

**República Argelina Democrática y Popular**  
**Ministerio de la Enseñanza Superior y de la Investigación Científica**  
**Universidad Abdelhamid Ibn Badis – Mostaganem-**  
**Facultad de Lenguas Extranjeras**  
**Departamento de Lengua Española**



**Memoria de fin de Master en “Lengua y comunicación”**

**El uso del Facebook en estudiantes del español como lengua  
extranjera**

**Presentada por:**

**Chetraoui Amin**

**Miembros del tribunal:**

**Directora: TALEB ABDERRAHMAN Karima**

**Presidente: GLAYLIA Bachir**

**Vocal: BOUZID Makia**

**Año académico: 2019/2020**

## *Agradecimientos*

En primer lugar, agradezco mucho a Allah que me dio la fe, la capacidad y la confianza para realizar este trabajo de investigación.

En segundo lugar, quiero agradecer de manera especial a mi directora de tesina la Dra. Taleb Abderrahman Karima, que me ayudó mucho en la realización de la presente investigación.

Gracias por sus valiosas observaciones y consejos para llevar acabo el presente trabajo.

Muchísimas gracias a todas las personas que encontré en este camino y que me dieron palabras de apoyo y aliento.

Mis profundos agradecimientos van dirigidos a todos los profesores y profesoras del departamento de lengua española de la Universidad de Mostaganem.

## *Dedicatoria*

*A mis padres que me han apoyado mucho durante mi carrera universitaria.*

*A mis amigos Ishak, Setar, Arbi, Aziz, Salah y a todos los que me conocen.*

*A mis abuelos y a toda mi familia.*

## Índice

Introducción general.....	06
---------------------------	----

### **Capítulo I: El marco teórico de la comunicación y de Facebook**

Introducción.....	10
1. la comunicación.....	10
1.1. Los elementos de comunicación.....	11
1.2. Los tipos de comunicación.....	14
2. Las redes sociales.....	16
3. El Facebook.....	18
3.1. Historia de Facebook .....	18
3.2. Facebook y jóvenes.....	19
4. El uso de Facebook para los estudiantes .....	20
Conclusión.....	21

### **Capítulo II: Marco metodológico y análisis del cuestionario**

Introducción.....	24
1. Metodología de la investigación.....	24
2. Recogida de datos .....	24
3. Presentación y descripción de los sujetos.....	24
4. Presentación y descripción del cuestionario.....	25
5. Análisis e interpretación del cuestionario.....	25
Conclusión.....	35
Conclusión general.....	38
Bibliografía.....	40
Anexo	

# **Introducción general**

## **Introducción general**

En la actualidad, la dependencia de diferentes sociedades de la tecnología de todo tipo ha aumentado hasta que se ha convertido en una de las necesidades más importante en nuestros tiempos, debido especialmente a su papel efectivo en diversos campos de la vida cotidiana, ya sea social, política o educativa. Lo consecuente de esta vivencia es que cuanto más individuos e instituciones necesitan esta tecnología, más aumenta su continuidad y su desarrollo.

La tecnología de los medios de la comunicación ocupa un lugar importante en las principales innovaciones tecnológicas del mundo, que dejan su impacto en las etapas de la civilización humana después de la invención de la escritura y la impresión. Cada etapa tecnológica genera una nueva fórmula para la comunicación entre individuos, que mejora la calidad de la información mutua y combina la velocidad de transmisión, la capacidad de preservar y la diversidad de áreas de investigación.

La educación es una de las áreas más importantes en las que se utiliza la tecnología de la información y la comunicación, lo que ha generado un desarrollo importante en el proceso enseñanza/aprendizaje, ya que esta tecnología proporciona un entorno virtual lleno de interacción e intercambio de información entre los elementos del proceso de aprendizaje.

Las redes sociales se consideran las últimas tecnologías de comunicación con su capacidad de atraer diferentes grupos de edad, ya que se ha convertido en una nueva fuerza que da forma al futuro de las personas en la comunicación, al expresar todas las prácticas relacionadas con sus vidas en diversos campos. Según periódico EL WATAN<sup>1</sup>, las últimas estadísticas indican el creciente número de usuarios de sitios de redes sociales en Argelia, especialmente los jóvenes, se ha demostrado también que Facebook es más utilizado por los jóvenes argelinos, y que el uso de esta red se ha convertido en una práctica diaria. Además, los usos de este sitio han variado de acuerdo con las diversas motivaciones que reflejan las necesidades diarias de estos jóvenes.

El estudiante usa Facebook de varias maneras, incluido el uso relacionado con el aspecto de entretenimiento para escapar del estrés de la vida, además de comunicarse con las personas y formar relaciones sociales. A esto cabe añadir que el tema del conocimiento sigue siendo el

---

<sup>1</sup><https://www.elwatan.com/a-la-une/entre-liberte-dexpression-et-abus-reseaux-sociaux-la-controverse-30-10-2018>

aspecto más importante. De hecho, los usuarios de Facebook se inclinan por informarse por todo lo que les rodea y lo que ocurre en el planeta, también tienden a construir un conocimiento que les acerque a la realidad que viven y refuerce su proceso de aprendizaje. Por consiguiente, dicha red se ha convertido en una herramienta de comunicación entre el estudiante y la institución educativa, lo que le permite aprovechar esta red en su proceso de aprendizaje, navegando por sus grupos científicos y académicos especializados y generales para mejorar su nivel científico. En efecto, Facebook va convirtiendo al estudiante en un elemento principal en el proceso de aprendizaje proporcionándole un entorno para compartir, comentar y expresar una opinión sobre temas que le interesan y establecer relaciones basadas en el intercambio de experiencias en su campo de especialización.

La elección de un tema relativo al uso de las redes sociales por estudiantes del español como lengua extranjera no es por azar, sino que se debe a nuestra preocupación y el interés personal que tenemos hacia la tecnología contemporánea, que está representada en las redes sociales como Facebook, que atrae a los jóvenes, especialmente a los estudiantes universitarios, ya que se ha presentado en un entorno virtual en el que los estudiantes se reúnen para formar relaciones sociales, buscar información con vistas a construir sus conocimientos y aprendizajes. Además nos ha llamado la atención la relación entre la importancia de la educación y el papel efectivo de la tecnología en el momento actual, que se ha convertido en una necesidad en la educación.

Desde aquí, la problemática que se impone a nosotros consiste en ¿Cómo usan los estudiantes el Facebook en el proceso del aprendizaje? Y ¿Qué tan efectivo es Facebook para mejorar el nivel científico de los estudiantes?

En cuanto a las hipótesis que se relacionan con el tema nuestro, hay dos importantes hipótesis que son:

- Quizás los estudiantes usen Facebook en el proceso educativo.
- tal vez el uso de Facebook por parte de los estudiantes sea efectivo para mejorar su nivel académico.

Este estudio tiene como objetivo abordar un aspecto importante de la vida del estudiante que está aprendiendo y vincularlo con el Facebook, que es una herramienta de comunicación importante para cada estudiante, por lo tanto, este estudio busca descubrir los diversos usos educativos de Facebook por parte de los estudiantes.

Nuestro trabajo se divide en dos capítulos: el primero es para los aspectos teóricos y el segundo para los aspectos metodológicos y el análisis de los datos.

En el primer capítulo, titulado “El marco teórico de la comunicación y del Facebook”, definimos la comunicación resaltando sus tipos y características, asimismo, las redes sociales y Facebook y su relación con el entorno estudiantil.

En el segundo capítulo, titulado “El marco metodológico y análisis del cuestionario”, empezamos por hacer una descripción del recurso metodológico configurado por el cuestionario y por último la discusión de los resultados de la investigación.



# **Capítulo I: Marco teórico de la comunicación y de Facebook**

# Capítulo I: El marco teórico de la comunicación y de Facebook

## **Introducción**

En el primer capítulo de nuestro trabajo de investigación, y como inicio hablamos de la comunicación en general, sus principales elementos y sus tipos, continuamos con las redes sociales que consideramos como importantes medios de la comunicación en la actualidad, También vamos a informar sobre el Facebook y su relación con los jóvenes, y terminando este capítulo con la importancia de usar el Facebook para los estudiantes.

## **1. La comunicación**

El hombre es, por supuesto, un ser social, ya que necesita comunicarse con los miembros de su comunidad. La comunicación es una necesidad para que una persona en su vida diaria exprese sus necesidades, como, por ejemplo, expresar un sentimiento, expresar una opinión o comentar sobre algo que le gusta, y lo más importante para lo que el hombre se comunica es para aprender, intercambiar las experiencias e informaciones. En esta perspectiva Chiavenato (2007:110) define la comunicación como:

“El intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social. La comunicación requiere un código para enviar el mensaje en forma de señal (ondas sonoras, letras impresas, símbolos), a través de un determinado canal (aire, alambres, papel) hasta un receptor que lo decodifica e interpreta el significado”

El proceso de comunicación se lleva a cabo mediante la transferencia de la información, las experiencias e intercambio de los conocimientos entre individuos y grupos a través de un medio determinado utilizando señales, palabras y gestos mutuos, Entonces Carlos Ongallo define la comunicación como: “La comunicación basa su interés en situaciones conductuales en las que una fuente u origen transmite un mensaje a un receptor con intención consciente de influir en sus conductas posteriores.” (2007: 12)

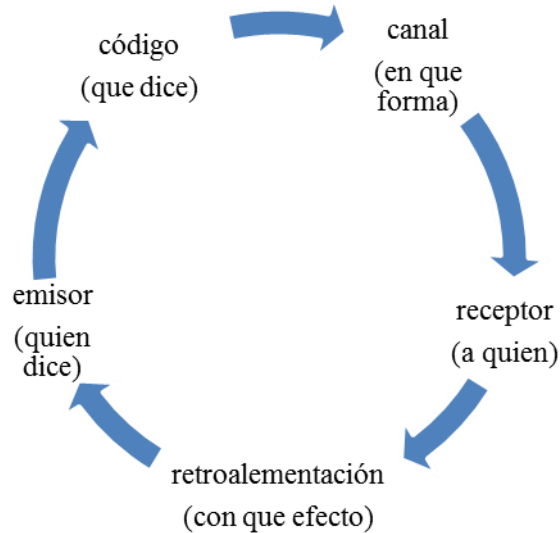
Es decir, la comunicación es lo más humano que usa el ser humano para entender el mundo y desarrollarlo.

## Capítulo I: El marco teórico de la comunicación y de Facebook

### 1.1. Los elementos de la comunicación

Para que se realice un acto comunicativo y se logre un proceso comunicativo exitoso, debemos dar cuenta de los siguientes elementos:

Esquema n°1: Elementos del proceso comunicativo.



Moreno Espinoza (2009:9)

- *La fuente o comunicador*: “Es la fuente que cree el mensaje con vistas a transmitirlo; puede referirse a una persona, un grupo o una institución” (María Socorro y otros, 2011:8)

- *El emisor*: es la persona que quiere influir en los demás compartiendo sus pensamientos, experiencias y opiniones. Por ejemplo, mencionamos al profesor que quiere transmitir su conocimiento al estudiante.

El emisor para Carlos Ongallo, “El quién, que no es más que el sujeto emisor, el que transmite la información, consciente o inconscientemente...” (2007:16).

- *El receptor*: es el que recibe el mensaje, lo decodifica, lo traduce, luego lo analiza e interpreta para llegar a lo que quiere decir el emisor, en caso de que el receptor reciba el mensaje, intercambia roles con el emisor.

Para Mariola García (2011:26) el receptor es “La persona o el grupo de personas, que reciben el mensaje emitido. Necesita conocer el código empleado por el emisor, para poder

## Capítulo I: El marco teórico de la comunicación y de Facebook

decodificar, interpretar y comprender correctamente el mensaje”. Al igual que el emisor, el receptor tiene las capacidades para decodificar el mensaje y responder a la comunicación; entre ellas encontramos:

Tabla N° 1: Las capacidades del receptor para entender y responder a la comunicación

Habilidades comunicativas	Implican oír, procesar información, leer, escribir y hablar.
Conocimientos	Sobre el tema, la gente, la situación o sobre sí mismo.
Actitudes	para juzgar a la fuente y al emisor, el tema y la situación

Fuente: María Socorro y otros (2011:9)

*El mensaje:* Es un elemento esencial en el proceso de la comunicación, es información, ideas, tono de voz, gestos e impresiones hechas por el emisor y transmitidas entre el emisor y el receptor durante el proceso de la comunicación, ya que es el punto que conecta al emisor y al receptor para esto, es importante elegir las frases y los símbolos adecuados, y hay diferentes formas del mensaje, mencionamos: Palabras, gestos, tono de voz, apariencia externa y movimientos.

- *El canal:* A través del canal se transmite el mensaje entre el emisor y el receptor, y el éxito del proceso de la comunicación está estrechamente relacionado con el éxito del emisor al elegir los medios de comunicación adecuados. Socorro Fonseca y otros, (2011: 9) nos señalan que el canal:

Es el medio o vehículo por el cual se envía y viaja el mensaje. Una carta es un medio escrito que viaja a través de un sistema de correo, fax o de una persona; un libro, el cine, la televisión, el periódico, una revista son medios que transmiten mensajes. La voz es un medio que usamos para enviar mensajes que viajan por el aire hasta llegar a los oídos del receptor.

- *La retroalimentación:* Es la reacción inmediata del receptor al mensaje que le envió el emisor, que es lo que el emisor desea el receptor durante el proceso de la comunicación, y la retroalimentación muestra el éxito del proceso de la comunicación. Debido a la retroalimentación el emisor sabe si el mensaje llegó al receptor y lo entendió como debería o no, y en el caso del destinatario no comprende el mensaje, el emisor debe reformular el mensaje y modificar la comprensión incorrecta del destinatario.

Según Mariola García (2011:26-27) la retroalimentación es:

## **Capítulo I: El marco teórico de la comunicación y de Facebook**

El receptor, en la comunicación personal que tiene lugar con presencia física del emisor y el receptor, tienen la capacidad de interactuar, de reaccionar al mensaje recibido. El emisor, en consecuencia, puede emitir un nuevo mensaje teniendo en cuenta la respuesta del receptor. A este fenómeno se le denomina “feed-back”. Veremos cómo en la comunicación masiva, el receptor se limita a recibir mensajes. No puede emitir su respuesta durante el proceso de comunicación a través del mismo medio y de forma interactiva. Sus respuestas consistirán en la adopción de una actitud o en la realización de una acción.

*-El ruido:* El ruido es el conjunto de intervenciones sobre la buena transmisión del mensaje y los obstáculos que pueden ser una barrera para llegar al mensaje, y por lo tanto, es cualquier cosa que impide la transmisión y comprensión del mensaje, esta confusión distorsiona el contenido del mensaje o dificulta su acceso por completo, afecta todos los enlaces y relaciones en el proceso de comunicación.

Son barreras u obstáculos que se presentan en cualquier momento del proceso comunicativo y provocan malos entendidos, confusiones y desinterés, que impiden la llegada del mensaje a su destino. Los ruidos más comunes que alteran la situación comunicativa se clasifican según el elemento del proceso de la comunicación que pueden afectar de forma directa, tenemos varios tipos:

- Ruido psicológico: se presenta en el emisor y el receptor. Es un estado anímico mental o emocional producido por la situación que se vive por ejemplo, tensión, tristeza, angustia, enojo o apatía.

- Ruido fisiológico: consiste en molestias o incapacidades del organismo humano del emisor y el receptor por ejemplo, pérdida del oído, ronquera, malestares o dolores corporales, hambre, cansancio, falta de respiración y cualquiera otra.

- Ruido semántico: se presenta en el mensaje, en su contenido y las palabras empleadas pueden tener un significado confuso, equivocado o desconocido por el receptor.

- Ruido técnico: se presenta en el medio o el canal que transmite el mensaje, como: manchones de tinta en textos impresos, falta de sonido en el radio o bien la ruptura de una llamada telefónica.

## **Capítulo I: El marco teórico de la comunicación y de Facebook**

- *El contexto*: para Nisla V. Guardia “el contexto, situación o referente, entendido éste como la dimensión espacio-temporal y física, además de los objetos relevantes presentes en una realidad.” (2009:16)

Esto concierne la atmósfera general representada por el entorno psicológico y físico en el que tiene lugar la comunicación. El entorno incluye actitudes, sentimientos, percepciones y relaciones entre las personas que llaman, así como características del lugar como sus colores y disposición. No hay duda de que el entorno de la comunicación afecta a la naturaleza y a la calidad de la comunicación. Por ejemplo, dar una conferencia o un seminario requiere de un entorno tranquilo adecuado al evento y no ruidoso. Merece subrayar que el contexto en el que se desarrolla la comunicación también nos obliga a definir lo que decimos y lo que hacemos. Hablar con los padres es diferente de hablar y comunicarse con colegas o desconocidos.

### **1.2. Los tipos de la comunicación**

- *La comunicación intrapersonal*: “es aquella comunicación que llevamos con nosotros mismos, intervienen solamente el pensamiento y el lenguaje” Jorge O. Márquez- López (2016:219)

Este tipo de comunicación nos sucede cuando hablamos con nosotros mismos. Esto está relacionado con los pensamientos y los sentimientos. Dado que la comunicación se concentra solo en el ser humano, es decir el hombre es el emisor y el receptor al mismo tiempo. El mensaje contiene de pensamientos y sentimientos, y el medio de la comunicación es el cerebro que traduce e interpreta estos pensamientos y sentimientos, también es el mismo que emite retroalimentación, por lo que acepta algunos pensamientos y sentimientos, rechaza otros o los reemplaza por otros.

- *La comunicación interpersonal*: implica dos o más personas relacionadas directa o indirectamente, las cuales intercambian el papel del emisor receptor. El medio más importante es el lenguaje oral o escrito, aunque no es el único, según Santos García (2012:20-21).

La descripción de la comunicación interpersonal parece un ejercicio fácil cuando, en realidad, presenta sus propias trampas. Aunque nadie puede negar que este proceso se dé entre dos o más individuos que intercambian mensajes a través de un canal, el principal problema ha sido delimitar el resultado de tales encuentros a partir de las características de los emisores/receptores, su número y el canal utilizado. El debate se ha enriquecido a últimas fechas,

## Capítulo I: El marco teórico de la comunicación y de Facebook

gracias a la inclusión de factores como el rol social, la cultura y el modo en que los participantes construyen sus mensajes a partir del conocimiento que tienen del otro.

Lo que hemos expuesto anteriormente significa que la comunicación interpersonal, es la que se da entre dos personas las cuales están físicamente próximas. Cada una de ellas produce mensajes que son una respuesta a los mensajes que han sido elaborados por los emisores, con retroalimentación inmediata en caso de comunicación oral. Por el cual, el ser humano interactúa con otros. La comunicación interpersonal también se llama comunicación bidireccional ya que en esta se lleva a cabo un proceso de intercambio de información, sentimientos y emociones entre personas.

- *Comunicación grupal*: El mensaje viaja de una persona (un orador) a varias personas que escuchan, que es lo que llamamos una conferencia, un discurso público o un discurso público. Esto generalmente ocurre a través de conferencias científicas o religiosas, reuniones masivas o manifestaciones políticas, y hablando en lugares públicos a unas pocas o muchas personas. Por lo general, la comunicación grupal se caracteriza por lo formal, el lenguaje oficial y la claridad de voz.

A menudo, los oyentes no pueden interrumpir al hablante, pero pueden expresar su aprobación o desacuerdo, aplaudiendo o moviendo la cabeza, o por otro lado, alejándose de él o haciendo voces que expresen descontento con su discurso.

Para Santos García, la comunicación los grupos es “se forman cuando dos o más personas perciben o creen que algo se puede lograr por medio de la acción conjunta, y no por la acción individual” (2012: 23).

- *La comunicación de masas*: Es uno de los conceptos asociados con los medios de comunicación. Expresa el proceso de transmitir mensajes, información, ideas y conocimientos a la mayor público posible utilizando un medio capaz de eso, como la televisión y la prensa, pero las redes sociales se consideran como uno de los mejores medios para comunicar su contenido a un gran número de personas al mismo tiempo. Según Santos García la comunicación masiva es:

La comunicación orientada a las masas se caracteriza por poner en circulación mensajes para una gran cantidad de receptores cuyo número resulta impreciso. Sólo puede establecerse que se trata de un conglomerado, y la comunicación diseñada a éste se opone por completo a los intercambios mucho más íntimos y cercanos. En este sentido, como apunta McQuail, si en un grupo reducido todos los miembros se conocen, son conscientes de su pertenencia común, comparten los mismos valores, tienen una estructura de relaciones estable, e interactúan con algún fin”, el concepto masas supone

## Capítulo I: El marco teórico de la comunicación y de Facebook

una colectividad amorfa cuyos miembros no se distinguen entre sí. (2012: 27).

### **2. Las redes sociales**

Las redes sociales son sitios web que desempeñan un papel social a través de Internet al proporcionar un paquete de servicios que fortalecen los lazos de interacción y comunicación entre sus usuarios, y esto se hace para solicitudes de citas y amistad, chats instantáneos gratuitos y la creación de páginas o grupos que atraen a personas de interés común.

En este contexto Ana García (2008:53) afirma que “Las redes sociales como Facebook han aumentado considerablemente...popularidad en los últimos años, Forman parte de la ya tan nombrada web 2.0 como un tipo más entre las miles que pueblen la red”

También se puede definir las redes sociales como un conjunto de aplicaciones tecnológicas que dependen de la segunda generación de Internet, y surgen con el propósito de lograr la comunicación e la interacción entre los usuarios de Internet en todo el mundo, ya sea a través de correspondencia de audio, escrita o incluso visual; Entre las redes más populares están: Facebook, Twitter, Instagram y Skype. La generación de web 2.0, se define por Cobo Romaní y otros (2007: 15) como:

El término Web 2.0 nació a mediados de 2004 y creció hasta ser portada de los principales semanarios mundiales en las navidades de 2006. Este fenómeno tecno-social se popularizó a partir de sus aplicaciones más representativas, YouTube y Facebook, y de la sobreoferta de cientos de herramientas intentando captar usuarios.

Las redes sociales se han convertido en uno de los medios de comunicación más importantes y confiables para muchas personas para la comunicación social, comercial, familiar o científica. Sin embargo, es una espada de doble filo que debe manejarse adecuadamente para obtener el máximo beneficio al mismo tiempo que evitar sus daños.

Por lo tanto, las redes sociales han ayudado a las personas a comunicarse de forma permanente y continua en cualquier momento y en cualquier lugar. Las características de las redes sociales que han sido mencionadas en muchos estudios por varios especialistas en la comunicación son de diversa índole, como las señala (JHÁ Toscano, 2012:25):

Las redes sociales poseen un carácter dinámico determinado por el flujo continuo de intercambios que en las mismas se dan, ese flujo combina elementos emocionales o de soporte social, así como elementos instrumentales o materiales de forma que el intercambio implica diversas unidades de circulación de productos que incluyen



## Capítulo I: El marco teórico de la comunicación y de Facebook

información, alimentos, salud, consejos, apoyo afectivo y muchos otros factores. las redes sociales cuentan con características cuantitativas tales como la cantidad de miembros que la integran (tamaño), la frecuencia con que establecen contactos, el grado de simetría existente en el contacto de los miembros, el tamaño de la red, las características relacionadas con variables como el sexo, la edad, la raza, etc. Igualmente, se distinguen características cualitativas como la amistad, el nivel de intimidad.

Pues, podemos aclarar las principales características de las redes sociales como esta presentado en la siguiente tabla:

Tabla N° 2: Las principales características de las redes sociales

Tamaño	Implica el número de individuos que conforman la red.
Densidad	Se refiere al grado de conexiones entre los miembros, es decir, el grado en el que los miembros de la red se conoce entre sí
Distribución	Se refiere a la localización o ubicación de los miembros de la red.
Dispersión	Distancia geográfica entre los miembros.
Homogeneidad o heterogeneidad	Implica las similitudes o diferencias entre los miembros de la red en función de características como sexo, edad, raza, etc...
Atributos de vínculos específicos	Incluye intensidad (importancia que poseen las relaciones), durabilidad (constancia en el movimiento de la red o si la movilización es en situaciones limitadas), compromiso y carga de la relación

JHÁ Toscano (2012:30-31)

### **3. El Facebook**

El Facebook reúne las características más importantes de la web de hoy día, los cuatros “C” de la web 2.0 que son (compartir, conversar, comunicar y cooperar), todos están presentes en el Facebook, la red que mencionamos anteriormente es un ejemplo concreto de lo que puede hacer la web de la actualidad. Aladdin Elafifi (2015:163) define el Facebook como:

## Capítulo I: El marco teórico de la comunicación y de Facebook

Un sitio de red social, con el objetivo de formar amigos y ayudarles a intercambiar las informaciones, fotos personales, videos y comentarlos. Asimismo, la posibilidad de chatear y comunicarse inmediatamente, así como facilita la formación de relaciones entre personas en un corto periodo de tiempo.<sup>2</sup>

Con la base de lo anterior, podemos decir que el Facebook es un sitio de web gratuito de redes sociales, creado originalmente para los estudiantes de la universidad, pero en la actualidad cualquier persona que tenga un correo electrónico activo tiene el derecho de acceso después de registrarse en esta red, además el Facebook se considera como un medio alternativo de interacción, esta red social es usada por los universitarios para conectarse con amigos o profesores, enterarse de nuevos eventos, usar aplicaciones, crear grupos educativos y subir fotos.

### 3.1. Historia de Facebook

El Facebook es la red social de todas las redes sociales. Nadie duda de que sea la plataforma social más importante a nivel mundial desde que el Internet se popularizó hace más de 20 años. Primero, vamos a presentar una visión general sobre el Facebook en la siguiente tabla, después vamos a explicar un poco como ha sido la historia de esta red social.

Tabla N°3: Visión general sobre Facebook

Creador	Mark Zuckerberg
Industria	Redes sociales y publicidad
Fundación	4 de febrero de 2004
Sede	1 Hacker Way Menlo Park, CA 94025 Estados Unidos
Productos	Messenger y Watch
Capital social	US\$84,127 mil millones (2018)
Empleados	39 651 (30 de junio de 2019)
Filiales	Instagram, WhatsApp, Oculus y Calibra

<sup>2</sup> La traducción del texto original en árabe al español es nuestra.

هو موقع تواصل اجتماعي , يعمل على تكوين الاصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات وصور الشخصية , ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وامكانية المحادثة والردشة الفورية كما يسهل تكوين علاقات في فترة قصي

hu mawqie tuasil aijtimateiin , yaemal ealaa takwin al'asdiqa' wayusaaiduhum ealaa tabadul almaelumat wasuar alshakhsiat ,wmqate alfidyu waltaeliq ealayha wa'iimkaniat almuhadathat waldardishat alfawriat kama yusahil takwin ealaqat fi fatrat qasira.

## **Capítulo I: El marco teórico de la comunicación y de Facebook**

Fuente: <https://fr.scribd.com/document/468096320/facebook>

Continuamos con la historia del Facebook según Torres Salinas (2008: 682)

Que se remonta al surgimiento de Facebook por Mark Zuckerberg en febrero de 2004, a sus años de estudiante en Harvard. Allí creó junto con dos colegas una versión digital e interactiva de Facebook, una especie de anuario de estudiantes que les permitía conocerse. Cuenta que construyó la primera versión en sólo dos semanas y en poco tiempo tuvo un gran éxito. Su web se extendió primero por todas las facultades de Harvard y después por el resto de las universidades norteamericanas, llegando a alcanzar en poco tiempo dos millones de usuarios. Según Zuckerberg este momento de la empresa fue crucial ya que implementaron la mayor parte de las aplicaciones y utilidades que aún hoy se siguen empleando.

Con eso nos parece que el Facebook es una herramienta educativa que ayuda a los estudiantes en su camino académico, porque ha surgido por estudiante, dentro de su universidad y se ha extendido primero a las universidades luego en todo el mundo.

### **3.2. Facebook y jóvenes**

Una vez que Facebook esté abierto a todos, su satisfacción e interacción serán principalmente con el grupo de jóvenes, como la primera plataforma para expresar su creatividad, energía, carreras y educación, y el intercambio de conocimiento y ciencia de todo tipo; Tratan de presentar su experiencia profesional y académica en este campo electrónico de aprendizaje y debate, y de intercambiar opiniones proporcionando suficiente espacio para un debate significativo, basado en la presentación y el uso de los conocimientos científicos.

“Desde su aparición, las redes sociales, tal como Facebook, ha atraído a millones de usuarios, muchos de ellos han integrado este sitio web en sus prácticas diarias. Los jóvenes se están alejando de la primacía de teléfono o de interacción cara a cara a la comunicación basada en textos, especialmente mensajería como método preferido de comunicación instantánea” (Almansa, Fonseca y castillo, 2013:128).

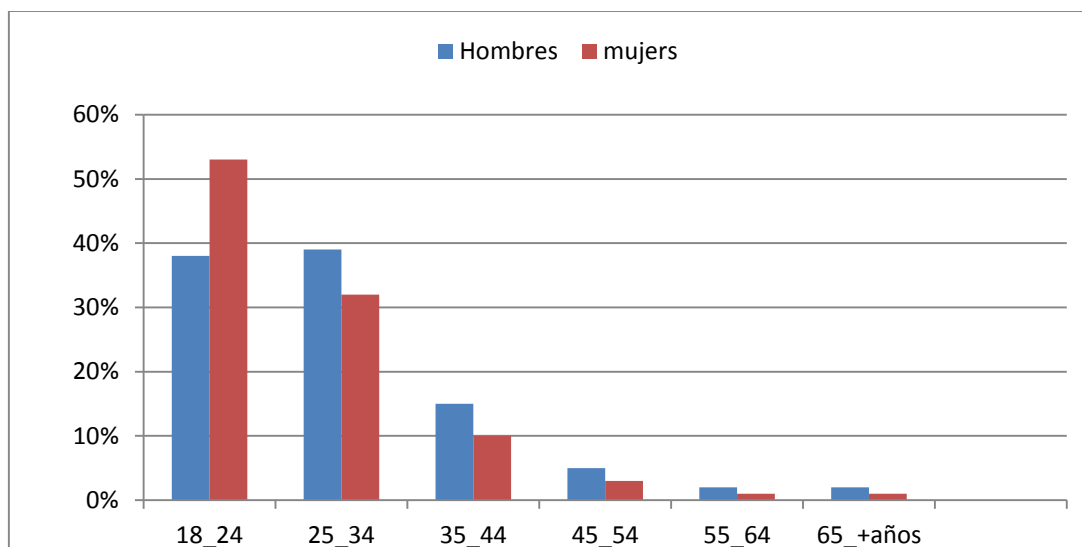
Tales aseveraciones corroboran la idea de que el Facebook ocupa un amplio campo tanto en la vida del individuo como en la sociedad. Las estadísticas indican que la categoría que más utiliza el Facebook es la categoría juvenil, y por consiguiente tanto alumnos como estudiantes universitarios, ya sea en el mundo o en Argelia. Como usuarios de la red de Facebook constituyen un mundo virtual en el que se discuten ideas de modo civilizado y organizado con vistas a buscar y obtener información, que requiere más tiempo y esfuerzo, con más

## Capítulo I: El marco teórico de la comunicación y de Facebook

facilidades, el mejor ejemplo de esto es aprender a través de Facebook, que hace 10 años era solo una idea. Hoy los estudiantes se comunican fácilmente con sus profesores o sus compañeros de clase y reciben la información que necesitan.

Como muestra de ello, a través de la siguiente representación gráfica, notamos que la mayoría de los usuarios de Facebook en Argelia para el año 2017 son jóvenes.

Gráfico N° 1: Sexo y edad de los usuarios de Facebook en la sociedad argelina (2017)



Fuente: <https://www.android-dz.com/ar/facebook-dz-2017/>

### 4. El uso de Facebook para los estudiantes

Cuando hablamos de Facebook y su relación con los estudiantes, hacemos referencia al aprendizaje electrónico que agregó el comportamiento social del proceso de aprendizaje al compartir e interactuar con el elemento humano, lo que ayudó a atraer a los estudiantes y aumentar el deseo de aprender, lo que se mencionó en el estudio de Noura Al-Hazani (2013: 136)<sup>3</sup>que

El uso de la red social en la educación llevó al desarrollo del proceso de aprendizaje, además de influir positivamente en la actuación del docente y

<sup>3</sup> La traducción al español del texto original en árabe es nuestra.

ان استخدام شبكة التواصل الاجتماعي في التعليم ادى الى تطور العملية التعليمية, كما اثر ايجابيا على طريقة اداء المعلم والمتعلم, وبالتالي فالفيسبوك ساهم بدور كبير في المجال التعليمي.

iiin aistikhdam shabakat altawasul alaijtimaeii fi altaelim 'adaa 'iilaa tatawur aleamaliat  
altaelumiaata, kama 'iithr 'iijabiaan ealaa tariqat 'ada' almaelam walmutaealim ,wbitali  
fialfisbuk saham bidawr kabir fi almajal altaelimi.

## **Capítulo I: El marco teórico de la comunicación y de Facebook**

del aprendiz, por lo tanto Facebook contribuyó con un importante papel en el ámbito educativo.

Podemos determinar la importancia de Facebook para los estudiantes a través de diferentes servicios proporcionados por esta red social, que están representados en:

- *Los grupos*: El servicio grupal proporcionado por Facebook se considera uno de los métodos más exitosos que apoyan la educación a través de las redes sociales, donde un profesor o estudiante puede crear un grupo para una clase o materia específica, por lo que estos grupos permiten el diálogo y la discusión sobre temas relacionados con esa materia o cualquier otro tema científico. También, nos proporciona la participación en las conferencias científicas en vivo, además del diálogo con especialistas y académicos para conocer los últimos avances científicos que tienen lugar en el mundo.

- *Publicación de encuesta o cuestionario*: En los últimos años, la encuesta o el cuestionario electrónico se ha extendido entre los investigadores, además entre los estudiantes que preparan sus trabajos de graduación que publican sus cuestionarios en una de las redes sociales, por lo que Facebook ha ofrecido este servicio que ha facilitado muchos trabajos de campo para los investigadores, donde el investigador se comunica con sus sujetos a través de un grupo de Facebook o envía mensajes privados para los miembros de la población de la investigación.

- *Promover la investigación científica*: El estudiante puede mejorar su investigación científica leyendo libros, revistas y artículos electrónicos, donde los estudiantes o profesores comparten enlaces a bibliotecas electrónicas globales en sus páginas personales o en grupos de estudio en Facebook, porque en Facebook se puede proporcionar una gran cantidad de información y descargarla fácilmente.

### **Conclusión**

De ahí, podemos decir que el importante desarrollo de la tecnología de las comunicaciones en el mundo en los últimos años ha traído consigo cambios significativos en diversas esferas. Los sitios de redes sociales como Facebook, que es el más popular y utilizado por los individuos, son el resultado de la facilidad de uso y permitió a muchos usuarios comunicarse e interactuar sobre diferentes temas.

# **Capítulo II: Marco metodológico y análisis del cuestionario**

## **Capítulo II: El marco metodológico y análisis del cuestionario**

### **Introducción**

#### **1. Metodología de investigación**

En este capítulo, presentamos la metodología adoptada en la realización de nuestro trabajo de investigación que consiste en una metodología descriptiva. Para ello, hemos recurrido a la elaboración y administración de un cuestionario con vistas a recoger los datos a han servido para nuestro trabajo.

#### **2. Recogida de datos**

Hemos administrado el cuestionario a 25 en (fecha) en la universidad de Mostaganem.

#### **3. Presentación y descripción de los sujetos**

En nuestro trabajo de investigación, los 25 estudiantes son de segundo curso de master, que se especializan en lengua y comunicación en el departamento de lengua española en la universidad de Abdel Hamid Ibn Badis Mostaganem. Estos estudiantes han estudiado la lengua española durante dos años en la enseñanza secundaria, luego, accedieron a los estudios universitarios tras haber aprobado el bachillerato<sup>4</sup>. Asimismo, estudiaron tres años de licenciatura de lengua española y dos años para el master, en resumen al término de este curso 2019-2020 nuestros informantes contabilizarán 7 años de estudio de la lengua española como lengua extranjera..

##### **- Sexo**

Los dos sexos han participado en este cuestionario, entonces tenemos 07 informantes del sexo masculino y 18 del sexo femenino.

##### **- Edad**

Las personas que han participado en este estudio no tienen la misma edad, podemos dividir nuestro grupo según la edad en dos categorías:

- Entre 23 y 25 años.
- Entre 25 y 27 años.

##### **- Tiempo y lugar**

---

<sup>4</sup> En Argelia el bachillerato es una prueba nacional que permite a los alumnos acceder a los estudios universitarios tras finalizar la enseñanza secundaria.

## Capítulo II: El marco metodológico y análisis del cuestionario

La temporalización de este trabajo se trata de una investigación termina en el presente curso. Entonces, el lugar de esta investigación ha sido en la universidad de Abdl Hamid Iben Badis departamento de lengua española,

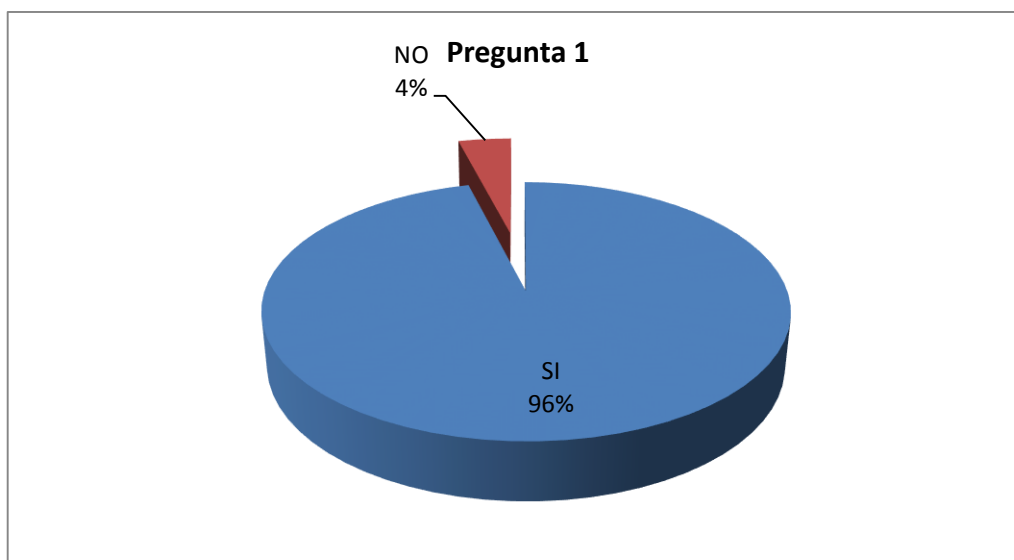
### **4. Presentación y descripción del cuestionario**

Nuestro cuestionario se compone de 14 preguntas dirigidas a los informantes de nuestro estudio. Mediante el diseño del cuestionario abordamos aspectos tanto cuantitativos como cualitativos. Por consiguiente, estas preguntas se relacionan primero con la adhesión de los estudiantes a las redes sociales y a Facebook en espacial, su frecuencia de uso diario y el impacto que tiene el Facebook en su aprendizaje.

### **5. Análisis e interpretación del cuestionario**

Pregunta N° 1: ¿Es usted un usuario de las redes sociales?

Objetivo: informar sobre estudiantes que usan las redes sociales



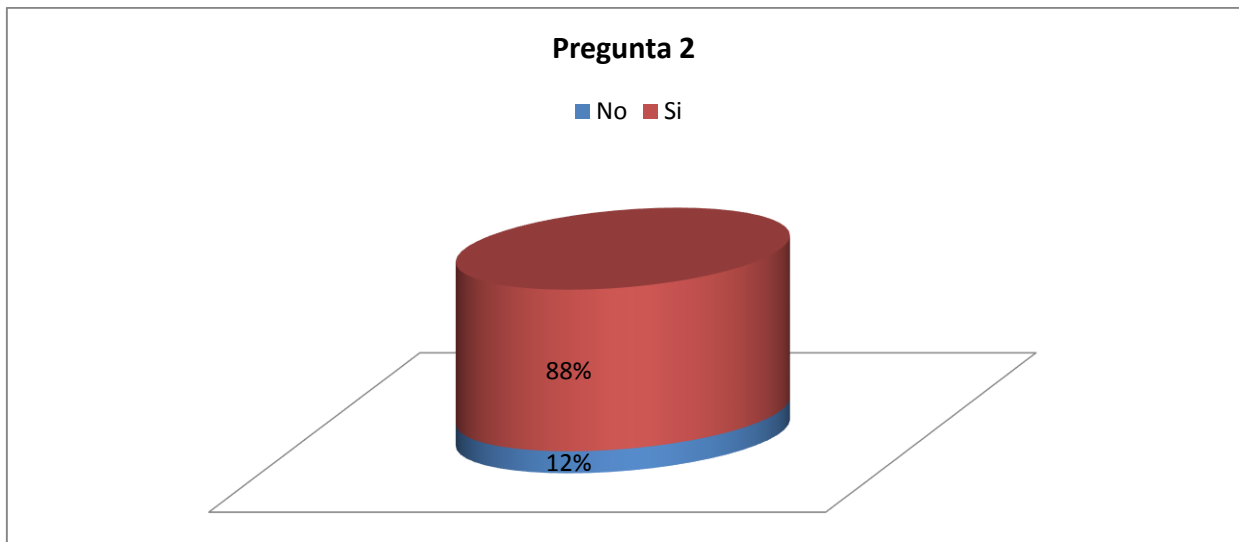
Los resultados referidos a la pregunta siguiente: ¿Es usted un usuario de las redes sociales? Demuestran que la mayoría de los estudiantes dicen si con 96%, y la menoría dicen no con 4% del total de los estudiantes, Esto significa que las redes sociales están extendidas entre los estudiantes de lengua y comunicación del departamento de lengua española, lo cual corrobora la adhesión de dichos estudiantes a las nuevas tecnologías de la comunicación moderna.

Pregunta N° 2: ¿Tiene usted una cuenta de Facebook?

Objetivo: Obtener el porcentaje de suscriptores de Facebook



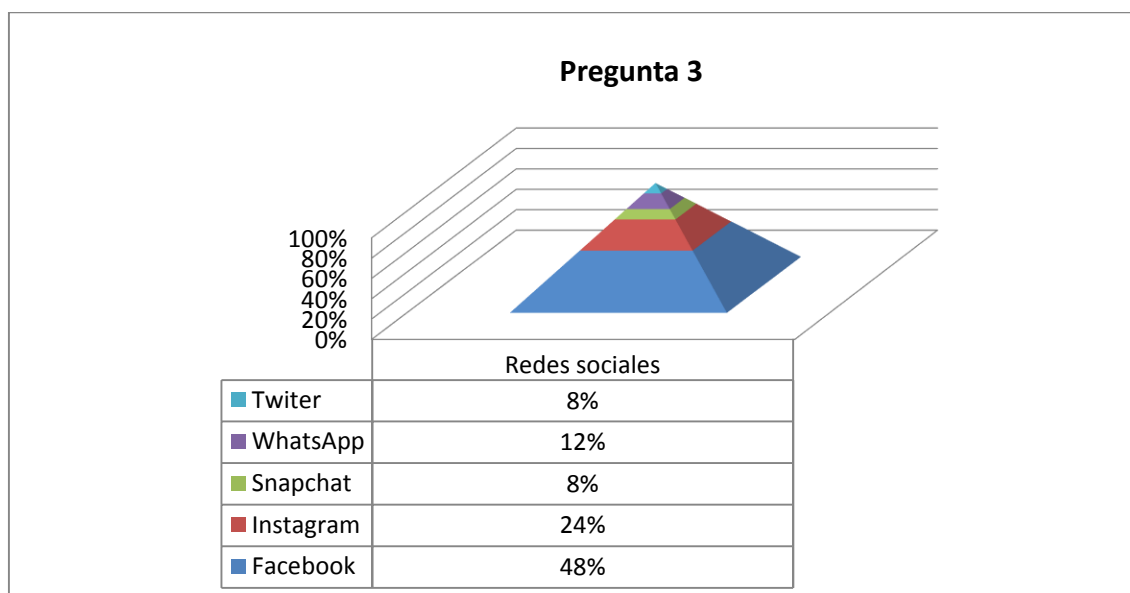
## Capítulo II: El marco metodológico y análisis del cuestionario



A través del resultado de la pregunta ¿Tiene usted una cuenta de Facebook? hemos observado que la mayoría de los estudiantes son afirmativos con 88%, y los otros dicen no con 12%. Es decir que el Facebook es la red social más difundida y utilizada por los estudiantes.

Pregunta N°3: ¿Qué son las redes sociales que más utiliza?

Objetivo: mostrar la red preferida para los estudiantes



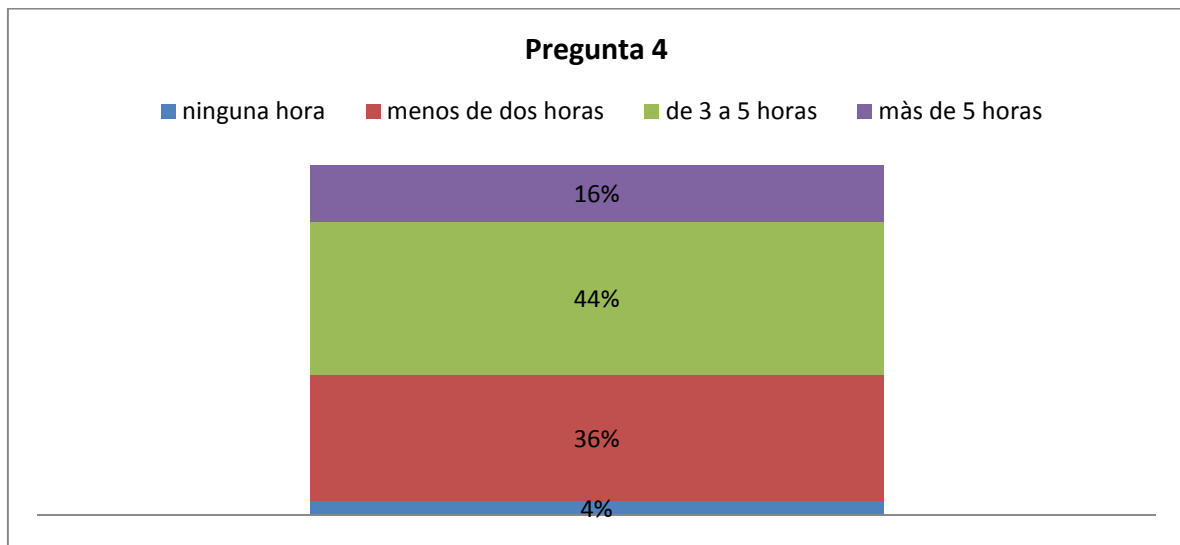
Respecto a la pregunta de respuesta múltiple: ¿Qué son las redes sociales que más utiliza? las respuestas fueron las siguientes: 48% que utilizan más el Facebook, un 24% para los

## **Capítulo II: El marco metodológico y análisis del cuestionario**

estudiantes que utilizan Instagram, 8% de personas que usan Snapchat, 12% de nuestros estudiantes utilizan WhatsApp, y solo el 8% usan Twitter, es decir que Facebook es la red preferida por los estudiantes, debido a su facilidad de uso y la provisión de múltiples servicios que satisfacen las necesidades del estudiante

Pregunta N° 4: ¿Con que frecuencia usa esta red por día?

Objetivo: Indicar cuánto tiempo pasa el estudiante navegando por Facebook al día

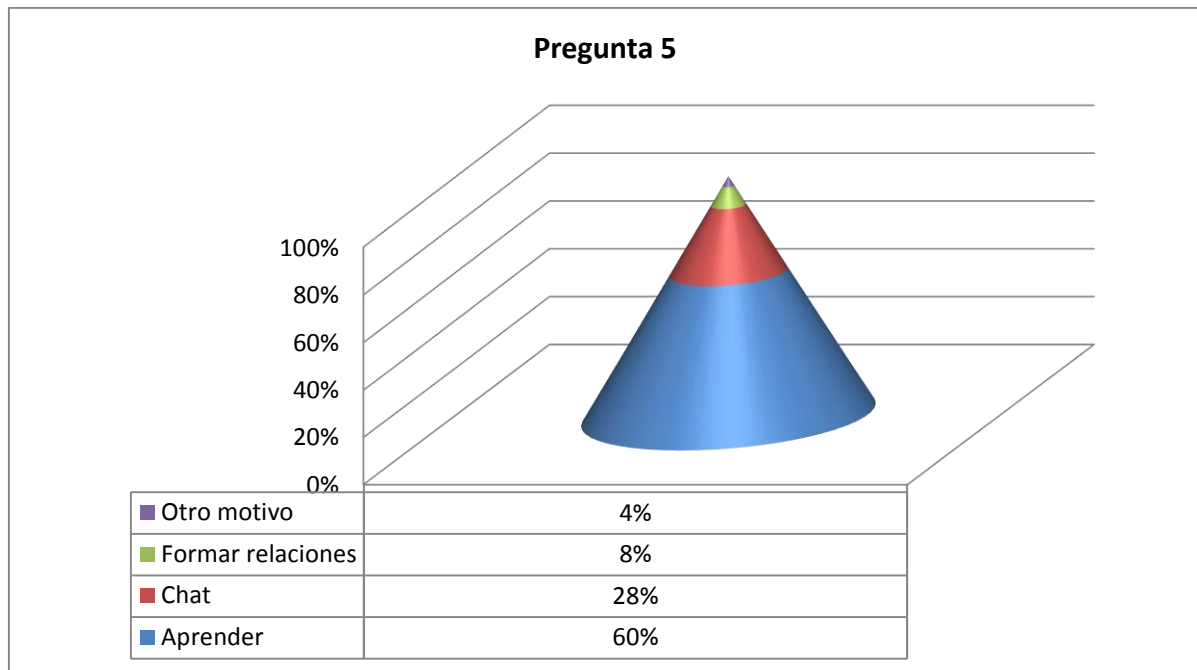


Seguidamente, el resultado de la pregunta siguiente: ¿Con que frecuencia usa esta red por día?, ha sido 44% usan el Facebook de 3 a 5 horas por día, un 36% usan esta red menos de dos horas, un 16% de los estudiantes utilizan Facebook más de 5 horas por día, un 4% de nuestra muestra no tienen cuentas en esta red. Esto significa que los estudiantes pasan un tiempo considerable navegando en Facebook de 3 a 5 horas, y esto hace que navegar por Facebook sea una práctica o comportamiento diario para los estudiantes.

Pregunta N° 5: ¿Para qué utiliza usted el Facebook?

Objetivo: explicar el propósito de usar el Facebook

## Capítulo II: El marco metodológico y análisis del cuestionario

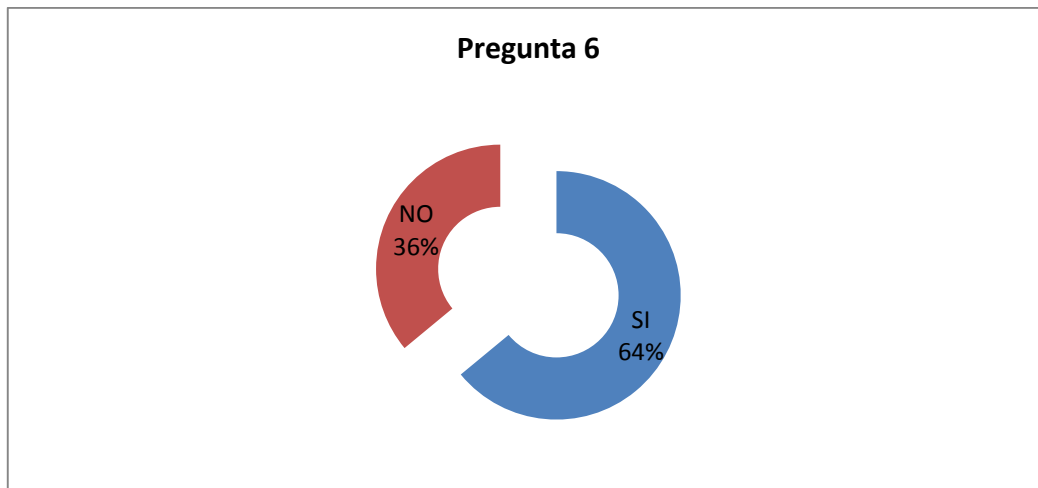


Continuamos con la pregunta, ¿Para qué utiliza usted el Facebook?, se ha demostrado que el 60% de los estudiantes de LE usan Facebook para aprender, mientras que el 28% de nuestra muestra usa el sitio para el chat, el 8% usa esta red para formar relaciones, y solo el 4% usa el Facebook para otros motivos, por lo tanto, la mayoría de los estudiantes usa Facebook con fines educativos, lo que comprueba que los estudiantes consideran el Facebook como herramienta o apoyo para sus estudios universitarios.

Pregunta N° 6: ¿Cree usted que Facebook aumenta su motivación para aprender?

Objetivo: Mostrar Facebook como una herramienta de motivar a los estudiantes a aprender

## Capítulo II: El marco metodológico y análisis del cuestionario

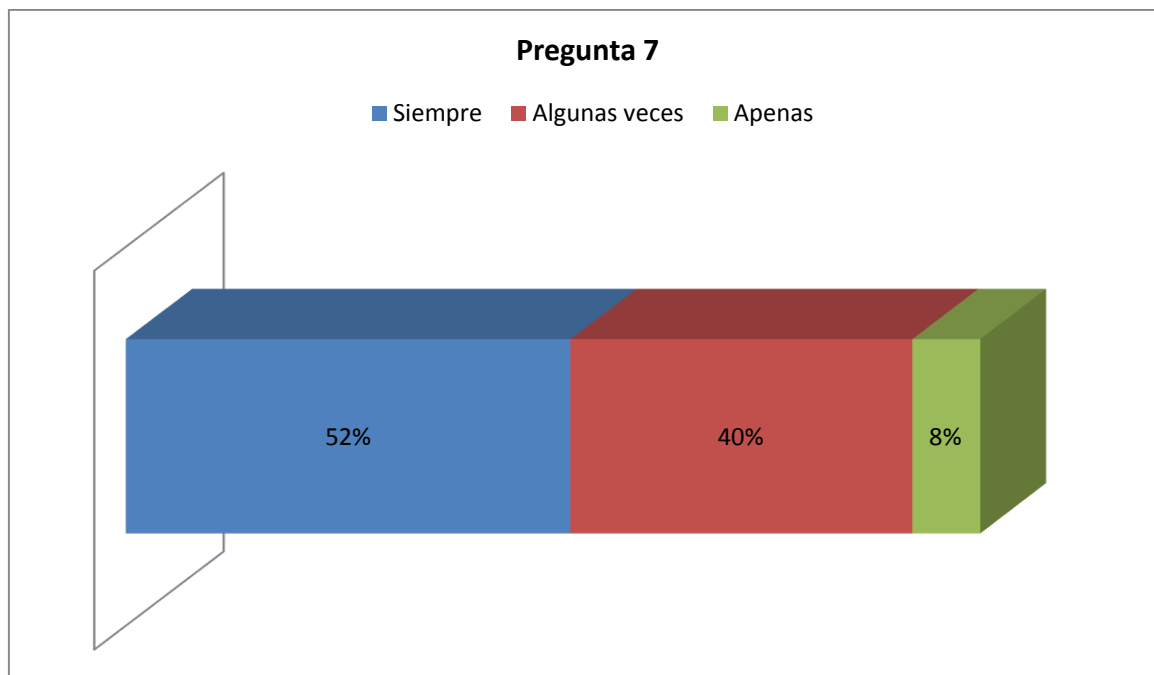


En cuanto a la pregunta: ¿Cree usted que Facebook aumenta su motivación para aprender? Se ha comprobado que el uso de Facebook aumenta la motivación de aprendizaje de la mayoría los estudiantes de español con 64%, debido a las características únicas que el sitio brinda al estudiante a través de la comunicación constante con otros estudiantes o profesores, además de la sensación del estudiante de que está siguiendo todos los desarrollos durante el aprendizaje, mientras que el 36% cree que el sitio no aumenta su motivación para aprender, y la razón de esto puede ser debido a su falta de experiencia en el uso de Facebook o su falta de interés en aprender mediante las redes sociales en primer lugar.

Pregunta N° 7: ¿Cuándo usa el Facebook para aprender?

Objetivo: Demostrar el alcance del uso de Facebook por parte de los estudiantes en el aspecto educativo.

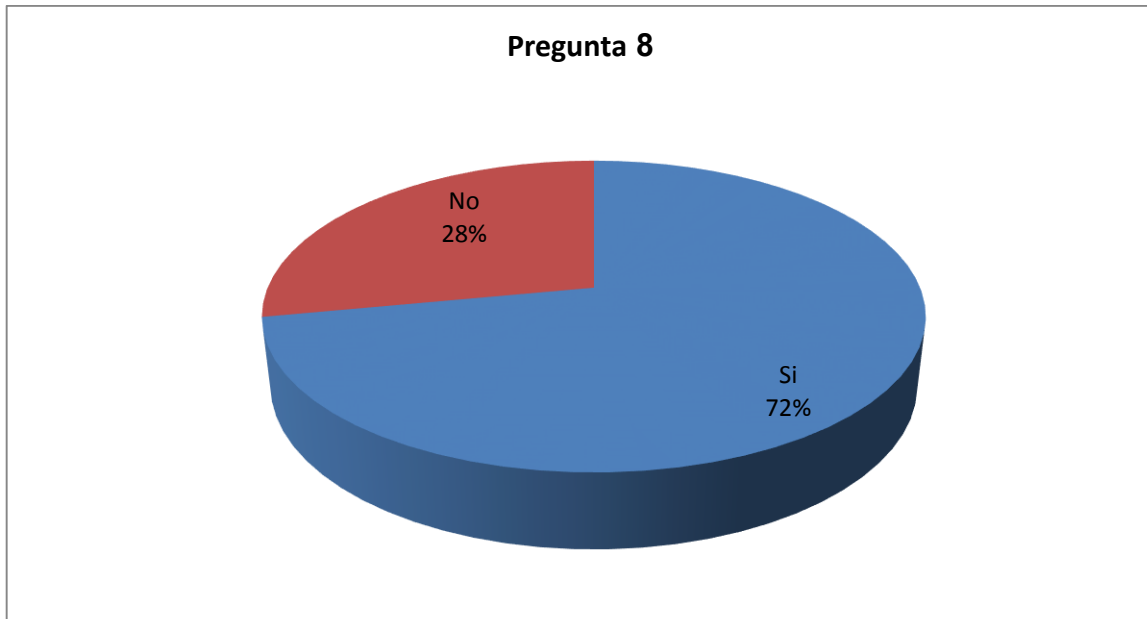
## Capítulo II: El marco metodológico y análisis del cuestionario



Para la pregunta: ¿Cuándo usa Facebook para aprender? El uso de Facebook para el estudio por parte de los estudiantes de español se conforma en tres categorías: El 52% de los estudiantes siempre usa Facebook para aprender, el 40% de los estudiantes usa Facebook algunas veces y el 8% apenas usa Facebook para aprender. Esto se debe a la conciencia que acompaña al estudiante con el progreso de su nivel educativo, donde sus prioridades e intereses cambian, y el estudiante de máster se encuentra en una etapa sensible de su carrera de aprendizaje, donde se le encuentra concentrando todos sus esfuerzos en desarrollarse y obtener información.

Pregunta N° 8: ¿Ve usted que Facebook aumentó su conocimiento sobre tu especialidad?  
Objetivo: Proporcione el porcentaje de estudiantes a los que Facebook ayudó a desarrollar sus conocimientos en su especialidad.

## Capítulo II: El marco metodológico y análisis del cuestionario

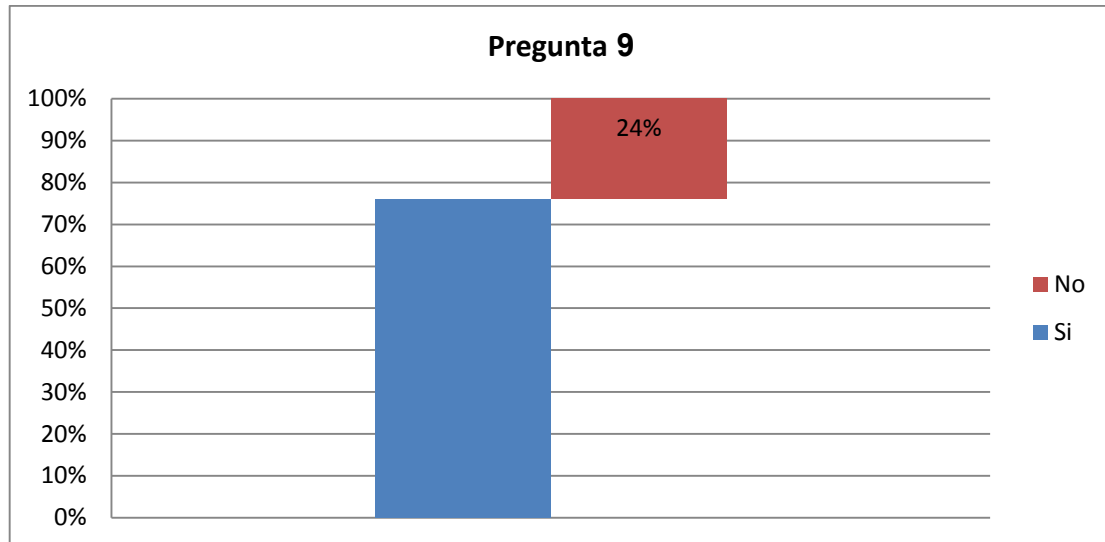


El resultado de la pregunta siguiente: ¿Ve usted que Facebook aumentó su conocimiento sobre tu especialidad?., fue el 72% de los estudiantes de español afirma que el uso de Facebook aumentó su conocimiento de su carrera universitaria, en contraste, el 28% de los estudiantes cree que no aumentó su conocimiento. El sitio se usa generalmente para obtener diversos conocimientos, y este se considera el primer factor para que las personas en varias sociedades usen Facebook, lo que ha sido comprobado por la mayoría de los estudios en este campo.

Pregunta N° 9: ¿Está usted unido a grupos científicos en Facebook?

Objetivo: Llegar al alcance del interés de los estudiantes en los grupos científicos de Facebook

## Capítulo II: El marco metodológico y análisis del cuestionario

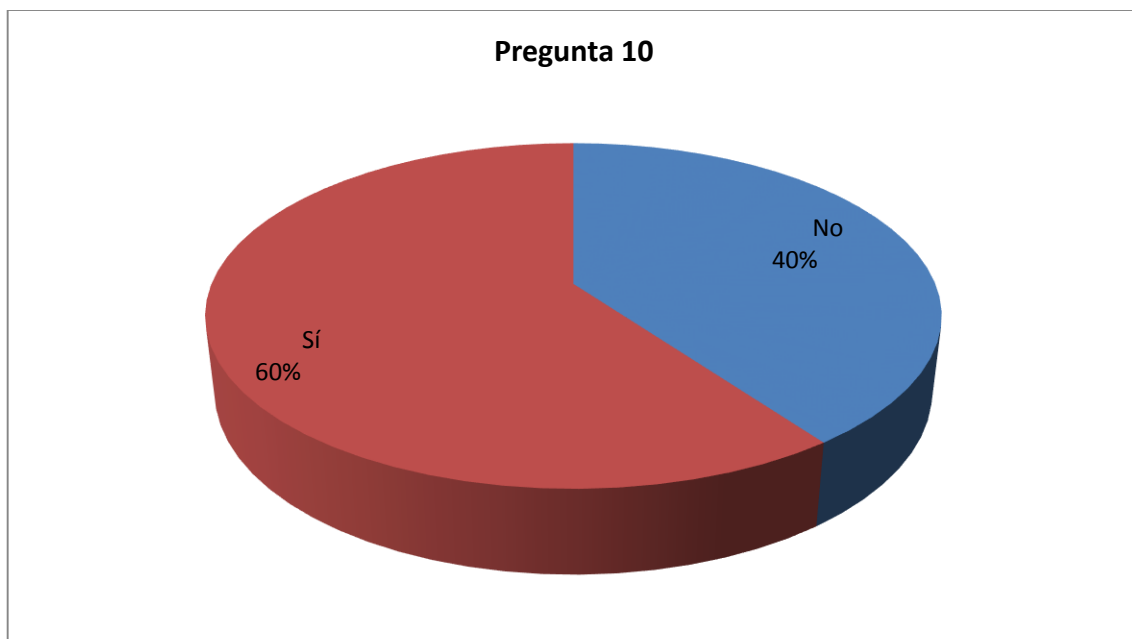


Por lo que se refiere a la pregunta, ¿Está usted unido a grupos científicos en Facebook? Se corroboran los siguientes resultados: el 76% de los estudiantes de español confirmaron su incorporación a grupos científicos de Facebook, dejando al 24% no afiliado a estos grupos.

Los estudiantes que se unen a grupos científicos se deben a varias razones, entre ellas: disponibilidad de nueva información debido a la gran cantidad de publicaciones en grupos, facilidad de uso y facilidad para unirse a estos grupos.

Pregunta N° 10: ¿Ha creado usted un grupo científico sobre tu especialización en Facebook?

Objetivo: Demostrar la importancia de establecer grupos científicos sobre la especialización de Facebook para estudiantes.



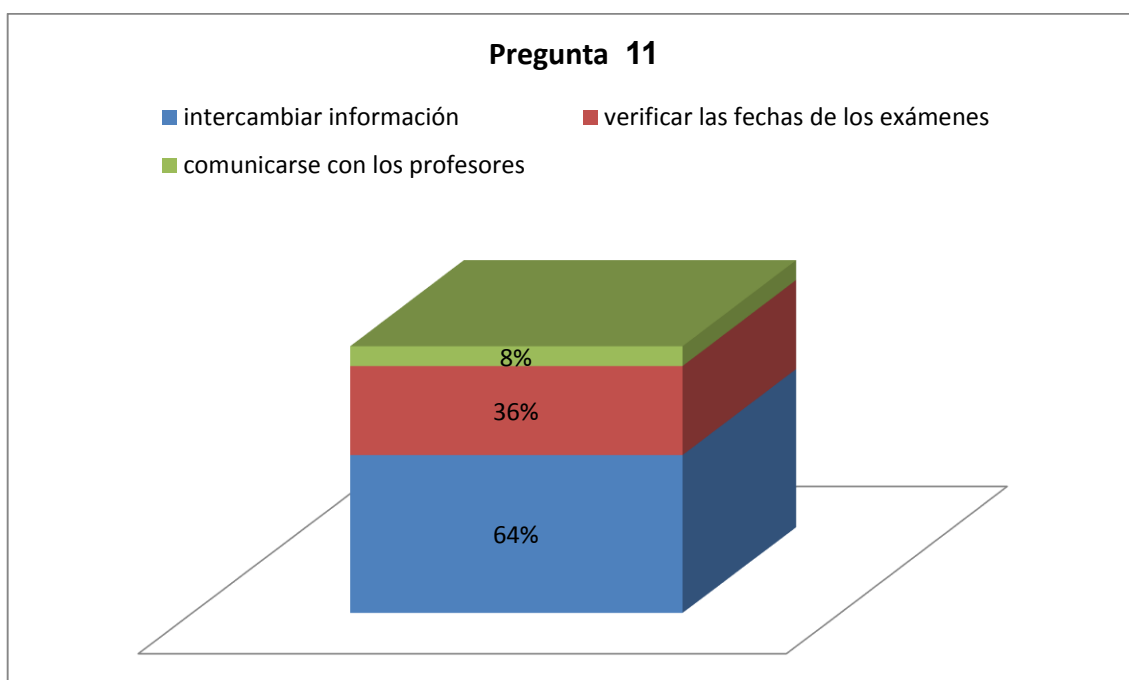
## Capítulo II: El marco metodológico y análisis del cuestionario

¿Ha creado usted un grupo científico sobre tu especialización en Facebook?, esta pregunta ha tenido las siguientes repuestas:

Alrededor del 60% de todos los estudiantes que utilizan Facebook tienen grupos científicos en Facebook acerca de su especialización, mientras que el 40% no lo hizo, lo que explica el gran número de grupos científicos a través de esta red, sobre cada tema encontramos docenas de grupos. Debido a que Facebook es sobre todo una reunión humana para comunicarse, hace que las reuniones de estudiantes en el Facebook sean acto lógico.

Pregunta N° 11: ¿Qué logra usted con el uso de Facebook?

Objetivo: Resalte los aspectos positivos y los servicios de Facebook para el estudiante.



El resultado de la pregunta siguiente: ¿Qué logra usted con el uso de Facebook? Los métodos de los estudiantes de lengua española van más allá para obtener información o facilitar el proceso de comunicación en aras del aprendizaje, según el siguiente orden:

El 64% de los estudiantes cree que Facebook les permite intercambiar información y archivos con compañeros de clase, luego el 36% de la muestra usa Facebook para verificar las fechas de los exámenes y las conferencias, y el último 8% de los estudiantes que Facebook les permite comunicarse con los profesores y, por lo tanto, con los estudiantes. Aceptan todos los

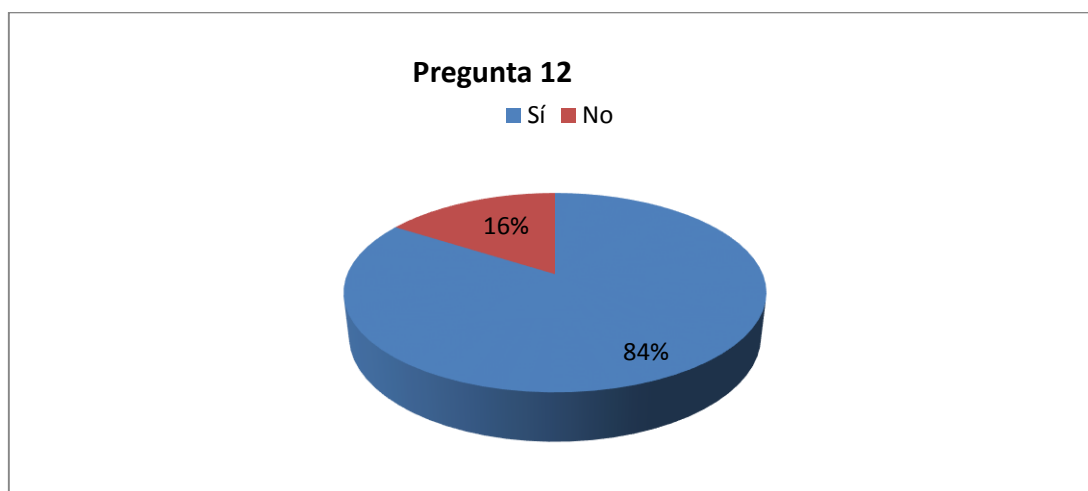


## **Capítulo II: El marco metodológico y análisis del cuestionario**

métodos que les brinda el sitio, especialmente los relacionados con la comunicación a todos los niveles, ya sea con colegas, profesores o personas de la misma especialización.

Pregunta N° 12: ¿Quiere usted beneficiar de más ventajas educativas de Facebook?

Objetivo: Demostrar el deseo de los estudiantes de beneficiarse más de los servicios de Facebook.

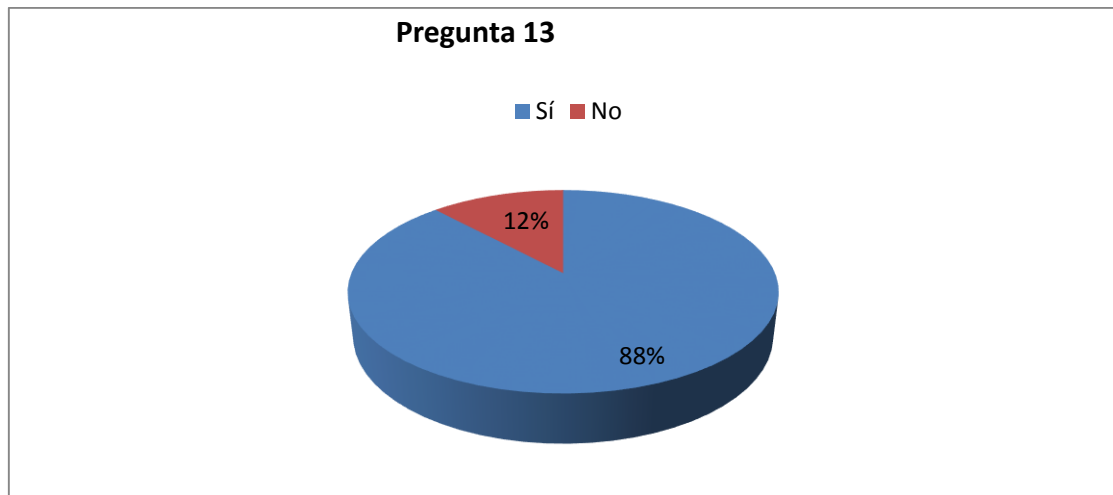


Mediante la pregunta: ¿Quiere usted beneficiar de más ventajas educativas de Facebook? hemos comprobado que la mayoría de los estudiantes de español quieren beneficiar más de las ventajas de Facebook en el aprendizaje en un 84%, y esto confirma la importancia del sitio para los estudiantes, mientras que el 16% de la muestra no quiere beneficiarse de las ventajas de Facebook en el aprendizaje, y esto puede deberse a su falta de interés en aprender a través de esta red.

Pregunta N° 13: ¿Quiere usted que Facebook mejore los métodos de enseñanza para sus usuarios?

Objetivo: Resalte el interés de los estudiantes en aprender a través de Facebook

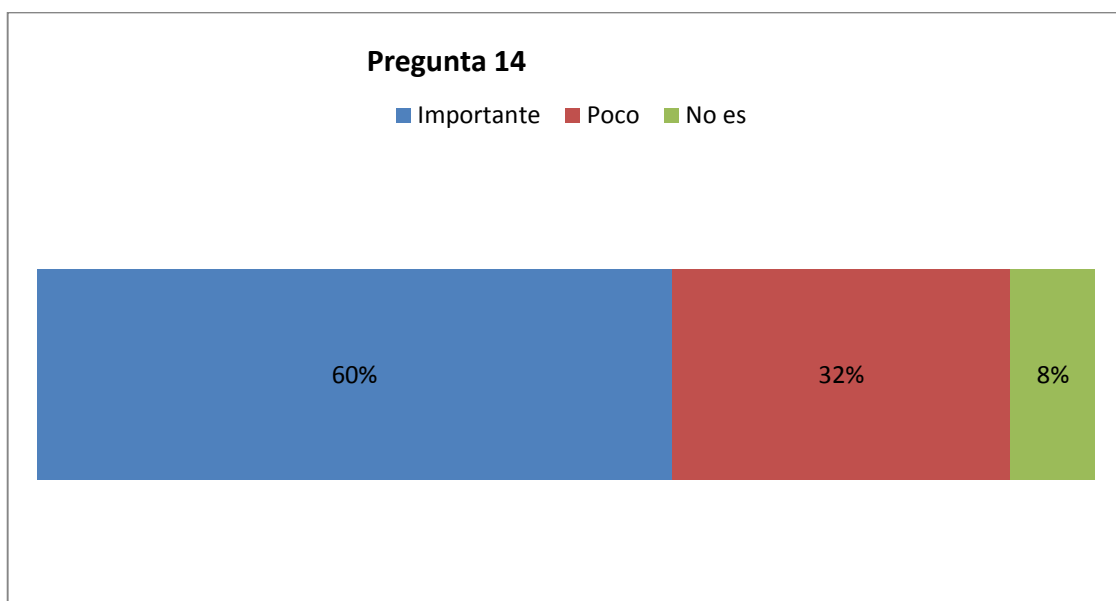
## Capítulo II: El marco metodológico y análisis del cuestionario



El 88% de los estudiantes de español indicaron que quieren mejorar sus métodos de aprendizaje a través de Facebook, creando nuevas formas de aprendizaje en esta red, debido a la gran presencia de estudiantes en Facebook, y por períodos de tiempo importantes, ya que el sitio se ha convertido en una rutina diaria para los estudiantes. En cuanto al 12% de la muestra, no quieren mejorar sus métodos de aprendizaje a través de Facebook, y esto puede deberse a su falta de interés en esta red.

Pregunta N° 14: ¿Qué tan importante le parece el uso del Facebook para los estudiantes universitarios?

Objetivo: Mostrar la importancia de Facebook en la vida de un estudiante universitario



## **Capítulo II: El marco metodológico y análisis del cuestionario**

Con la última pregunta: ¿Qué tan importante le parece el uso del Facebook para los estudiantes universitarios?

Los resultados demuestran que el 60% de los estudiantes de español cree que Facebook es importante para los universitarios, lo que indica el valor de la red para los estudiantes y su gran papel en facilitar la comunicación y obtener información, mientras que el 32% de la muestra cree que Facebook es algo importante, esto también es un indicador positivo de la importancia de Facebook. Entre los estudiantes, el 8% de los estudiantes piensa que no es importante.

### **Conclusión**

Desde lo anterior análisis, el Facebook estimula y facilita la comunicación entre los estudiantes o los profesores, lo que crea una comunicación grupal, Además el Facebook hace relación entre los estudiantes en todo el mundo, lo que crea el intercambio de conocimientos y la riqueza de la información. El Facebook funciona como un recurso muy útil para la colaboración entre estudiantes, lo que permite un espacio y tiempo disponibles para aprender

# Conclusión

## **Conclusión general**

Mediante este estudio sobre el uso del Facebook en estudiantes de ELE, hemos podido resaltar la importancia de utilizar las redes sociales en general y el Facebook en especial dado que el 52% de los encuestados atestiguan que llegan a navegar por la red hasta 5 horas y más de 5 horas por día. Estos resultados nos llevan a concluir que tales redes sociales como el Facebook forman parte integral de las vivencias de los estudiantes y por lo tanto representan un medio que facilita la comunicación y ayuda al estudiante en su camino educativo en la universidad.

Existe un avance en la tecnología y las redes sociales, lo que ha creado la necesidad de pensar en métodos educativos nuevos e innovadores con el fin de seguir el ritmo de este desarrollo y cumplir con los requerimientos del estudiante que se ha vuelto ambicioso por el conocimiento de la tecnología moderna por su amplio impacto en el intercambio de opiniones, discusión e intercambio de experiencias, es una forma divertida, fácil y disponible de modo gratuito.

Como lo hemos comprobado, el Facebook es el sitio más activo y de mayor preferencia de los estudiantes por los beneficios que tiene el Facebook, ya que permite intercambiar conocimientos u obtener fuentes sobre sus estudios, lo que convierte la red en más efectiva y adecuada para el estudiante.

Por tales razones, los estudiantes universitarios deberían usar Facebook más en los aspectos académicos. La necesidad de que la Universidad argelina se interese por esta esfera virtual y la potencie desde el punto de vista académico, ya que es un medio que sirve de apoyo para facilitar el intercambio de información en cualquier momento y en cualquier lugar. También, merece subrayar la necesidad de que los investigadores realicen estudios en este ámbito y sensibilicen sobre la explotación de las redes sociales en el mundo académico.

En resumen, este estudio conduce a un conjunto de consideraciones que podrían incentivar el interés de poner los medios de comunicación al servicio de la educación de modo más oficial y académico, lo cual esperamos que sea de utilidad para futuros trabajos de investigación.

# Bibliografia

## **Bibliografía**

ALADDIN ELAFIFI. (2015): *al'iielam washabakat altawasul al'ijtmeeii alealamia. al'iiskandaria: dar altaelim aljamieiu.*

ALMANSA, O. FONSECA Y A. CASTILLO. (2013): Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. México: Comunicar, n. 40, v. XX, 2013, Scientific Journal of Media Education

ÁVILA-TOSCANO, J.; H. (2012): *Redes sociales y análisis de redes aplicaciones en el contexto comunitario y virtual.* Colombia: Azul y Violeta Editores Ltda.

CARLOS ONGALLO. (2007): *manual de comunicación.* Madrid: Editorial Dykinson S.L.

COBO ROMANÍ Y HUGO PARDO. (2007). *Planeta web 2.0 inteligencia colectiva o medios fast food.* México: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, ,Universitat de Vic.

IDALBERTO CHIAVENATO. (2007): *Introducción a la teoría general de la administración.* México: McGRAW-HILL/ÍTER AMERICAN A EDITORES, S.A. DE C.V.

MARIOLA GARCÍA. (2011): *Las claves de la publicidad.* Madrid: ESIC editorial.

NOURA AL-HAZANI (2013). faeiliat alshabakat alaijtimaeiat al'iiliktruniat fi tatwir eamaliat altaelim w altaelim ladaa talibat kuliyat altarbiat fi jamieat almalik sued. al'imarat alearabiat almutahida.: *majalat al'abhath altarbawia*, n°33.

SANTOS GARCÍA. (2013): *Fundamentos de la comunicación.* México: Red Tercer Milenio.

SOCORRO, M. (2011): *Comunicación oral y escrita.* México: Pearson educación.

TORRES SALINAS. (2008): Mark Zuckerberg, fundador de Facebook en la universidad de Navarra, *El profesional de la información*, vol.17, n°6.681-684. Universidad de Navarra.

## **Fuentes electrónicas**

ANNA GARCÍA. (2008): *Las redes sociales como herramienta para el aprendizaje colaborativo: una experiencia con Facebook.* <file:///C:/Users/cyber/Downloads/Dialnet-LasRedesSocialesComoHerramientasParaElAprendizajeC-3129947.pdf> :

GORGE, O. (2016). *Particularidades sobre comunicación.*

<file:///C:/Users/cyber/Downloads/Dialnet-ParticularidadesSobreLaComunicacion-5761567.pdf>

<https://fr.scribd.com/document/468096320/facebook>

<https://www.android-dz.com/ar/facebook-dz-2017/>

<https://www.elwatan.com/a-la-une/entre-liberte-dexpression-et-abus-reseaux-sociaux-la-controverse-30-10-2018>

MORENO ESPINOZA (2009): *Comunicación efectiva para un logro de una visión compartida.*[file:///C:/Users/cyber/Downloads/Dialnet-](file:///C:/Users/cyber/Downloads/Dialnet-ComunicacionEfectivaParaElLogroDeUnaVisionComparti-3238707.pdf)

[ComunicacionEfectivaParaElLogroDeUnaVisionComparti-3238707.pdf](file:///C:/Users/cyber/Downloads/Dialnet-ComunicacionEfectivaParaElLogroDeUnaVisionComparti-3238707.pdf)



# Anexos

## Cuestionario

Con el fin de elaborar nuestra memoria de master titulada “El uso del Facebook en estudiantes del español como lengua extranjera” nos gustaría que usted pudiera responder a las siguientes preguntas.

1. ¿Es usted un usuario de las redes sociales?

Sí  No

2. ¿Tiene usted una cuenta de Facebook?

Sí  No

3. ¿Qué son las redes que más utiliza?

Facebook  Instagram  Snapchat  twitter  WhatsApp

4. ¿Con qué frecuencia usa esta red por el día?

Menos de tres horas  de 3 a 5 horas  más de 5 horas

5. ¿Para qué utiliza usted el Facebook?

Chat  aprendizaje  formar relaciones  otro motivo

6. ¿Cree usted que Facebook aumenta su motivación para aprender?

Sí  No

7. ¿Cuándo usa Facebook para aprender?

Siempre  Algunas veces  Apenas

8. ¿Ve usted que Facebook aumentó su conocimiento sobre tu especialidad?

Sí  No

9. ¿Está usted unido a grupos científicos en Facebook?

Sí  No

10. ¿Ha creado usted un grupo científico sobre tu especialización en Facebook?

Sí

No

11. ¿Qué logra usted con el uso de Facebook?

Comunicarse con profesores

Verificar fechas de exámenes

Intercambiar informaciones

12. ¿Quiere usted beneficiar de más ventajas educativas de Facebook?

Sí

No

13. ¿Quiere usted que Facebook mejore los métodos de enseñanza para sus usuarios?

Sí

No

14. ¿Qué tan importante le parece el uso del Facebook para los estudiantes universitarios?

No es

poco

importante

muy importante