales-2608/	
Variables/ categorías	Texto/interacción; La comunidad aposto por la comunicación 2.0 como herramienta de información y de contacto con los ciudadanos.

Posición del autor	Neutral; Todas las acciones 2.0 están coordinadas desde la Dirección General de medios a través de una oficina web.
Tipo de artículo o ensayo	Expositivo; La comunidad de Madrid lidera la presencia de las administraciones autonómicas en las redes sociales.

Número del documento	4
Nombre del artículo o ensayo	El diario El País pone a Twitter en portada con la crisis de Honduras.
Autor	Javier Guembe
Año	2009
Bibliografía: http://estwitter.com/2009/06/28/el-diario-el-pais-pone-a-twitter-en-portada-con-la-crisis-de-honduras/	
Variables/ categorías	Uso; Muestra tweets de hondureños
Posición del autor	Integrado; Que un medio de comunicación como el diario El País, lo ponga en su solicitada portada, es sin duda otro pequeño logro más para remarcar la importancia que tiene Twitter.
Tipo de artículo o ensayo	Expositivo; Medios como Soitu ya lo habían integrado en su momento.

Número del documento	5
Nombre del tesis o estudio	Análisis de las redes a gran escala.
Autor	Cristian Mejía
Año	2010

Bibliografía: http://estwitter.com/2009/06/28/el-diario-el-pais-pone-a-twitter-en-portada-con-la-crisis-de-honduras/ /	
Tipos de estudios desde el método	Descriptivo/exploratorio; Método de extracción de datos, también se adopto un logaritmo que permita explorar comunidades trasplantadas en redes sociales.
Enfoque del estudio	Mixto; El análisis de redes sociales (ARS) proporciona los conceptos y las técnicas para el estudio de redes sociales basado en la teoría de grafos y del cálculo matemático.
Categorías/variables	Contenido/interacción; Esto también permite entender la forma en como los individuos se relacionan entre sí y generan comunidades dentro de la red.
Unidad de análisis	Textos; La necesidad de compartir y buscar información entre usuarios se ha convertido en una de las principales características de los sistemas Web actuales.
Técnica de investigación	Análisis de contenido/observación cualitativa

Número del documento	6
Nombre del tesis o estudio	Accesibilidad de plataformas de redes sociales
Autor	Observatorio Accesibilidad TIC

	discapnet.
Año	2010
Bibliografía: http://estwitter.com/2009/06/28/el-diario-el-pais-pone-a-twitter-en-portada-con-la-crisis-de-honduras/ /	
Tipos de estudios desde el método	Descriptivo; recolectar datos sobre la evaluación de la accesibilidad de la muestra, tanto desde el punto de vista técnico como de la experiencia de los usuarios.
Enfoque del estudio	Cualitativo; Lo resultados se presentarán en la medida de lo posible con evaluaciones técnicas y de usuarios.
Categorías/variables	Uso; la accesibilidad de las mismas y de la información que generan, en condiciones equivalentes para todos los usuarios, incluyendo a aquéllos que presentan diversidad funcional.
Unidad de análisis	Usuarios; personas que utiliza a diario alguna de las plataformas de las redes sociales.
Técnica de investigación	Encuesta; El 61% de la muestra encuestada utiliza alguna plataforma de redes sociales en internet diariamente, y un 84% más de una vez a la semana.

Número del documento	7
Nombre del tesis o estudio	Las redes sociales en la migración

	emergente de Veracruz a los Estados Unidos.
Autor	Mario Pérez.
Año	2003
Bibliografía: http://estwitter.com/2009/06/28/el-diario-el-pais-pone-a-twitter-en-portada-con-la-crisis-de-honduras/ /	
Tipos de estudios desde el método	Descriptivo; recoger información de los migrantes mediante entrevistas.
Enfoque del estudio	Cualitativo; análisis de las entrevistas recolectadas, para determinar cual es la razón de las grandes masa migratorias.
Categorías/variables	Contenido/uso; Las redes sociales en la migración emergente de Veracruz a los Estados Unidos.
Unidad de análisis	Texto, usuarios; se realizo un recolección de los mensajes durante la interacción de los migrantes.
Técnica de investigación	Análisis textual/entrevista; Las redes sociales en la migración emergente de Veracruz a los Estados Unidos.

Número del documento	8
Nombre del tesis o estudio	Mensajes de poder, el traslado de la política al Twitter.
Autor	Juan Ignacio Díaz
Año	2011
Bibliografía:	

https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:TXwnDWjaK6YJ:fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/images/trabajos/3387_10756.doc+&hl=en&gl=us&pid=bl&srcid=ADGEESjCeAHI3TW9AvQfQiR_fJ-07el3WbMdGAjWHl3IXwPnEFhMRYkvrQKMXUAAMuy8i8Y6OKDwNulZt_E6Es8swJw6TBjGuvBW4_6_irl3sDV7pONYjzlk_r_7MSWC9fRxbuIIx3L_&sig=AHIEtbRlA1gkedJaNpuCLLSUPEID816zYA&pli=1	
Tipos de estudios desde el método	Descriptivo; recolectar la información que se despliega de la cuenta de Twitter del político Mauricio Macri.
Enfoque del estudio	Cualitativo; se detallara la ventajas y desventajas de usar un medio como este para las campañas políticas.
Categorías/variables	Contenido/uso; Con el Twitter los políticos pueden evitar esta mediación y lograr una comunicación directa con sus seguidores, lo que genera un beneficio para éste, ya que logra transmitir la información que desea como quiere.
Unidad de análisis	Texto, usuarios; Los 21 políticos seleccionados fueron aquellos que presentaron candidaturas en este 2011y presentan actividad en Twitter.
Técnica de investigación	Análisis textual; de los tweets que escribía Mauricio Macri en s cuenta de t Twitter.

Número del documento	9
Nombre del tesis o estudio	Adicción a las redes sociales.
Autor	Stefany Castillo Danny Guerrero Ángel Marquina Mayra Miranda Luis Pérez
Año	2012
Bibliografía: http://www.monografias.com/trabajos93/adiccion-a-redes-sociales/adiccion-a-redes-sociales.shtml	
Tipos de estudios desde el método	Descriptivo; se recolectara la mayor cantidad de datos, sobre los usos que se le dan a las redes sociales.
Enfoque del estudio	Cuantitativo; se presentaran los resultados en porcentajes.
Categorías/variables	Uso; se realizaran preguntas tales como tiempo que se le dedica a las redes, cuentas mas utilizadas, entre otros.
Unidad de análisis	Usuarios; jóvenes universitarios de la Universidad de Guayaquil.
Técnica de investigación	Encuesta; Se realizaran encuestas

Número del documento	10
Nombre del tesis o estudio	Adicción a las redes sociales.
Autor	Fiama García
Año	2011
Bibliografía: http://www.monografias.com/trabajos89/adiccion-redes-sociales/adiccion-redes-sociales.shtml#Comentarios	

Tipos de estudios desde el método	Exploratorio; se recogerá información delas cuentas de las personas establecidas en la muestra.
Enfoque del estudio	Cuantitativo; se realizara un recuento, y se presentará un porcentaje de los mismos.
Categorías/variables	Uso; frecuencia de uso.
Unidad de análisis	Usuarios; Al menos se considera que el 70% de los usuarios de Internet en México son activamente usuarios en por lo menos en alguna de estas redes sociales.
Técnica de investigación	Análisis de contenido; de las cuentas de la muestra tomada de la población.

Número del documento	11
Nombre del artículo o ensayo	El efecto Facebook
Autor	Anónimo
Año	2011
Bibliografía: Revista El Club	
Variables/ categorías	Uso; ha servido para dar difusión a protestas en países de todo el mundo.
Posición del autor	Neutral; la relevancia de esta red social alcanza cosas que pocos se

	hubieran atrevido a pronosticar.
Tipo de artículo o ensayo	Expositivo; en pocos años Facebook ha pasado de ser una pequeña empresa dirigida desde un dormitorio ha convertirse en la red más popular del mundo.

Número del documento	12
Nombre del artículo o ensayo	El efecto Facebook
Autor	Anónimo
Año	2011
Bibliografía: Revista El Club	
Variables/ categorías	Uso; ha servido para dar difusión a protestas en países de todo el mundo.
Posición del autor	Neutral; la relevancia de esta red social alcanza cosas que pocos se hubieran atrevido a pronosticar.
Tipo de artículo o ensayo	Expositivo; en pocos años Facebook ha pasado de ser una pequeña empresa dirigida desde un dormitorio ha convertirse en la red más popular del mundo.

Número del documento	13
Nombre del tesis o estudio	Autoestima y el uso de perfiles dentro de las redes sociales cibernéticas en una muestra de adolescentes de escuela superior.
Autor	María del Carmen de Jesús
Año	2009
Bibliografía:http://www.monografias.com/trabajos81/autoestima-	

adolescentes-redes-sociales/autoestima-adolescentes-redes-sociales.shtml	
Tipos de estudios desde el método	Correlacionales; transversal recolecta datos en un sólo momento, en un tiempo único y su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.
Enfoque del estudio	Cuantitativo; Como instrumento principal en el proceso de recolección de datos se utilizó el método cuantitativo, utilizando un cuestionario
Categorías/variables	Uso; identificar el impacto que tiene el uso de perfiles dentro de las redes sociales cibernéticas en la autoestima de los adolescentes.
Unidad de análisis	Usuarios; Formaron parte de esta investigación aquellos estudiantes cuyos padres autorizaron explícitamente la participación de los mismos. Se tomó una muestra total de 137 estudiantes
Técnica de investigación	Cuestionario; El pre cuestionario fue utilizado para identificar sí los participantes conocían lo que son perfiles dentro de las redes sociales cibernéticas

Número del documento	14

Nombre del tesis o estudio	Impacto de las redes sociales e información en los jóvenes preparatorianos.
Autor	Karina López Janeth Lumbreras Francisco de la Garza Salvador Gutiérrez
Año	2011
Bibliografía:http://www.monografias.com/trabajos86/impacto-redes-sociales-jovenes/impacto-redes-sociales-jovenes.shtml	
Tipos de estudios desde el método	Descriptivo; se recolectará información a través de una escala Liker.
Enfoque del estudio	Mixto; Los resultados están orientados a una representación cuantitativa y cualitativa; siendo ellos de alto interés y análisis.
Categorías/variables	Contenido/interacción; mostró que los jóvenes encuentran favorable este medio de redes sociales porque por medio de éstas se puede mejorar un desempeño en los trabajos de equipo, ayuda a un mejor proceso de socialización manteniéndote informado acerca de los acontecimientos más relevantes de su comunidad y sus amistades más cercanas
Unidad de análisis	Usuarios; 50 denominados jueces. Los cuales responderán un cuestionario de 50 ítems.

Técnica de investigación	Encuesta; cuestionario de escala tipo Likert

Número del documento	15
Nombre del tesis o estudio	Los nuevos paradigmas del periodismo en el mundo 2.0
Autor	Federico Zarlenga
Año	2012
Bibliografía: http://www.monografias.com/trabajos93/nuevos-paradigmas-del-periodismo-mundo-2-0/nuevos-paradigmas-del-periodismo-mundo-2-0.shtml	
Tipos de estudios desde el método	Exploratorio; será investigar sobre la forma de adaptación de los medios tradicionales al avance de las redes sociales en material de contenido noticioso.
Enfoque del estudio	Cualitativo; Una vez obtenidas las entrevistas procederos a mostrar las conclusiones.
Categorías/variables	Contenido/interacción; Realizaremos varios análisis sobre acontecimientos muy conocidos que tuvieron a las redes sociales como protagonista principal y evaluaremos que uso le dieron los medios tradicionales al tema
Unidad de análisis	Texto; se tomará en cuenta la transcripción de las 4 entrevistas realizadas a expertos.
Técnica de investigación	Entrevista; se procederá a entrevistar a 4 personas expertos

	en este tema (periodistas).

Número del documento	16
Nombre del artículo o ensayo	La inmigración peruana en estados Unidos en espacio social transnacional y las redes sociales 1930 – 2009.
Autor	Jorge Gonzáles
Año	2009
Bibliografía: http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=redes+sociales+twitter&db=1&td=ARTREV	
Variables/ categorías	Uso; la usabilidad que le dan los inmigrantes a las redes sociales para estar en contacto con las cosas que suceden en su país.
Posición del autor	Neutral; muestra una posición neutral ya que hace comentarios favorables y desfavorables sobre el tema tratado.
Tipo de artículo o ensayo	Crítico/científico; expone algunos resultados de estudios antes realizados para defender su hipótesis.

Número del documento	17
Nombre del artículo o ensayo	El movimiento M-15 y su evolución en el Twitter.
Autor	Eva María Ferreras
Año	2011
Bibliografía: http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2011102410330001&activo=6.do#	
Variables/ categorías	Uso; La utilización de las redes

	sociales posibilitó el éxito del movimiento. Este artículo analiza el flujo informativo relativo al 15-M en Twitter
Posición del autor	Neutral; simplemente expone sus ideas sin mostrarse a favor o en contra de la evolución tecnológica.
Tipo de artículo o ensayo	Crítico/científico; realiza un análisis del flujo informativo del movimiento 15-M en Twitter.

Número del documento	18
Nombre del artículo o ensayo	Uso de Twitter para la comunicación de la responsabilidad.
Autor	Eva María Ferreras
Año	2011
Bibliografía: http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/Anlisis_91TELOS_ANALISIS2/seccion=1217&idioma=es_ES&id=20120426130000001&activo=7.do#	
Variables/ categorías	Uso; El artículo se centra en el uso que hacen de Twitter para la comunicación de la responsabilidad aquellas empresas mejor valoradas por el ejercicio de su Responsabilidad Social Corporativa.
Posición del autor	Integrado; La Web 2.0 ha generado toda una revolución en el ámbito de la publicidad en particular y la comunicación empresarial en general. La comunicación integral, hoy más que nunca, pasa por integrar precisamente

	en el centro del proceso al consumidor, actual y/o potencial, según la filosofía 2.0.
Tipo de artículo o ensayo	Crítico/científico; expone sus ideas haciendo referencia de a algunos estudios, “Según datos de 2010, hay más de 945 millones de usuarios de redes sociales en el mundo”.

Número del documento	19
Nombre del artículo o ensayo	Las nuevas redes sociales, ¿moda o revolución?
Autor	Francisco Pérez
Año	2010
Bibliografía: http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=redes+sociales+twitter&db=1&td=ARTREV	
Variables/ categorías	Contenido y uso; La mayor parte de esos libros aborda dimensiones prácticas, y se centra en la utilización de las redes sociales
Posición del autor	Neutral; realiza comentarios de las cosas buenas y malas que trae consigo la web 2.0.
Tipo de artículo o ensayo	Argumentativo; utiliza un resumen elaborado sobre las rede sociales, para defender lo posteriormente detallado en su artículo.

Número del documento	20
Nombre del artículo o ensayo	IRC 2.0 Medios para la información, la relación y la comunicación en la

	web2.0
Autor	Raimundo Fernández
Año	2011
Bibliografía: http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2011/noviembre/01.pdf IRC 2.0.	
Variables/ categorías	Contenido e interacción; En este escenario la primera industria seriamente impactada es la relacionada directamente con la producción de contenidos, audiovisuales y, por supuesto, informativos. La participación ciudadana se convierte en un recurso muy valioso para una profesión periodística que cambia drásticamente y que se ve amenazada en muchas ocasiones.
Posición del autor	Neutral; no hace ninguna referencia de estar en contra o no de las redes sociales.
Tipo de artículo o ensayo	Crítico científico; analiza y utiliza referencias de estudios para sostener su análisis. "*Twitter* es el fenómeno del momento, conocido por algo más de dos terceras partes de los usuarios de internet, aunque utilizado sólo por la sexta parte de ellos (14%)".

Número del documento	21
Nombre del tesis o estudio	La estrategia de la corporación

	EITB en Facebook y Twitter.
Autor	Eva María Ferreras
Año	2010
Bibliografía: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N76/varia/4a%20entrega/36_Ferreras_V76.pdf LA	
Tipos de estudios desde el método	Exploratorio; se recopilará los perfiles de las páginas principales de EITB.
Enfoque del estudio	Cuantitativo; cuantifica la relación que existe entre los seguidores y los seguidos de acuerdo con el número de tweets
Categorías/variables	Contenido texto; Se analizará sólo del perfil principal, eitb.com, y de *Radio Euskadi*, puesto que son los medios más conocidos de la corporación *EITB*. En el caso de la emisora de radio en *Facebook* es necesario señalar que se analiza la página del programa Graffiti.
Unidad de análisis	Texto; contenido de las páginas webs y radios de la empresa EITB
Técnica de investigación	Análisis de contenido; Se ha empleado así la ficha o plantilla11 de análisis diseñada por Noguera para la recogida de datos que se llevó a cabo del 1 al 25 de enero de 2011.

Número del documento	22
Nombre del artículo o ensayo	¿Por qué tuitear? Twitter: lo que cada uno quiere que sea.
Autor	Sebastián Muriel.
Año	2008
Bibliografía: http://www.coit.es/publicaciones/bit/bit169/58-59.pdf.	
Variables/ categorías	Uso; hace referencia a lo el uso que le dan las personas. Twitter es como una sala de chat, una gran fiesta de noche".
Posición del autor	Integrado; Twitter da más, y pide menos que otras redes sociales. Es más fácil de actualizar y de leer que los blogs.
Tipo de artículo o ensayo	Expositivo; expone ideas sobre el tema. "El efecto es increíble: conoces mucho mejor a algunas personas simplemente por lo que escriben".

Número del documento	23
Nombre del tesis o estudio	Las redes sociales y su impacto en el proceso de reparación de noticias: análisis de las rutinas de los periodistas a partir de tres diarios chilenos.
Autor	Lesly Zurita
Año	2012
Bibliografía: http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=redes+sociales+twitter&db=1&td=ARTREV	
Tipos de estudios desde el método	Exploratorio; tiene como finalidad examinar un tema poco estudiado y

	abordado.
Enfoque del estudio	Mixto; Los métodos mixtos apoyan con mayor solidez las inferencias científicas que si se aplican aisladamente.
Categorías/variables	Uso; El análisis en cuestión se enfocó en el uso que los profesionales dan a las redes más conocidas y cuáles son sus motivaciones para utilizarlas.
Unidad de análisis	Usuarios; periodistas usuarios continuos de las redes sociales.
Técnica de investigación	Cuestionario/entrevista; se dispuso de dos herramientas diferenciadas: el cuestionario y la entrevista semiestructurada.

Número del documento	24
Nombre del artículo o ensayo	Incidencia de las redes sociales vs cibermedios en las elecciones en España, 2011.
Autor	Antonio García Isabel García David Varona
Año	2012
Bibliografía: http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=redes+sociales+twitter&db=1&td=ARTREV	
Variables/ categorías	Contenido y uso; los partidos políticos trataban de ganar también la batalla de las redes sociales, trasladando a ellas el debate, buscando ganar

	influencia a través de los usuarios y la capacidad de estos para influir en otros.
Posición del autor	Neutral; hace comentarios acerca del tema, sin mostrar inclinación a favor o en contra. “A los cibermedios y los partidos se sumaron todo tipo de entidades y personas particulares que, empleando la caja de resonancia de los medios sociales, han querido intervenir en el debate hacerse oír, influir”.
Tipo de artículo o ensayo	Crítico científico; hace citas para defender su postura. “Los últimos datos oficiales ofrecidos por la compañía propiedad de *Google* hablan de 35 horas de vídeo alojadas por minuto y 2.000 millones de vídeos reproducidos cada día (El Informador, 2011)”.

Número del documento	25
Nombre del artículo o ensayo	Journalism and Social Media: How Spanish Journalists are Using Twitter. Periodismo y Social Media: cómo están usando Twitter los periodistas españoles Traducción libre de autor.
Autor	Pilar Carrera Clara Sainz Eva Herrero Nieves Limón

Año	2012
Bibliografía: http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=redes+sociales+twitter&db=1&td=ARTREV	
Variables/ categorías	Uso; la distribución de noticias de periodistas, en las redes sociales.
Posición del autor	Neutral; no muestra ninguna postura apocalíptica o integrada. “Algo que internet trajo y no se ha notado también es la visibilidad fragante de la homogeneidad”.
Tipo de artículo o ensayo	Expositivo; expone sus ideas sobre la problemática del tea expuesto. “periodistas están entre los que sufren las consecuencias mas directas”.

Número del documento	26
Nombre del artículo o ensayo	El uso de Twitter para mejorar la competencia de las expresiones escritas en el aprendizaje de las lenguas extranjeras.
Autor	Germán Ruipérez María Dolores Castillo José Carlos García
Año	2011
Bibliografía: http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/1420/1429	
Variables/ categorías	Contenido y uso; utilizar el Twitter como medio para el aprendizaje de lenguas, mediante el uso de esta red.
Posición del autor	Integrado; la res es un medio que

	atrae y ayuda a la interacción de los usuarios.
Tipo de artículo o ensayo	Crítico científico; hace referencia a un estudio realizado para reforzar su teoría.

Número del documento	27
Nombre del tesis o estudio	Social media as a strategic tool for Corporate Communication. Los Medios Sociales como una herramienta estratégica para la Comunicación Corporativa. Traducción libre del autor.
Autor	Lina Gómez
Año	2011
Bibliografía: http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=redes+sociales+twitter&db=1&td=ARTREV	
Tipos de estudios desde el método	Descriptivo; explorar el contenido de los portales de las 400 mejores empresas del mundo.
Enfoque del estudio	Cuantitativo; se realizará un análisis cuantitativo de las páginas de Facebook y Twitter.
Categorías/variables	Contenido/ interacción; los contenidos expuestos en los portales e interacciones que estas empresas tienen con sus usuarios.
Unidad de análisis	Texto; los textos de las páginas de Facebook y Twitter.
Técnica de investigación	Análisis de contenido; análisis de las páginas oficiales de Facebook

	y Twitter de más de las 400 mejores empresas del mundo.

Número del documento	28
Nombre del artículo o ensayo	Del Twitter como plaza o cómo se configuran los espacios para el periodismo cultural.
Autor	Claudia Cavallin
Año	2009
Bibliografía: http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/article/view/132/142	
Variables/ categorías	Uso; utilidad que le están dando los periodistas a Twitter para exponer sus ideas.
Posición del autor	Neutral; La ventaja adicional que poseen estas nueva plataformas sería la de garantizar un mínimo de seguridad, individualidad y anonimato, que hace posible que quienes la integran participen en ella sin mayores riesgos. Por otro lado, la fragmentación de la ciudad combinada con la aparición cada vez más frecuente de sub-grupos dentro de las grandes urbes -organizados de forma hermética y aislada.
Tipo de artículo o ensayo	Expositivo; expone sus ideales utilizando referencia y citas de distintos autores.

Número del documento	29

Nombre del artículo o ensayo	Redes sociales marcan tendencias en la comunicación: Ecuador y el #30S
Autor	Gabriela Coronel
Año	2011
Bibliografía: http://www.razonypalabra.org.mx/varia/77%205a%20parte/73_Coronel_V77.pdf	
Variables/ categorías	uso/interacción; el comportamiento de los usuarios y la necesidad de estar conectados e informados
Posición del autor	Integrado; Internet está abierto a medios de comunicación tradicionales -prensa, radio, televisión, empresas industriales, financieras y comerciales, a la publicidad, al ocio, a los gobiernos, a la delincuencia internacional, a los centros educativos, a las iglesias, a los ciudadanos particulares, etc.
Tipo de artículo o ensayo	Expositivo; expone sus ideas reforzándoles con resultados de otros estadios.

Número del documento	30
Nombre del tesis o estudio	Twitter del sondeo a la sonda: Nuevos canales de opinión, nuevos métodos de análisis.
Autor	María Luz Congosto Pablo Aragón
Año	2012
Bibliografía:	

http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=redes+sociales+twitter&db=1&td=ARTREV	
Tipos de estudios desde el método	Descriptivo; analizar la utilidad que le dan los políticos a las redes sociales durante las elecciones.
Enfoque del estudio	Cuantitativo; se cuantifica toda la información arrojada después del análisis textual.
Categorías/variables	Contenido/usos; los contenidos difundidos durante la campaña
Unidad de análisis	Usuarios; los políticos y usuarios con mayor actividad durante las elecciones.
Técnica de investigación	Análisis de contenido; se realizará el análisis de los Tweets.

Número del documento	31
Nombre del artículo o ensayo	Conceptualizar el papel de las redes sociales en internet en movimientos sociales y acciones correlativas.
Autor	Bertín Valádes
Año	2011
Bibliografía: http://www.razonypalabra.org.mx/varia/77%205a%20parte/64_Valades_V77.pdf	
Variables/ categorías	Relación; relación e interacción que existe entre los usuarios, generando así acciones colectivas digitales.
Posición del autor	Neutral; no muestra ninguna afinidad con estar de acuerdo o no con los avances tecnológicos.
Tipo de artículo o ensayo	Expositivo; expone sus ideas

	basadas en referencias tomadas de expertos. “ En la actualidad, vemos que estas herramientas y tácticas se han apegado a las tecnologías de la información por las facilidades que muestra. Tanto Laraña (1999) como Melucci (1999) destacan el ejemplo de las protestas de Seattle donde Internet y el correo electrónico jugaron un papel fundamental en los llamados “movimientos antiglobalización”.

Número del documento	32
Nombre del artículo o ensayo	Los periódicos en las redes sociales: audiencias, contenido, interactividad y estrategias comerciales.
Autor	Miguel Túñez
Año	2011
Bibliografía: http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/39367/37913	
Variables/ categorías	Interacción; se analizará la actividad y contenido de periódicos.
Posición del autor	Neutral; no muestra ninguna posición apocalíptica o integrada.
Tipo de artículo o ensayo	Expositivo; hace referencias a su tema apoyándose de estudios realizados. “Ellos han encontrado en internet un nuevo hábitat de comunicación. Un 94,1% de la población entre 16 y 24 años

	es usuaria de internet, según el Instituto Nacional de Estadística. Entre 25 y 34 años la cifra ya desciende al 85,3% y los porcentajes siguen disminuyendo a medida que aumenta la edad.”.

Número del documento	33
Nombre del artículo o ensayo	Análisis del uso de las redes sociales en Twitter.
Autor	Antonio Rodríguez Patricia Santamaría
Año	2012
Bibliografía: http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=redes+sociales+twitter&db=1&td=ARTREV	
Variables/ categorías	Contenido/interacción; contenido de las redes sociales de las universidades e interacción con sus usuarios.
Posición del autor	Neutral; expone sus ideas sin apegarse a alguna postura.
Tipo de artículo o ensayo	Crítico científico; realiza sus ideas alrededor de citas tomadas de estudios realizados.

Número del documento	34
Nombre del artículo o ensayo	Análisis de las redes sociales como pulso inmediato de la opinión social.
Autor	Montse Fernández

Año	2012
Bibliografía: http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=redes+sociales+twitter&db=1&td=ARTREV	
Variables/ categorías	Uso; la usabilidad que se le da a las redes sociales para pronosticar un posible dato.
Posición del autor	Neutral; expone sus ideas sin apegarse a alguna postura.
Tipo de artículo o ensayo	Argumentativo; expone sus ideas defendiéndolas con estudios y citas de expertos. “Hoy es posible encontrar estudios sobre el análisis de Redes Sociales, en su mayoría en lengua inglesa y con origen en los EE.UU., que articulan su hipótesis entorno a la toma del pulso a Internet como elemento de predicción sobre asuntos sociales de diferente naturaleza, desde predicción del éxito de taquilla cinematográfica (Asur y Huberman, 2010), pasando por la vigilancia de una epidemia médica como la gripe (Ginsberg et al., 2009),

Número del documento	35
Nombre del tesis o estudio	Caracterizando las elecciones venezolanas a través de Twitter. Caso: #26S
Autor	Daniela Artigas Ángel Muñoz Francisco Luengo

	Xandre Chourio Andrea Fernández
Año	2012
Bibliografía: http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=redes+sociales+twitter&db=1&td=ARTREV	
Tipos de estudios desde el método	Exploratorio; se realizará una recolección de datos (tweets) que se enviaron el día de las votaciones en Venezuela.
Enfoque del estudio	Cuantitativo; uso e interacciones que tuvieron los venezolanos el día de la elecciones.
Categorías/variables	Contenido/uso; se tomará en cuenta todas las interacciones que se realizaron el día de la votaciones.
Unidad de análisis	Usuarios/texto; los tweets enviados durante todo el día.
Técnica de investigación	Análisis textual; de los datos recolectados durante todo el día.

Número del documento	36
Nombre del artículo o ensayo	Comunicación, redes sociales y democracia en la mirada de periodistas argentinos.
Autor	Lidia de la Torre Alfredo Dillon
Año	2012
Bibliografía: http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=redes+sociales+twitter&db=1&td=ARTREV	

Variables/ categorías	Uso; hace referencia a como los periodistas argentinos ven el cambio que está generando esta red en la noticias.
Posición del autor	Neutral; expone sus ideas sin apegarse a alguna postura.
Tipo de artículo o ensayo	Argumentativo; toma como referencia una tesis usando la misma para defender su punto de vista.

Número del documento	37
Nombre del artículo o ensayo	Elecciones presidenciales de EE.UU. Lobbying de Barack Obama a través Twitter.
Autor	Felipe Benítez
Año	2012
Bibliografía: http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=redes+sociales+twitter&db=1&td=ARTREV	
Variables/ categorías	Consumo/uso; El Presidente Barack Obama realizó lobbying dirigido a congresistas estadounidenses utilizando la plataforma Twitter como principal herramienta de incidencia.
Posición del autor	Neutral; Por un lado, miles de usuarios felicitaron iniciativa, mientras que los propios legisladores republicanos y sus seguidores la criticaron fuertemente e incluso la describieron como un acto de spam.
Tipo de artículo o ensayo	Argumentativo; expone sus ideas exponiendo datos reales.” 28% de los

	tweets registraron un sentimiento positivo

Número del documento	38
Nombre del tesis o estudio	Periodista venezolano en Twitter
Autor	Andrea Harris Omaria Ríos Ángel Pérez
Año	2011
Bibliografía: http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=redes+sociales+twitter&db=1&td=ARTREV	
Tipos de estudios desde el método	Descriptivo; se recopilará toda la información del portal de Twitter-Venezuela.
Enfoque del estudio	Cuantitativo; los resultados serán presentados en gráficos cuantitativos.
Categorías/variables	Uso; La presente investigación tuvo como objetivo fundamental realizar un análisis de los usos de la red social Twitter por parte de los periodistas venezolanos, tomando en cuenta que la plataforma de Twitter.
Unidad de análisis	Usuarios; La población estuvo constituida por 621 periodistas venezolanos que conforman el portal de Twitter-Venezuela (www.twitter-venezuela.com) hasta el día 25 de marzo de 2011, y que es un directorio de Twitter en línea,

	vigente desde noviembre de 2009.
Técnica de investigación	Cuestionario/ficha; en línea enviado a los 83 periodistas y una ficha de observación aplicada a las 10 cuentas más populares.

Número del documento	39
Nombre del tesis o estudio	Facebook y Twitter en campañas electorales en España.
Autor	Paloma Abejón Ana Sastre Virginia Linares
Año	2012
Bibliografía: http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=redes+sociales+twitter&db=1&td=ARTREV	
Tipos de estudios desde el método	Descriptivo; se ha procedido a recolectar datos sobre contextos y actividades de dos candidatos electorales.
Enfoque del estudio	Mixto; Con la metodología cualitativa se persigue comprender ciertos aspectos de la conducta humana respecto al uso de las redes sociales desde el propio marco de referencia de quién actúa, en este caso, Aguirre y Gómez. Dentro de la metodología cuantitativa se ha optado por manejar el método analítico, que

	consiste en la separación de las partes de un todo para estudiarlas de forma individual.
Categorías/variables	Uso; analizar el comportamiento social de los principales líderes del PP y el PSOE, los dos partidos políticos mayoritarios en España, así como cuantificar el peso y la importancia del uso de las redes sociales en sus respectivas campañas electorales.
Unidad de análisis	Usuarios; Esperanza Aguirre y Tomás Gómez (análisis de actividades), Antonio Barba, Alberto Sotillos, Tomás Gómez, Esperanza Aguirre, (entrevistados).
Técnica de investigación	Análisis de contenido/análisis textual/encuesta; Se han realizado entrevistas a Antonio Barba, coordinador de información interna de la sede del PSOE en Ferraz; a Alberto Sotillos, encargado de la gestión de redes sociales de la Federación Socialista Madrileña y, por tanto, de la participación de Tomás Gómez en las redes, y a Fernando Colorado, responsable de la web del PP en el distrito de Chamberí y colaborador en la gestión del Twitter de Esperanza Aguirre. Igualmente, se ha realizado un

	análisis narrativo de contenido, según categorías iniciales, con el objeto de valorar los discursos de los participantes analizados en estas plataformas.

Número del documento	40
Nombre del artículo o ensayo	Medios y periodistas en Twitter: el caso chileno.
Autor	Alberto López
Año	2011
Bibliografía: http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=redes+sociales+twitter&db=1&td=ARTREV	
Variables/ categorías	Uso; detalla el uso que le dan los profesionales a estos medios de comunicación.
Posición del autor	Apocalíptico; hace referencia a como se ha visto afectado el periodismo chileno debido a las nuevas tendencias de comunicación.
Tipo de artículo o ensayo	Crítico científico; utiliza una tesis para analizar y validar su información.

Número del documento	41
Nombre del artículo o ensayo	Política 2.0: El uso de las redes sociales en la política Argentina.
Autor	Natalia Domínguez
Año	2012
Bibliografía: http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=redes+sociales+twitter&db=1&td=ARTREV	

Variables/ categorías	Uso; el uso que le dan los políticos a las redes sociales.
Posición del autor	Neutral; expone sus ideas si presentar ninguna postura apocalíptica o integrada.
Tipo de artículo o ensayo	Crítico científico; utiliza una tesis para analizar y validar su información.

Número del documento	42
Nombre del artículo o ensayo	Redes sociales y efectos políticos. Reflexiones sobre el impacto de Twitter en México.
Autor	Luis Torres
Año	2009
Bibliografía: http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=redes+sociales+twitter&db=1&td=ARTREV	
Variables/ categorías	Texto; como los temas expuestos en las redes sociales en México, pueden causar grandes revuelos mediáticos.
Posición del autor	Apocalíptico; los medios están siendo utilizados para acaparar otros temas que no son de gran importancias (moda, chismes del espectáculo, demandas, etc.).
Tipos de ensayos o artículos	Crítico científico; utiliza datos cuantitativos de investigaciones realizadas, para dar mayor creencia a lo redactado. “El 93% de la audiencia mexicana es controlada por las telecomunicaciones”.

Número del documento	43
Nombre del tesis o estudio	Representatividad de los emisores

	en Twitter
Autor	María Jesús Fernández Francisco Paniagua
Año	2012
Bibliografía: http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=redes+sociales+twitter&db=1&td=ARTREV	
Tipos de estudios desde el método	Correlacionales; análisis comparado de la presencia de los principales partidos políticos en España y sus representantes en Twitter.
Enfoque del estudio	Cuantitativo; se opto con un método cuantitativo para realizar la presentación de los datos.
Categorías/variables	Contenido/interacción; se analizará el contenido de los tweets, así como la interacción de un tema en concreto (#rescate).
Unidad de análisis	Usuarios; partidos políticos en la red (Mariano Rajoy, Alfredo Pérez Rubalcaba y Cayo Lara, por, y en ese orden, PP, PSOE e IU. En el caso de UPyD, ante la ausencia de su presidenta, Rosa Díez, en redes sociales se decidió analizar la actividad de su número dos en el Congreso, Toni Cantó.).
Técnica de investigación	Análisis de contenido; mediante la técnica de análisis de contenido de perfiles se lograra obtener toda la información que amerite la

	investigación.

Número del documento	44
Nombre del artículo o ensayo	Peligros ocultos tras la red: Análisis jurídico de las redes sociales. Pág 24.
Autor	Sara Sánchez
Año	2010
Bibliografía: http://portalcorporativo.lexnova.es/revista_ln/Revista61/Revista61.htm	
Variables/ categorías	Contenido/uso; los contenidos que exponemos en las redes rompe con el derecho a la intimidad personal y familiar. Las interacciones que se producen con otros usuarios que tienen características similares.
Posición del autor	Neutral; expone datos sobre las buenas utilidades que podemos desempeñar en las redes sociales, pero a su vez hace hincapié en como estas utilidades rompen muchas veces con nuestros parámetros de la intimidad.
Tipos de ensayos o artículos	Expositivo; expone ideas basadas en el tema, hace referencia de algunos artículos de la ley para validar el artículo.

Número del documento	45

Nombre del artículo o ensayo	Twitter: La vida en 140 caracteres.
Autor	Víctor Domingo
Año	2012
Bibliografía: http://www.notariado.org/liferay/c/document_library/get_file?folderId=12092&name=DLFE-10392.pdf	
Variables/ categorías	Contenido; el contenido de los mensajes que publicamos vía Twitter
Posición del autor	Neutral; muestra una postura neutral ya que no expone ideas de estar de acuerdo o no con el Twitter.
Tipos de ensayos o artículos	Expositivo; expone sus ideas tomando referencias de algunos tweets enviados por políticos o famosos.

Número del documento	46
Nombre del artículo o ensayo	Twitter y la ciberpolítica
Autor	Carmen Fernández
Año	2012
Bibliografía: http://dialnet.unirioja.es/servlet/busquedadoc?t=redes+sociales+twitter&db=1&td=ARTREV	
Variables/ categorías	Uso; la usabilidad que se le da al Twitter ya sea para la política, comunicación entre usuarios ya sean estos políticos o usuarios convencionales.
Posición del autor	Neutral; no muestra ninguna posición apocalíptica o integrada, solo usa referencias para expandir el tema.
Tipos de ensayos o artículos	Crítico científico; expone sus ideas tomando como referencias estudios realizados.

Número del documento	47
Nombre del artículo o ensayo	Un análisis contemporáneo del Twitter.
Autor	Beatriz Fainholc
Año	2011
Bibliografía: http://www.um.es/ead/red/26/fainhold.pdfun	
Variables/ categorías	Contenido/interacción; el diario intercambio de información entre los usuarios.
Posición del autor	Neutral; este intercambio puede ser beneficiosa o no, ya que muestra debilidades y fortalezas por su uso.
Tipos de ensayos o artículos	Crítico científico; hace referencias de estudios para defender su postura. “recordar que solo el 20% de la población del mundo en desarrollo no está conectado a Internet#.

Número del documento	48
Nombre del artículo o ensayo	Enfermera 2.0
Autor	Adoni Carrión
Año	2011
Bibliografía: http://enfermeros.org/click/click.php?id=170	
Variables/ categorías	Uso; permite el intercambio de información entre profesionales de la medicina permitiendo estar al tanto de las noticias en medicina.
Posición del autor	Integrado; esta es la clave de la información para conocer nuevos temas y compartir reflexiones.
Tipos de ensayos o artículos	Periodístico; entrevista realizada a Rosa Nieto, creadora del blog

	@enferma2punto0.

Número del documento	49
Nombre del artículo o ensayo	La píldora 2.0
Autor	Adoni Carrión
Año	2011
Bibliografía: http://enfermeros.org/click/click.php?id=174	
Variables/ categorías	Uso; es una mezcla entre entradas divulgadas con recomendaciones de libros.
Posición del autor	Integrado; esta dirigido a personas que relacionadas con la sanidad o personas interesadas en la tecnología.
Tipos de ensayos o artículos	Periodístico; entrevista realizada a Pilar, creadora del blog lapildoradospuntocero.

Número del documento	50
Nombre del artículo o ensayo	Uso de las redes sociales para el intercambio de conocimiento entre profesionales.
Autor	Adoni Carrión Carlos Núñez
Año	2011
Bibliografía: http://enfermeros.org/click/click.php?id=189	
Variables/ categorías	Interacción; la interacción entre grupos de personas que se une a una red por la afinidad de los temas de interés.
Posición del autor	Integrado; expone lo siguiente: la potencia de las Redes Sociales puede ser aprovechada por los profesionales con intereses comunes para generar grupos que estimulen la cooperación y

	fomenten la inteligencia colectiva.
Tipos de ensayos o artículos	Argumentativo; defiende su tesis utilizando datos reales. “El grupo Curas y Heridas – Consultas y Opiniones13, creado por los autores de este artículos, es un grupo multidisciplinar que cuenta con más de 300 miembros en poco más de 6 meses de actividad”.

Número del documento	51
Nombre del artículo o ensayo	Twitter informa que tiene más de 200 millones de usuarios activos.
Autor	El Universo
Año	2012
Bibliografía: http://www.eluniverso.com/2012/12/18/1/1431/twitter-informa-tiene-mas-200-millones-usuarios-activos.html	
Variables/ categorías	Uso; la cantidad aproximada de usuarios activos que actualmente usan la red.
Posición del autor	Neutral; el artículo se enfoca solo en exponer la cantidad de usuarios activos que tiene el Twitter.
Tipos de ensayos o artículos	Periodístico; expone la noticia reforzando sus ideas con cantidades reales realizadas por compañías especializadas en redes sociales.

Número del documento	52
Nombre del artículo o ensayo	Twitter permite a los usuarios descargar su historial de tuits.
Autor	El Universo

Año	2012
Bibliografía: http://www.eluniverso.com/2012/12/20/1/1431/twitter-permite-usuarios-descargar-historial-tuits.html	
Variables/ categorías	Uso; la usabilidad de la nueva herramienta que ha creado Twitter, para que sus usuarios puedan descargar su historial te tweets.
Posición del autor	Neutral; el artículo se enfoca solo en exponer la nueva herramienta que ha creado Twitter y como esta puede ayudar a sus usuarios a recordar viejos tweets.
Tipos de ensayos o artículos	Periodístico; expone la noticia reforzando sus ideas con una cita textual de Mollie Vandor ingeniera de Twitter.

Número del documento	53
Nombre del artículo o ensayo	Twitter sufrió un ataque DoS: ¿QUÉ SERÁ?
Autor	Ana María Granja
Año	2012
Bibliografía: http://www.vistazo.com/webpages/blogs/blogs.php?catb=7&id=53	
Variables/ categorías	Uso; como se vio afectada la usabilidad de la red, por un ataque llamado DoS.
Posición del autor	Neutral; el ensayo detalla como se dio este ataque, para que sirve y como afecta a los usuarios.
Tipos de ensayos o artículos	Expositivo; solo detalla lo sucedido exponiendo ideas y fomentando la

	participación del lector.

Número del documento	54
Nombre del artículo o ensayo	Todo el mundo twittea.
Autor	Monse Arosemena
Año	2012
Bibliografía: http://www.vistazo.com/webpages/blogs/blogs.php?catb=7&id=94	
Variables/ categorías	Uso; como los usurarios han ido de a poco aprendiendo a usar mejor las herramientas del Twitter.
Posición del autor	Neutral; solo detalla de como se puede hacer un mejor uso de Twitter, exponiendo ideas de como se es estar en el mundo del Twitter
Tipos de ensayos o artículos	Expositivo; expone sus ideas y hace comentarios de que es estar inmerso en el mundo del Twitter.

Número del documento	55
Nombre del artículo o ensayo	Socl, la nueva red social de Microsoft
Autor	El Universo
Año	2012
Bibliografía: http://www.eluniverso.com/2012/12/10/1/1431/socl-nueva-red-social-microsoft.html	
Variables/ categorías	Uso; la nueva red social creada por Microsoft, con la misma usabilidad que tiene Twitter y Facebook, con la diferencia de que pueden armar un collage de fotos.
Posición del autor	Neutral; expone las intensiones de Microsoft de crear una nueva red

	social
Tipos de ensayos o artículos	Periodístico; expone la noticia utilizado citas para reforzar lo que se esta dando a saber.

Número del documento	56
Nombre del artículo o ensayo	Sobre la privacidad en las redes sociales
Autor	The New York Time
Año	2012
Bibliografía: http://www.eluniverso.com/2012/04/30/1/1128/sobre-privacidad-redes-sociales.html	
Variables/ categorías	Contenido; como el contenido que ponemos las redes sociales, puede verse afectado, ya sea porque el mensaje se corto o por que fue entendido de otra manera.
Posición del autor	Apocalíptico; no esta a favor de las redes sociales, ya que muchas veces se ve afectada las relaciones de amistad, parejas o de familia, muchas veces por malos entendidos.
Tipos de ensayos o artículos	Periodístico; expone la noticia utilizado ejemplos de personas publicas que se vieron envueltas en un problema de redes.

Número del documento	57
Nombre del artículo o ensayo	Se inventan una parábola para explicar el desembarco del papa en Twitter.
Autor	El Universo

Año	2012
Bibliografía: http://www.eluniverso.com/2012/12/08/1/1382/lombardi-inventa-parabola-explicar-desembarco-papa-twitter.html	
Variables/ categorías	Contenido; como el contenido que publique a futuro el papa puede ayudar a los fieles que están cerca de él.
Posición del autor	Integrado; expone el tema, dejando claro que no se trata de salvar al mundo con tweets, pero que si se tratará de llagar a mas personas con los tweets que publique el papa.
Tipos de ensayos o artículos	Periodístico; expone la noticia utilizado utilizando citas de el portavoz del papa el jesuita Federico Lombardi.

Número del documento	58
Nombre del artículo o ensayo	Relaciones, redes y discursos: revisión y propuesta en torno al análisis reticular de datos textuales.
Autor	Carlos Lozares Joan Verd Joel Martí Pedro López
Año	2011
Bibliografía: http://revista-redes.rediris.es/pdf-vol1/vol1_2.pdf	
Variables/ categorías	Contenido; hace un análisis profundo de los textos y o discursos que se realizan en la redes sociales
Posición del autor	Integrado; expone el tema, profundizando en cada uno de las

	categorías detalladas en el artículo.
Tipos de ensayos o artículos	Científico; detalla y expone a profundidad cada uno de las categorías a tratar, utilizando citas para reforzar lo expuesto.

Número del documento	59
Nombre del artículo o ensayo	Las redes sociales en la educación
Autor	Juan José de Haro
Año	2012
Bibliografía: http://danzanet.org/data/2011/10/21/35/file/1319411880redes_sociales_educacion.pdf	
Variables/ categorías	Uso; como los estudiantes pueden hacer un mejor uso de las redes sociales, utilizándolas para prácticas educativas.
Posición del autor	Integrado; el autor expone como las redes sociales pueden ayudar en la educación e interacción entre alumnos y maestros.
Tipos de ensayos o artículos	Científico; detalla y expone a profundidad el tema, vierte reflexiones sobre el mismo y muestra ejemplos de los explicado.

Número del documento	60
Nombre del artículo o ensayo	Pagando por un tweet
Autor	Karla Pesantes
Año	2012
Bibliografía:	

http://www.vistazo.com/webpages/blogs/blogs.php?catb=7&id=221	
Variables/ categorías	Uso; como dos jóvenes le dieron otro uso al Twitter, logrando que las empresas paguen de 10 a 15 dólares para que ellos publiquen actividades, promociones u ofertas que estas ofrecen.
Posición del autor	Integrado; el autor expone como las redes sociales son un espacio de entretenimiento, sino que con un poco de creatividad puede llegar a ser un gran negocio.
Tipos de ensayos o artículos	Expositivo; el ensayo expone ideas propias basadas en lo visto, invitando a los lectores a exponer sus ideas sobre el tema.

Número del documento	61
Nombre del artículo o ensayo	Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales.
Autor	Jesús Flores
Año	2009
Bibliografía: http://www.vistazo.com/webpages/blogs/blogs.php?catb=7&id=221	
Variables/ categorías	Contenido; el artículo se presta al análisis de los contenidos como se realizan y estructuran los mensajes que se envían.
Posición del autor	Integrado; el autor expone como las redes sociales se han convertido en un fenómeno de masas

	comunicacional.
Tipos de ensayos o artículos	Expositivo; el artículo detalla conceptos que giran alrededor tales como redes sociales, internet, comunicación, medios, entre otros.

Número del documento	62
Nombre del artículo o ensayo	Instagram desactiva difusión de sus fotos en Twitter.
Autor	El Universo
Año	2012
Bibliografía: http://www.eluniverso.com/2012/12/05/1/1431/instagram-desactiva-difusion-sus-fotos-twitter.html	
Variables/ categorías	Uso; la usabilidad del Twitter se ha visto afectada por desactivación de Instagram, funcionalidad que permite ver en la red social Twitter.
Posición del autor	Neutral; el artículo se enfoca solo en exponer lo afectados se encuentran los usuarios de Twitter por la desactivación de intagram.
Tipos de ensayos o artículos	Periodístico; expone la noticia reforzando las ideas expuestas con citas provenientes de la red social Twitter.

Número del documento	63
Nombre del artículo o ensayo	Crean rating de TV a partir de mensajes en Twitter
Autor	El Universo
Año	2012
Bibliografía: http://www.elcomercio.com/tecnologia/San_Francisco-Twitter-	

television-rating_0_830317089.html	
Variables/ categorías	Uso; los usuarios muchas veces siguen los programas por medio del internet, esto ha generado que la compañía Nielsen anuncie que se elaborará un rating para programas de TV a partir de los comentarios en Twitter.
Posición del autor	Integrado; el autor hace alarde a los avances tecnológicos y los cambios que estos hacen al consuidor.
Tipos de ensayos o artículos	Periodístico; expone la noticia reforzando las ideas expuestas con citas de Steven Hasker y Chole Slandden presidente y vicepresidente del área de productos del consumidor.

Número del documento	64
Nombre del artículo o ensayo	Benedicto XVI abrirá una cuenta en Twitter
Autor	Diario Hoy
Año	2012
Bibliografía: http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/benedicto-xvi-abrira-cuenta-en-twitter-567677.html	
Variables/ categorías	Consumo; detalla como el papa Benedicto XVI, anuncia que pronto será un consumidor mas de la red social Twitter, a pesar de que no navega con tanta frecuencia el Pontífice no es nuevo en el uso de Twitter.
Posición del autor	Neutral; anuncia la noticia sin mostrar

	ninguna postura apocalíptica o integrada, simplemente de delimita a exponer la noticia.
Tipos de ensayos o artículos	Periodístico; expone la noticia reforzando las ideas expuestas con citas de la directiva del consejo Pontificio de la comunicaciones sociales.

Número del documento	65
Nombre del artículo o ensayo	Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities (Por qué Twitter: Uso de entretenimiento microblogging y comunidades) traducción libre del autor.
Autor	Akshay Java Tim Finin Xiaodan Song Belle Tseng
Año	2008
Bibliografía: http://delivery.acm.org/10.1145/1350000/1348556/p56-java.pdf?ip=10.10.12.214&acc=ACTIVE%20SERVICE&CFID=233426132&CFTOKEN=93663017&__acm__=1356024235_c612d8c4ebf9733f140140db2027144d	
Variables/ categorías	Consumo, usuarios; como la nueva función de microblogging es usada en los usuarios para hablar de sus actividades diarias y tratar de compartir información comunicándose con usuarios que tienen similitudes.
Posición del autor	Neutral; anuncia la noticia sin mostrar ninguna postura apocalíptica o

	integrada, simplemente de delimita a exponer la noticia.
Tipos de ensayos o artículos	Argumentativo; expone el artículo presentando sus propias observaciones, haciendo uso de uso de un estudio de propiedades topológicas y geográficas de la red social Twitter.

Número del documento	66
Nombre del tesis o estudio	What is Twitter, a social Network or a news media? (¿Qué es Twitter, una red social o un medio de comunicación?) Traducción libre del autor
Autor	Haewoon Kwak, Changhyun Lee, Hosung Park Sue Moon
Año	2010
Bibliografía: http://delivery.acm.org/10.1145/1780000/1772751/p591-kwak.pdf?ip=10.10.12.214&acc=ACTIVE%20SERVICE&CFID=233426132&CFTOKEN=93663017&__acm__=1356024359_50ed5e7bd82afc9a12db6d20f7a9d5a1	
Tipos de estudios desde el método	Descriptivo; el estudio se limita a recolección de los datos de los perfiles de los usuarios, así como el análisis de los tweets, RT.
Enfoque del estudio	Cuantitativo; se opto con un método cuantitativo para realizar la recolección de los datos y la presentación de los mismos.

Categorías/variables	Interacción/relación; aparte de analizar las características antropológicas de Twitter, se procedió a realizar un análisis del flujo del intercambio de información.
Unidad de análisis	Prosumidores; se procedió al análisis de las cuentas de un grupo seleccionado de prosumidores.
Técnica de investigación	Análisis de contenido; mediante la técnica de análisis de contenido de perfiles se lograra obtener toda la información que amerite la investigación. Se analizará los tweets, retweets e intercambio de información.

Número del documento	67
Nombre del tesis o estudio	Predicting elections with Twitter: What 140 characters reveal about political sentiment (Predicción de elecciones con Twitter: ?Qué revelan sobre 140 caracteres sentimiento político?) traducción libre del autor.
Autor	Andranik Tumasjan Timm O. Sprenger Philipp G. Sandner Isabell M. Welpe
Año	2010
Bibliografía: http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM10/paper/viewFile/1441/1852	

Tipos de estudios desde el método	Descriptivo; el estudio se limita a recolección de los datos de 104, 003 millones de tweets políticos, realizados en las elecciones del 13 de Septiembre del 2009.
Enfoque del estudio	Cuantitativo; se opto con un método cuantitativo para realizar la recolección de los datos y la presentación de los mismos.
Categorías/variables	Contenido/uso; se procedió al análisis del contenido textual de los tweets, con enfoque político realizados el día de las elecciones.
Unidad de análisis	Texto; se analizo un análisis del contenido de los textos difundíos, tomando en cuenta tweets, retweets.
Técnica de investigación	Análisis de contenido/análisis textual; mediante la técnica de análisis de contenido y el análisis textual se pudo indicar que en parte los mensajes de Twitter reflejan los resultados de las elecciones.

Número del documento	68
Nombre del artículo o ensayo	Iran´s protests : Why Twitter is the medium of the movement (La protesta de Irán: ?Porqué Twitter es el medio del movimiento?) traducción libre del autor.
Autor	Lev Grossman

Año	2009
Bibliografía: http://www.cc.gatech.edu/classes/AY2011/cs4001_summer/documents/Time-Iran-Twitter.pdf	
Variables/ categorías	Uso; como los usuarios usan la red social Twitter para hacerse escuchar, en temas de interés social, tal como paso en las elecciones realizadas en Irán en el 2009.
Posición del autor	Neutral; el artículo se enfoca en exponer como con la creación de un hashtags se puede difundir un tema.
Tipos de ensayos o artículos	Periodístico; expone la noticia reforzando las ideas expuestas con citas provenientes de la red social Twitter y fotos subidas por los usuarios durante la protestas realizadas por medios de la red social.

Número del documento	69
Nombre del artículo o ensayo	Can we use Twitter for educational activities? (?Podemos utilizer Twitter para actividades educativas? Traducción libre del autor
Autor	Gabriela Grosseck Carmen Holotescu
Año	2008
Bibliografía: http://www.cblt.soton.ac.uk/multimedia/PDFsMM09/Can%20we%20use%20twitter%20for%20educational%20activities.pdf	

Variables/ categorías	Uso; los prosumidores con una solida experiencia en el uso de la web 2.0 pueden hacer de esta red una plataforma que sirva de ayuda ara la educación.
Posición del autor	Neutral; el artículo se enfoca en exponer las ventajas y desventajas del uso de la red
Tipos de ensayos o artículos	Expositivo; expone sus ideas alrededor del tema defendiendo su teoría con datos de estudios realizados por empresas especializadas.

Número del documento	70
Nombre del tesis o estudio	A few chirps about Twitter
Autor	Balachander Krishnamurthy Phillipa Gill Martin Arlitt
Año	2012
Bibliografía: http://delivery.acm.org/10.1145/1400000/1397741/p19-krishnamurthy.pdf?ip=10.10.12.214&acc=ACTIVE%20SERVICE&CFID=233426132&CFTOKEN=93663017&__acm__=1356024459_6b68d2370b14f933d5484c3c92ffd8fa	
Tipos de estudios desde el método	Descriptivo, correlacionales; el estudio se limita a recolección de los datos de los perfiles de los usuarios, así como el análisis de los tweets, RT, además de mostrar los resultados haciendo comparaciones para garantizar los mismos.
Enfoque del estudio	Cuantitativo; se opto con un método

	cuantitativo para realizar la recolección de los datos y la presentación de los mismos.
Categorías/variables	Interacción/relación; se procedió a realizar un análisis de las interacciones entre usuarios, los tweets, retweets, menciones, etc.
Unidad de análisis	Prosumidores; se procedió al análisis de las cuentas de un grupo seleccionado de prosumidores.
Técnica de investigación	Análisis de contenido; mediante la técnica de análisis de contenido de perfiles se lograra obtener toda la información que amerite la investigación. Se analizará los tweets, retweets e intercambio de información.

Número del documento	71
Nombre del tesis o estudio	Microblogging for crisis communication: examination of Twitter use in response to a 2009 violent crisis in the Seattle-Tacoma, Washington area. (Microblogging para la comunicacion en crisis: examen del uso de Twitter en respuesta a una crisis de violencia en el 2009 en Seattle-Tacoma, Washington) traducción libre de autor.

Autor	Thomas Heverin Lisl Zach
Año	2011
Bibliografía: http://www.thomasheverin.com/uploads/4/6/5/8/4658640/heverin_iscram_2010.pdf	
Tipos de estudios desde el método	Descriptivo; el estudio se enfoca en reunir toda la información que arrojen los prosumidores sobre el caso del 29 de Noviembre del 2009, en donde 4 policías caen muertos por el ataque de un individuo.
Enfoque del estudio	Cuantitativo; se opto con un método cuantitativo para realizar la recolección de los datos y la presentación de los mismos.
Categorías/variables	Interacción/relación; se procedió a realizar un análisis de las interacciones entre usuarios, los tweets, retweets, menciones, además de es analizar su eran mensajes, opiniones, datos e ayuda para la policía entre otros.
Unidad de análisis	Texto; el estudio se enfoca en analizar el fondo de los mensajes que se enviaron el día 29 de Noviembre del 2009.
Técnica de investigación	Análisis de contenido; mediante la técnica de análisis de contenido de los mensajes envidosse lograra obtener toda la información que amerite la investigación. Se

	analizará los tweets, retweets e intercambio de información, opiniones, emociones, acción, reacción, entre otros.

Número del documento	72
Nombre del tesis o estudio	Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios.
Autor	Cinta Espuny Juan Gonzáles Mar Lleixá Mercé Gisbert
Año	2010
Bibliografía: http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ForazarDescargaArchivo.jsp?cvRev=780&cvArt=78017126008&nombre=Actitudes%20y%20expectativas%20del%20uso%20educativo%20de%20las%20redes%20sociales%20en%20los%20alumnos%20universitarios	
Tipos de estudios desde el método	Descriptivo; el estudio se enfoca en reunir toda la información recolectada de las encuestas realizadas a los estudiantes universitarios del primer curso.
Enfoque del estudio	Cuantitativo; se opto con un método cuantitativo para realizar la recolección de los datos y la presentación de los mismos.
Categorías/variables	Uso; el estudio analiza el uso didáctico pedagógico que los

	estudiantes le dan a las redes sociales.
Unidad de análisis	Prosumidores; se analizara a los prosumidores, en este caso estudiantes del primer año de universidad.
Técnica de investigación	Encuesta; mediante esta técnica de investigación se logrará responder preguntas como: grado de conocimiento de las redes sociales, aprovechamiento didáctico, redes más populares entre otros.

Número del documento	73
Nombre del tesis o estudio	Semi-supervised recognition of sarcastic sentences in Twitter and Amazon. (Semi-supervisando reconocimiento de las frases sarcásticas en Twitter y Amazon) traducción libre de autor.
Autor	Dmitry Davidov Oren Tsur Ari Rappoport
Año	2010
Bibliografía: http://delivery.acm.org/10.1145/1880000/1870582/p107-davidov.pdf?ip=190.131.78.242&acc=OPEN&CFID=162506866&CFTOKEN=11208045&__acm__=1356668751_86f66384cb8872d4a8982078845ba180	
Tipos de estudios desde el método	Exploratorio; el objetivo del estudio es examinar el contexto de los 5.9

	millones de tweets producidos por Amazon.
Enfoque del estudio	Cuantitativo; se opto con un método cuantitativo para realizar la recolección de los datos y la presentación de los mismos.
Categorías/variables	Contenido texto; se rexaminará el fondo de los mensajes para determinar si estos son o no sarcásticos.
Unidad de análisis	Texto; se analizará los 5.9 millones de tweets de Amazon
Técnica de investigación	Análisis de contenido; mediante el análisis de contenido se podrá determinar si el contenido es sarcástico o no, o si los usuarios lo escribieron o simplemente hacen retweets.

Número del documento	74
Nombre del tesis o estudio	Understanding how Twitter is used to spread scientific messages. (Comprendiendo como Twitter es utilizado para difundir mensajes científicos) traducción libre de autor.
Autor	Julie Letierce, Alexandre Passant, Stefan Decker John G. Breslin
Año	2009
Bibliografía:	

http://journal.webscience.org/314/2/websci10_submission_79.pdf	
Tipos de estudios desde el método	Descriptivo; el estudio se encargo de recopilar los tweets desde el 08 de Octubre hasta el 22 de Noviembre del 2009
Enfoque del estudio	Cuantitativo; se opto con un método cuantitativo para realizar la recolección de los datos y la presentación de los mismos.
Categorías/variables	Relación, interacción; el estudio se enfoca en analizar los mensajes que se envinaban y cuales eran las publicaciones que se hacían de los mismo, aparte de la interacción entre los involucrados en enviar y recibir mensajes.
Unidad de análisis	Texto; los textos analizados eran provenientes de los prosumidores de la lista 8 de Semantic web comunity.
Técnica de investigación	Análisis de contenido, encuestas, entrevista; mediante el análisis de contenido se podrá determinar si el contenido de los textos que interactúan, la encuesta fue envía a través del correo a las personas que estaban en la lista antes mencionada y por entrevistas para poder estudiar hábitos, motivaciones de publicar y compartir información.

Número del documento	75
Nombre del artículo o ensayo	Tweet Dreams: making music with the audience and the world using real-time Twitter data
Autor	Luke Dahl Jorge Herrera Carr Wilkerson
Año	2011
Bibliografía: https://ccrma.stanford.edu/groups/mcd/publish/files/2011-nime-tweet.pdf	
Variables/ categorías	Interacción; los prosumidores pueden interactuar con el software modificando los parámetros para poder controlar los tweets y como están musicalmente y gráficamente presentados.
Posición del autor	Integrado; el artículo muestra una clara inclinación hacia el uso de las redes sociales, dándole un nuevo uso para sus prosumidores.
Tipos de ensayos o artículos	Científico; el artículo presentado es una obra humana ya que por medio del software tenemos la posibilidad de que nuestros tweets no solo sean leídos sino también escuchados

Número del documento	76
Nombre del artículo o ensayo	Lo que “no dejaron pasar” los tuiteros sobre el debate presidencial
Autor	Diario El Comercio

Año	2012
Bibliografía: http://www.elcomercio.com/politica/debate_presidencial-redes_sociales-Twitter-elecciones_2013_0_827917303.html	
Variables/ categorías	Contenido, texto; los tuiteros del país no dejaron pasar desapercibido el debate presidencial, en las redes sociales circulaban tweets que contenían citas de las palabras de los postulados a la presidencia el próximo año.
Posición del autor	Neutral; el autor se remite a presentar la noticia tal cual, mostrando total parcialidad hacia la misma.
Tipos de ensayos o artículos	Periodístico; el artículo cumple la función de informar a la comunidad, para lo cual utiliza frases y citas sacadas de la red social Twitter.

Número del documento	77
Nombre del artículo o ensayo	La Nasa se vuelca en las redes sociales para desmentir fin del mundo en el 2012
Autor	Diario El Comercio
Año	2012
Bibliografía: http://www.elcomercio.com/mundo/NASA-fin_del_mundo-redes_sociales_0_823117859.html	
Variables/ categorías	Uso; la Nasa hizo uso de las redes sociales, para desmentir la llegada del fin del mundo, ya que había personas en todo el mundo que según investigaciones previas, optarían por quitarse la vida antes de que llegara el

	día.
Posición del autor	Neutral; el autor se remite a presentar la noticia tal cual, mostrando total parcialidad hacia la misma.
Tipos de ensayos o artículos	Periodístico; el artículo cumple la función de informar a la comunidad de los esfuerzos que realiza la Nasa para evitar la perdida de vida humanas por mensajes y creencias sin base científica, refuerza la noticia con comentarios realizados por expertos de la Nasa.

Número del documento	78
Nombre del artículo o ensayo	Los jóvenes se informan en la red
Autor	Diario El Comercio
Año	2012
Bibliografía: http://www.elcomercio.com/tecnologia/internet-redes_sociales-jovenes_0_824917589.html.	
Variables/ categorías	Uso; el artículo esta basado en un estudio realizado en España, en donde se puedo demostrar que la mayoría de los jóvenes prefieren informarse por medio de las redes sociales dejando de lado la prensa enscrita.
Posición del autor	Neutral; el autor se remite a presentar la noticia tal cual, mostrando total parcialidad hacia la misma.
Tipos de ensayos o artículos	Periodístico; el artículo cumple la función de informar los jóvenes entre

	16 y 30 años de edad prefieren las redes sociales para informarse, dejando de lado la prensa escrita perdiendo no solo publico sino a los futuros lectores.

Número del documento	79
Nombre del artículo o ensayo	Los Juegos Olímpicos de Londres generaron 150 millones de mensajes en Twitter
Autor	Diario El Comercio
Año	2012
Bibliografía: http://www.elcomercio.com/deportes/deportes-Juegos_Olimpicos_de_Londres-twitter_0_826717403.html	
Variables/ categorías	Uso; que se dio a las redes sociales y en especial al Twitter el tiempo que duraron los juegos olímpicos rompió records en ser uno de los eventos mas nombrados en las redes.
Posición del autor	Neutral; el autor se remite a presentar la noticia tal cual, mostrando total parcialidad hacia la misma.
Tipos de ensayos o artículos	Periodístico; el artículo cumple la función de informar como los prosumidores, tanto deportistas, famosos y no famosos hicieron que este evento deportivo sea uno de los mas nombrados en las redes sociales, expones como ejemplo las 74 000menciones que obtuvo el deportista Bolt al ganar la medalla

	dorada en los 100 metros planos.

Número del documento	80
Nombre del artículo o ensayo	El uso profesional delas redes sociales
Autor	Natalia Arroyo
Año	2008
Bibliografía: http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3013063.pdf	
Variables/ categorías	Uso, interacción; apartes de los uso que los profesionales le dan a las redes se puede apreciar que también son utilizadas para mantenerse comunicados entre si, mostrando inconvenientes como la poca privacidad entre otros.
Posición del autor	Neutral; el autor además de mostrar las cualidades de las redes sociales, hace hincapié en que estas a su vez traen problemas con la privacidad y el control de datos que se exponen en las biografías.
Tipos de ensayos o artículos	Expositivo; el autor expone sus ideas, argumentándolas con bases de datos y citas tomadas de expertos en el tema.