

**90**  
AÑOS  
1928 - 2018



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE  
VALPARAÍSO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE PERIODISMO  
MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN

**PROPUESTA DE DIAGNÓSTICO DE LECTURA EXTENSIVA Y USO DE LA RED  
SOCIAL INSTAGRAM EN ESTUDIANTES DE 4° AÑO MEDIO PARA GENERAR  
HERRAMIENTAS DIDÁCTICAS INTERACTIVAS DE LECTURA**

**Trabajo de Graduación para optar al grado de Magíster en Comunicación**

Autor: JORGE PINTO ELGUETA  
Profesor Patrocinante: DANIEL JIMÉNEZ CHÁVEZ

Valparaíso, septiembre, 2018

## ***Agradecimientos***

*A todas aquellas almas humanas caritativas  
que me ayudaron durante el proceso,  
en especial a mi profesor tutor Daniel Jiménez Chávez,  
por su trabajo constante y tener siempre una palabra  
de aliento hacia mi trabajo,  
también a esos 18 geniales estudiantes de cuarto medio  
que me brindaron todo su apoyo y confianza,  
a mi familia, por entender mi locura  
y, por sobre todo,  
a Andrea Olguín Rocco, compañera eterna que  
siempre inspiró en mi un “Tú puedes”.  
Gracias Infinitas a todos ustedes.*

## Índice

Resumen .....	8
Problema Comunicacional .....	9
Diagnóstico Fundamentado Conceptualmente .....	15
La Lectura Extensiva .....	16
Aprendizaje Interactivo .....	19
Redes Sociales e Instagram .....	23
Redes Sociales .....	23
Redes Sociales y Educación .....	26
Instagram .....	27
Plan de Acción de la Intervención .....	30
Pregunta de Investigación .....	31
Objetivo General .....	32
Objetivos Específico .....	32
Marco Metodológico .....	32
Cuestionario .....	33

Diseño de Cuestionario .....	
34	
Diseño de las preguntas del cuestionario .....	35
Orden y clasificación de las preguntas .....	
36	
Planilla de actividades vinculadas al consumo de Instagram .....	38
Diseño del Planilla de actividades vinculada al consumo de Instagram .....	
39	
Tipo de ítems en la Planilla de actividades vinculada al uso de Instagram .....	
39	
Cronograma de intervención .....	
40	
Resultados de la intervención .....	
41	
Resultados Cuestionario .....	
41	
Datos Sociodemográficos .....	
41	
Resultados Lectura General .....	
41	
Resultados Frecuencia de Lectura .....	
44	

Resultados con respecto al Colegio .....	46
Resultados Plan Lector .....	48
Resultado Lectura y Redes Sociales .....	51
Resultados Instagram – Usuario .....	53
Resultados Instagram – Uso .....	55
Resultados Instagram – Contexto de Uso .....	58
Resultados Planilla de actividades vinculadas al consumo de Instagram .....	60
Resultados Hora de Uso .....	60
Resultados Tecnología de Uso .....	61
Resultados Lugar de Acceso .....	61
Resultados Solo o en Compañía .....	62
Resultados Acción Realizada .....	62

Resultados Formato de Creación .....	62
Resultados Herramientas de Formato .....	62
Resultados Tipo de Contenido .....	63
Proyección resultados para un plan didáctico de lectura extensiva que incorpore Instagram....	63
Conclusión de la investigación .....	66
Bibliografía .....	68
Anexos .....	73

## Índice de Tabla e Ilustraciones

Gráfico 1 ¿Qué importancia le otorgas a la lectura?.....	42
Gráfico 2 ¿Consideras la lectura una actividad placentera? .....	42
Gráfico 3 ¿Lees libros por iniciativa propia?.....	43
Gráfico 4 ¿Qué te gusta más de los libros?.....	43
Gráfico 5 ¿Realizas a diario alguna lectura?.....	44
Gráfico 6 ¿Piensas que lees bastante?.....	45
Gráfico 7 Tiempo dedicado a la lectura.....	45
Gráfico 8 ¿Dónde acostumbras a leer?.....	46
Gráfico 9 ¿Consideras que la lectura influye en tu rendimiento académico?.....	47
Gráfico 10 ¿Se despierta en el colegio el interés por la lectura?.....	47
Gráfico 11 ¿Se motiva/promueve al lector activo en el colegio?.....	48
Gráfico 12 ¿Con qué frecuencia terminas los libros?.....	49

Gráfico 13	¿Es importante realizar pequeñas lecturas en clases?.....	49
Gráfico 14	¿Lees libros del plan lector en dispositivos electrónicos?.....	50
Gráfico 15	¿Qué dispositivos sueles usar para la lectura?.....	50
Gráfico 16	¿Crees que el uso de redes sociales haría más interesante la lectura?.....	51
Gráfico 17	¿Utilizas las redes sociales para informarte o leer textos de tu interés?.....	52
Gráfico 18	¿Utilizas las redes sociales para seguir algún aspecto relacionado con la lectura?.....	52
Gráfico 19	¿Te conectas a una red social mientras lees algún texto o libro?.....	53
Gráfico 20	¿Comentas lo que lees por las redes sociales?.....	53
Gráfico 21	¿Cuántos perfiles de Instagram tienes?.....	54
Gráfico 22	¿Tu perfil de Instagram es abierto o cerrado?.....	54
Gráfico 23	Si tienes más de un perfil ¿Aquella cuenta es abierta o cerrada?.....	55
Gráfico 24	¿Qué tiene tu perfil de Instagram?.....	55



Gráfico	25	¿Creas/compartes	contenido	
diariamente?.....				56
Gráfico	26	¿Qué	tipo	de
contenido		creas		o
compartes?.....				57
Gráfico	27	¿Qué	elementos	o
acciones		utilizas		cuando
creas/compartes		contenidos?.....		57
Gráfico	28	¿En	qué	dispositivos
utilizas		habitualmente		Instagram?.....
				58
Gráfico	29	¿En	qué	momento
del		día		utilizas
la		plataforma?.....		59
Gráfico	30	¿En	qué	lugares
utilizas		habitualmente		la
plataforma?.....				59
Gráfico	31	¿En	qué	instancias
utilizas		la		plataforma?.....
				60
Anexo 1		Cuestionario.....		73
Anexo 2		Planilla de actividades vinculada al uso de Instagram.....		80
Anexo	3		Tabulación	
Cuestionarios.....				81
Anexos	4	Tabulación	Planilla	de
actividades		vinculada		al
uso		de		Instagram.....
				96

**Resumen:** El actual cambio tecnológico que viven hoy las instituciones de orden social ha acarreado una serie de transformaciones y revoluciones en cuanto a las nuevas formas de practicar el intercambio comunicativo, sobre todo, a partir de las redes sociales. Sin embargo, se evidencia que en educación prácticas como la lectura extensiva no se ha adecuado a los

cambios tecnológicos y ha quedado desprovista de toda renovación en cuanto a los nuevos procesos de intercambio comunicativo, generando que el aprendizaje de dicha práctica sea aún pasivo y que, por lo tanto, no esté al servicio de la realidad comunicativa en la cual están insertos los jóvenes o estudiantes. El objetivo de estudio de esta investigación propone diagnosticar la forma en que desarrollan la lectura extensiva y le dan uso a la red social Instagram un grupo de estudiantes de 4° año de enseñanza media, a fin de proyectar, mediante los datos obtenidos, una o varias propuestas didácticas al servicio del aprendizaje interactivo proporcionado por la red social Instagram.

## **1. Problema Comunicacional**

Desde la irrupción y masificación de internet en las sociedades modernas, las instituciones sociales, tales como la económica, la política y la cultural, han sufrido grandes

transformaciones producto del desarrollo tecnológico gestado por la web. Dicha transformación ha generado a su vez que los procesos comunicativos que transitan por aquellas instituciones, también se vean afectados por el desarrollo en potencia de internet.

Herrera (2005) sostiene que debido al cambio tecnológico y comunicativo que viven las sociedades actuales, es posible constituir nuevas formas de desarrollo social, nuevas prácticas institucionales y nuevas modalidades de construir el conocimiento. A lo mismo, señala éste, ya son varios los autores que hablan de una nueva sociedad de la información o de una sociedad para las nuevas tecnologías.

Sin embargo, si bien las afirmaciones anteriores son válidas, es menester señalar que una de las instituciones sociales más importantes para el desarrollo del conocimiento que no ha sido adecuada a los cambios producidos por el avance tecnológico de la web, por lo que ha quedado relegada a prácticas y paradigmas clásicos que poco tienen que ver con los nuevos avances en el uso de la tecnología web es la educación.

A lo anterior, Herrera (2005) señala que, ante el nuevo avance de la tecnología y el desprovisto progreso de las instituciones educativas, se puede analizar aquella realidad a partir de tres aspectos básicos: una nueva era de la información, un alto índice de fracaso en los niveles educativos y la inercia en la modificación de políticas educacionales y en la actualización de metodologías para la enseñanza aprendizaje.

Pues bien, que las instituciones educativas, sostiene Herrera (2005), no participen del cambio producido por el avance de internet y la tecnología, ha provocado un deterioro en los procesos educativos y el rotundo fracaso de los estudiantes por acceder a las nuevas prácticas de transmisión del conocimiento.

Desde este punto de vista, Rosell y Paneque (2009) señalan que muchos pedagogos han separado los métodos de enseñanza de los métodos de aprendizaje considerando que la enseñanza y el aprendizaje van por carriles independientes. Sin embargo, sostienen, ambos procesos están estrechamente relacionados y no pueden separarse, pues la esencia del proceso de enseñanza aprendizaje radica, fundamentalmente, en la interacción entre el profesor y el alumno, quienes forman una unidad dialéctica.

Ahora bien, el proceso de interacción -comunicativo- que actualmente se evidencia en las instituciones educativas está ideado a partir de métodos de enseñanza que poco espacio les dejan a las nuevas prácticas de comunicación. Sin ir más lejos, Rosell y Paneque (2009) sostienen que desde la ciencia pedagógica no existe un acuerdo universal de cuál es el método más efectivo de enseñanza aprendizaje para el nuevo avance tecnológico, generando que se empleen las mismas metodologías que llevan años aplicándose en el proceso educativo.

Rosell y Paneque (2009) señalan que de las metodologías de enseñanza aprendizaje más usadas por las instituciones educativas se encuentran aquellas basadas en la participación de los sujetos, tales como el método expositivo, en la que el profesor es un agente participativo en la transmisión del conocimiento, mientras que alumno un agente receptivo de lo que el docente le entrega. El método basado en el trabajo independiente, en donde el alumno debe buscar la forma más adecuada para desarrollar una tarea que el docente le ha encomendado. Y el método de elaboración conjunta, en el que se construye conocimiento a partir del diálogo entre el profesor y el alumno. Así mismo, señalan Rosell y Paneque (2009), muy utilizados por las instituciones educativas son también los métodos de enseñanza basados en el nivel de asimilación de contenidos, entre los que se encuentran el método pasivo, centrado en la participación del profesor como agente cognoscitivo que transmite el conocimiento a unos alumnos que solo reciben (de manera pasiva) lo que el docente les enseña y el método activo, en el que los alumnos son el agente activo que aprovecha sus capacidades para generar conocimiento, siendo el profesor tan solo un guía del proceso de enseñanza aprendizaje.

No obstante lo anterior, Herrera (2005) señala, a partir de Beltran (1998), que para evidenciar verdadera participación de los agentes involucrados en el proceso de enseñanza aprendizaje, se deben actualizar y regular factores como la motivación, las creencias, el conocimiento previo, las interacciones, la nueva información, las habilidades y estrategias. Ante esto, si bien existe una intención de utilizar metodologías de enseñanza aprendizaje basadas en procesos interactivos entre el alumno y el profesor, no existe una actualización ni regularización de las nuevas prácticas -digitales- que actualmente desarrollan los jóvenes a diario, por lo que los métodos en los que el alumno es activo o se enfrenta a procesos dinámicos de enseñanza aprendizaje no se condicen necesariamente con los procesos de interacción que utilizan habitualmente éstos.

Con respecto a lo señalado anteriormente, Arruñada (2016) sostiene que en la actualidad vivimos en una sociedad del conocimiento en donde las nuevas tecnologías influyen notoriamente en nuestro comportamiento cotidiano. A su vez, señala la autora, desde que la web 1.0 en la que los usuarios eran meros receptores de la información, evolucionó a la web 2.0 en la que los internautas pueden convertirse en fuente y emisión de la información interactuando a través de las redes sociales, generó que dichas plataformas sean hoy una herramienta en potencia para los nuevos procesos de interacción y transmisión de la información y el conocimiento.

López y Blanco (2017) señalan que, si bien internet ha transformado nuestras vidas, las redes sociales la han revolucionado. Los autores abogan que todo en nuestras vidas gira en torno a la red; el trabajo, el ocio, las relaciones sociales y, por sobre todo, la educación. Por ende, si se pretende transformar las prácticas pedagógicas para que vayan a la par con el cambio tecnológico, no podemos negar el uso que actualmente tienen las redes sociales para los jóvenes pues a través de éstas se están creando nuevas formas de practicar la comunicación y de transmitir el conocimiento. A lo mismo, Ojando (2015) señala que la mayoría de los estudiantes se comunican e intercambian información a través de las redes sociales, por lo que sería importante acompañar el proceso educativo con la incorporación de estas plataformas digitales.

Ahora bien, el cambio tecnológico en los procesos educativos se ha producido desde la incorporación de las TIC (Tecnología de la Información y la Comunicación) a las aulas, sobre todo de enseñanza secundaria, creando espacios y recursos para que el profesorado utilice elementos de índole tecnológico para el uso de metodologías que se acompañen con elementos innovadores desde una perspectiva tecnológica. Sin embargo, el uso de TIC en el aula no ha generado un cambio real y no han sabido adecuarse a los verdaderos cambios tecnológicos que las sociedades actuales sufren, produciendo que muchas veces los docentes se frustren al no tener metodologías claras para su uso, y a su vez, frustración por parte de los alumnos al observar que dichas herramientas no sirven para los procesos de aprendizaje. Ante esto, López y Blanco (2017) indican que las TIC tienen relevancia para los profesores, mejorando en ellos ciertas prácticas que antes eran más tediosas, como escribir en el pizarrón en post de tener

ahora una proyección audiovisual, no obstante, sostienen, la incorporación de redes sociales como herramienta para el aprendizaje sigue provocando un rechazo por parte de los docentes.

Hacer lo mismo que antes, pero con ordenadores no es innovación, sostienen Aliaga y Bartolomé (2006). El emplear una red social al aula necesariamente debe ir vinculada a una nueva forma de enseñar. Pero, lo realmente cierto es que incorporar las redes sociales al aula ya es una verdadera revolución pedagógica, pues supone usar una plataforma que necesariamente los jóvenes utilizan para el ocio a una herramienta que se maneje con fines pedagógicos. El cambio puede ser una verdadera revolución, por lo que reviste ciertas consideraciones a la hora de su incorporación en las aulas.

Chile no queda exento del cambio tecnológico que se está viviendo a nivel global. Es evidente que el consumo de aparatos tecnológicos ha subido vertiginosamente en los últimos años y que se están generando, a raíz de lo mismo, nuevas prácticas entre los nativos digitales. Según antecedentes de Ipsos (2016) los jóvenes lideran en consumo digital, siendo las redes sociales las plataformas digitales más utilizadas por éstos. Ya en Chile, señala un estudio de Injuv (2015), el 85% de los jóvenes de nuestro país utiliza internet todos los días y lo hace, principalmente, a través del teléfono móvil.

Así mismo, datos arrojados por la encuesta CADEM realizada el año 2018 en nuestro país, sostiene que el 81% de los chilenos dice contar con un smartphone. Por otro lado, encuestas como Google Consumer Barometer del año 2017, arrojan que el 82% de los chilenos cuando debe buscar información lo hacen preferiblemente a través de internet y que el 74% de los mismos, prefieren realizar sus trabajos académicos o tareas de manera digital. Con respecto a lo mismo, una encuesta realizada por Facebook Ad Manager en junio del año 2018 en Chile, arrojó que en nuestro país se cuenta con la cifra de 6,8 millones de usuarios de Instagram, siendo el 48,1% del total de todos los usuarios de internet. A su vez, en la misma encuesta se señala que los jóvenes lideran en consumo digital cuando se refiere a Instagram, por lo que son los principales usuarios en dicha red social, quedando Facebook, Youtube, Twitter u otra red social para usuarios de edades mayores. Por lo tanto, si consideramos los procesos de interacción digital que desarrollan hoy los jóvenes estudiantes a partir de las redes sociales,

Instagram aparece como una de las plataformas web que cobra mayor importancia a la hora de desarrollar prácticas pedagógicas innovadoras.

Aún así, es menester señalar que Chile no cuenta, al igual que muchas naciones, con un plan pedagógico emanado por el Ministerio de Educación (MINEDUC), en el que se incorporen las nuevas herramientas tecnológicas, tales como las redes sociales, para el uso o desarrollo de metodologías de enseñanza aprendizaje. Si bien, es posible encontrar herramientas tecnológicas que apoyen el proceso de aprendizaje de los alumnos en el aula, como por ejemplo ciertas funciones de interacción audiovisual entre un alumno y una herramienta propiamente tal, no existe un desarrollo metodológico para el aula que incorpore el uso de las plataformas digitales más utilizadas por los jóvenes como lo es Instagram.

Así mismo, es posible observar que aunque se busque incorporar herramientas tecnológicas que ayuden a procesos de enseñanza aprendizaje en el aula, tales como programas para instruirse en operatorias matemáticas o jugar y aprender de manera didáctica las partes del cuerpo humano, no existe en la práctica un desarrollo de metodologías, aunque sea con herramientas tecnológicas, en las que se practique la interacción entre el alumno y el profesor.

Con respecto a lo anterior, es posible observar que en las aulas de nuestro país, una de las prácticas pedagógicas de mayor importancia para la formación inicial y secundaria es la lectura. Dicha práctica supone el desarrollo de ciertas habilidades transversales que deben manejar los estudiantes para su futura preparación universitaria. El problema surge cuando nos damos cuenta que la enseñanza de la lectura en Chile no está al servicio de los avances tecnológicos, por lo que la gran mayoría de los métodos de enseñanza y práctica de la lectura en el aula, no funcionan sobre la base de un paradigma activo ni interactivo.

Cuando se hace referencia a prácticas de lectura en el aula de nuestro país, cabe destacar los dos procesos de lectura que se llevan a cabo con los estudiantes. El primero un trabajo metodológico de carácter lingüístico en el que el texto se utiliza para enseñar habilidades propias de la lengua (sintaxis, gramática, semántica, etc.) y un segundo trabajo metodológico de carácter placentero, es decir, utilizar los textos para que los alumnos disfruten de la lectura y desarrollen habilidades a partir del goce estético que produce un texto, sobre todo, literario. Ambos procesos de lectura están ligados al trabajo pedagógico de un texto en el aula, pero se

advierde que en Chile cada vez dichos procesos quedan más obsoletos debido a la poca transformación y adecuación de las metodologías y los procesos didácticos utilizados en el aula en post de las nuevas formas de practicar la lectura por lo estudiantes debido al avance tecnológico.

Pues bien, de ambos procesos de lectura -uno ligado a lo lingüístico otro ligado al goce estético- el segundo, vale decir, la lectura por placer o lectura extensiva en la jerga lingüística es el que menos interacción profesor-alumno tiene en los procesos educativos. Para idear dicho proceso de lectura, en nuestro país los colegios o liceos formulan un plan lector a partir de literatura que consideran deben leer los alumnos durante el periodo lectivo. Una vez formulado dicho plan lector, el alumno debe ir desarrollando la lectura de los libros en su hogar considerando siempre que en algún momento determinado será evaluados por el docente que imparte la cátedra de Lenguaje y Comunicación, ya sea mediante una prueba o a través de algún trabajo determinado. El problema de dicho proceso lector radica en la poca interactividad que tiene el alumno con el profesor o con sus pares al momento de desarrollar la lectura, pues en ningún momento los agentes involucrados -profesor, alumno- tienen la posibilidad de interactuar con respecto a lo que va leyendo el estudiante. La lectura por placer es entonces aún un proceso que carece de innovación y que no se condice con las nuevas formas de interactuar que tienen los alumnos, ni con las formas de buscar y transmitir información que practican hoy los jóvenes.

Ahora bien, el cuestionamiento que surge a priori y considerando lo que he planteado en los párrafos anteriores, es cómo innovar una práctica pedagógica como la lectura extensiva o por placer en estudiantes que están insertos en nuevas formas de interactuar producidas por la web. Pues bien, la respuesta debe dirigirse a fomentar nuevas formas de interactuar en el aula, considerando para aquello los procesos comunicativos que generan las plataformas digitales como las redes sociales, pues son éstas las que están formando nuevos lectores. Para que una práctica pedagógica como la lectura extensiva considere las nuevas formas de desarrollar la lectura se deben incorporar a los planes metodológicos de las aulas las herramientas tecnológicas que más abiertas están a la interacción, pues mediante un proceso de interacción la práctica de la lectura por placer se abre a nuevas posibilidades pedagógicas tanto para el profesor como para el alumno.



## **2. Diagnóstico Fundamentado Conceptualmente**

Cassany, Luna y Sanz (1994) sostienen que la lectura es una de las prácticas más importantes e indiscutibles que proporciona la escolarización. Desde tiempos pasados, en que la lectura se veía como un suceso mágico, hasta nuestros días, se ha considerado que la alfabetización y el posterior aprendizaje de la lectura, es un proceso imprescindible para el desarrollo humano. Así mismo, Cassany et al. (1994), señalan que no es posible concebir una sociedad en la que los individuos no sepan leer, pues esta destreza permite consolidar procesos jurídicos, económicos, laborales, de ocio, artísticos, etc.

A su vez, indican Cassany et al. (1994) de forma implícita se nos ha enseñado cuál es la mejor forma de leer: lenta, rápida, con énfasis, subrayando, etc. Así mismo se nos guía qué tipo de libros son los adecuados para leer: novelas, cuentos clásicos, folletines con tintes históricos, entre otros. Y finalmente, también se nos enseña que no es leer, vale decir, qué prácticas no se condicen con una buena lectura: leer notas, publicidad, informes, redacciones de alumnos, instrucciones, etc.

El problema que plantean Cassany et al. (1994) radica en que la lectura al ser enseñada de una forma particular también sugiere, de manera implícita, dejar de lado ciertas prácticas que no se consideran lectura, sino que una simple decodificación de signos lingüísticos que poco tienen que ver con los procesos complejos que implica la lectura.

Pues bien, con respecto a lo anterior es necesario entonces distinguir qué tipos de lectura diferencian los lingüistas. A esto Cassany et al. señala que White (1983) realiza la primera distinción sobre los tipos de lectura a partir de los objetivos de la comprensión y la velocidad lectora, señalando que existe una lectura extensiva y una intensiva, así como una lectura rápida o superficial y otra involuntaria. Para White (1983), sostienen Cassany et al. (1994), leemos extensivamente cuando lo hacemos por placer -una novela, un ensayo-, intensivamente cuando leemos un informe o una nota de un alumno. A su vez, leemos de manera rápida cuando hojeamos un texto o un libro y de manera involuntaria cuando nos enfrentamos a un texto sin previo aviso, como por ejemplo una publicidad en la ciudad.

Cabe mencionar que al día de hoy si bien los lingüistas han ido desarrollando nuevos avances sobre el proceso lector y los tipos de lectura, es la distinción de White (1983) una de las más utilizadas en las aulas escolares de nuestro país, por lo que se trabaja en base, sobre todo, de la lectura intensiva y extensiva, por ser estas las que permiten desarrollar, por un lado, habilidades lingüísticas (lectura intensiva) y, por otro lado, placer por la lectura (lectura extensiva).

Como ya mencioné en la problematización, interesa particularmente para la presente investigación, interiorizar en el concepto de la lectura extensiva, por ser esta una práctica que en las aulas de nuestro país ha quedado ajena al cambio tecnológico que viven hoy las sociedades y que podría abordarse, perfectamente, sobre los principios metodológicos de un aprendizaje interactivo.

## **2.1 La Lectura Extensiva**

Rodrigo (2013) señala que la Lectura Extensiva es una de las formas más efectivas de aprender una lengua e implica leer en abundancia con el objetivo de disfrutar y comprender lo que se está leyendo. A su vez, sostiene, el profesor tiene un papel fundamental en el proceso de la Lectura Extensiva, pues éste debe ser un guía y modelo, a diferencia de lo que habitualmente estamos acostumbrados a ver cuando se trata de lectura por placer.

Los fundamentos de la Lectura Extensiva para Rodrigo (2013) se encuentran en el principio de que a leer se aprende leyendo. Para la lingüista es un hecho que aquellos que leen más leen mejor y la teoría ha demostrado, señala, que la práctica de la Lectura Extensiva es una herramienta poderosa para mejorar las habilidades de una lengua.

Robb y Susser (1989) definen a la Lectura Extensiva como la lectura de grandes cantidades de textos para comprensión global o general con el objeto de sentir placer por la lectura que se lleva a cabo. Por su parte, Nuttall (1996) sostendrá que la práctica de la Lectura Extensiva es una de las maneras más efectivas de mejorar las habilidades y destrezas lectoras de los estudiantes. Para este autor, el principio de la lectura extensiva es ir motivando a los estudiantes a desarrollar mejores habilidades lectoras para que a futuro vayan adquiriendo el placer de leer textos de mayor complejidad.

Govea (2011) señala, a partir de Day y Bamford (2002), que existen diez principios que resumen la naturaleza de la lectura extensiva:

a) el material a leer debe ser fácil, es decir no revertir en frases y metáforas complejas.

b) los lectores deben estar expuestos a una variedad de textos distintos.

c) los estudiantes deben escoger lo que desean leer.

d) los estudiantes leerán cuanto les sea posible.

e) el propósito de la lectura debe ser necesariamente el placer de la lectura o la comprensión global del texto.

f) leer es en sí mismo la recompensa para el estudiante.

g) los estudiantes tienden a leer rápido.

h) cuanto más se ajuste el texto a los intereses personales del estudiante, mejor será el proceso de lectura.

i) se puede leer sin la dependencia del diccionario.

j) el contexto situacional ayuda a comprender mejor el texto.

Así mismo, Govea (2011) señala que la lectura extensiva es una muy buena alternativa para despertar la motivación de los estudiantes y centrarse, específicamente, en el estudio estético del texto, dejando de lado solo el análisis lingüístico del discurso, el cual ha sido la tónica de la enseñanza y la práctica de la lectura al interior de las aulas. A su vez, sostiene Govea (2011) la lectura extensiva promueve una actitud positiva a la lectura orientando y motivando a los estudiantes a desarrollar habilidades lectoras que se apoyan de sus propios intereses y gustos.

Sin embargo, sostendrá Gutiérrez (2009) la lectura no es solamente un conjunto de procesos cognitivos de comprensión, sino que es un hecho psíquico que se materializa en una serie de habilidades que se producen a partir de factores sociales. Para Gutiérrez (2009) la lectura más

que un proceso mental es un proceso social en el que la decodificación o cualquier intento de comprensión textual está sujeto a la interacción social.

Los postulados de Gutiérrez (2009) posibilitan el comenzar a analizar que la lectura extensiva, al ser considerada como un proceso en el que el estudiante debe desarrollar habilidades de manera solitaria, sin la intervención de otra persona (no me refiero solo al docente) deja entrever que se observa a ésta -la lectura extensiva- solo como un proceso mental y no como una práctica social o comunicativa.

Para Gutiérrez (2009) comprender la lectura como un proceso cultural o social es entenderla como una práctica que sufre de constantes tensiones entre los significados y los sentidos que circundan a la comprensión lectora. Sobre esta perspectiva, Gutiérrez (2009) señala que es necesario identificar cuáles son, a partir del contexto histórico, los sentidos dominantes de significación e interacción que circulan por una sociedad determinada, pues de esta manera podremos dar cuenta de cuál es el lector vigente en un ecosistema comunicativo delimitado. A esto, sostendrá Gutiérrez (2009) no hay que olvidar analizar los elementos tecnológicos que invaden a las sociedades contemporáneas, no en un sentido apocalíptico como varios se dedican a enunciar, sino que como herramientas que materializan la racionalidad y forman nuevos procesos cognitivos, por lo que hay que considerarlos, por sobre todo, ante los procesos de lectura.

Gutiérrez (2009) será enfático en señalar que a medida que podamos dar cuenta de los procesos complejos de configuración de las nuevas tecnologías como modos de comprender los nuevos comportamientos de la sociedad y como ejercicio de las relaciones integradoras de las interacciones humanas, seremos capaces de identificar el nuevo perfil de los lectores en las sociedades contemporáneas. Para el autor, se trata de ver como la tecnología penetra en las formas en las que se desarrolla ahora la lectura. Ante esto, sostiene Gutiérrez (2009) no se trata solo de aproximarse a describir los cambios tecnológicos, sino que exponerse a los cambios que las nuevas tecnologías nos ofrecen para desarrollar novedosas formas de practicar la lectura.

Ante lo mismo, Gómez (2013) sostiene que la producción y la recepción de la palabra ha cambiado notoriamente. De un proceso lineal y tradicional de alfabetización se ha pasado a un modelo multimodal e interdisciplinario. Para la teórica, este nuevo modelo ha sido estudiado

por psicólogos y pedagogos, dando lugar a que ahora las TICS y las nuevas tecnologías cobren fuerza en los procesos de lectura. A lo mismo, señala Gómez (2013) el crecimiento vertiginoso de las plataformas virtuales -redes sociales- deben considerarse a la hora de exponer nuevas metodologías para la práctica de la lectura.

## **2.2 Aprendizaje Interactivo**

Barranquero (2010) señala que a partir de las reflexiones de Kaplún (1993) se comienza a desarrollar una relación entre comunicación y educación. Muy influenciado por el pensamiento de Paulo Freire y por los postulados cognitivistas y constructivistas en el ámbito de la psicología y la pedagogía, será Kaplún (1993) un pionero en el análisis del rol que tiene la comunicación en un contexto educativo.

Para Kaplún (1993) sostendrá Barranquero (2010), el lenguaje es simultáneamente un instrumento de pensamiento y expresión que se relacionan o se vinculan mediante el acto de comunicar, generando nuevos significados y por ende, produciendo aprendizaje de manera recíproca.

De acuerdo con lo anterior, comunicar y educar son dos procesos que se relacionan estrechamente. Sobre esto, Kaplún (1990) señalará que la verdadera comunicación, ya sea personal o masiva, se forja a partir del diálogo o la interacción entre sujetos o comunidades. En otras palabras, la comunicación es la base de la transmisión del conocimiento y si no se practica de forma dialogada, solo se consigue la transferencia unidireccional de información, por lo que comunicar y dialogar supone, para el autor, estar educando.

A partir de lo expuesto, Barranquero (2010) señala que Kaplún (1998) aporta para la teoría de la comunicación el concepto de la “prealimentación” o “*feed-forward*”, definido, por éste, como la “búsqueda inicial que hacemos entre los destinatarios de nuestros medios de comunicación para que nuestros mensajes los representen y reflejen” (Kaplún, 1998, pp.78-79). Sobre este concepto, Barranquero (2010) indica que para Kaplún (1998) en comunicación no debe entenderse que el emisor es el único responsable de la transmisión de información, sino que se deben considerar las percepciones, experiencias, necesidades y aspiraciones del destinatario. Un verdadero proceso de comunicación toma como punto de partida que el

receptor o destinatario está en la punta del proceso generando o inspirando los mensajes que pueda transmitir un emisor.

Por otra parte, el concepto de “prealimentación” acuñado por Kaplún (1998), señala Barranquero (2010), se basa en tomar conciencia del respeto hacia el “otro”, colocándose en el lugar de él, entendiendo su mundo, a fin de poder establecer un diálogo en el que se consideren todos los elementos necesarios que conforman el “territorio del otro”.

Para Barranquero (2010) el concepto de “prealimentación” entonces es un juego dialógico entre el educador y el educando en el que, a través del diálogo, deben conseguir puntos de encuentro y auto-reconocimiento e influenciándose mutuamente.

El concepto que Barranquero (2010) rescata de los postulados de Kaplún (1998) es el punto de partida para comenzar a analizar que en los procesos de comunicación que se evidencian en educación es escaso observar diálogos o practicar metodologías en las que el alumno sea centro del proceso comunicativo.

Así mismo, Aparici y Silva (2011) observan que a partir de la segunda mitad del siglo XX se comienzan a cuestionar los modelos pedagógicos transmitivos caracterizados por su unidireccionalidad y seudobidireccionalidad en los que se encuentra un emisor, embestido de autoridad, transmitiendo una información a un receptor que puede retroalimentar a este emisor, siempre y cuando esté condicionado a un refuerzo por parte del emisor. Pues bien, los autores señalan que varios teóricos apelarán por transformar los procesos de transmisión del conocimiento asumiendo que el diálogo es una característica importante en los procesos de educación.

Aparici y Silva (2011) sostienen que el actual modelo pedagógico no se sustenta. Para los teóricos la escuela de hoy tiene principios de museo, pues se reproduce la cultura de manera pasiva fomentando una cultura escolar que poco se condice con los nuevos tiempos. A su vez, señalan éstos, el modelo actual de educación reproduce prácticas pedagógicas similares a las industriales en las que un producto de entrada debe ser transformado para culminar en un producto final. Este modelo “industrial” sostienen los autores, está en pugna con un modelo de interacción comunicativa que se está gestando y reproduciendo fuera de las aulas, por lo que

seguir apelando al modelo clásico sería contraproducente con la realidad que los alumnos viven luego que salen de la sala de clases.

Pues bien, Aparici y Silva (2011) también sostienen que el modelo hegemónico de comunicación que ponen en práctica los medios convencionales de comunicación y el sistema educativo trabaja sobre la base del “*feed-back*”, la relación que se produce entre un emisor, un mensaje y el receptor y la retroalimentación que puedan hacer ambos agentes. Este modelo, sostienen, parte desde los medios de comunicación a partir de fidelidad de las audiencias hacia un medio en particular, en el que el receptor o los receptores recibían la información de manera pasiva y se transmite a los modelos de educación en el momento que la información considerada oportuna de aprender debía ser transmitida a unos receptores que confiaran en un emisor que tiene la autoridad para comunicarla. El modelo del “*feed-back*” debe considerarse, indican los autores, como precursor de los modelos pedagógicos de transmisión del conocimiento, sin embargo, dicho modelo comienza a desmoronarse debido a los actuales procesos de comunicación (gestados en gran medida por las nuevas tecnologías) en el que los individuos transmiten y se alimentan de la información entre todos, pasando de un modelo “*feed-back*” a un modelo “*feed-feed*”. En este nuevo modelo los participantes comparten la información y construyen, mediante conexiones, nuevos procesos de interacción.

Ahora bien, Aparici y Silva (2011) sostendrán que con la aparición de la web el proceso de transmisión del conocimiento se dispersa abriendo un campo de posibilidades para la transmisión de imágenes, sonidos, textos etc., provocando una red de interacción del conocimiento que es multidireccional. En este nuevo escenario digital el sujeto puede crear y controlar los procesos de interacción, por lo que en esta red (internet) se presenta un sistema abierto a los interactuantes para que puedan crear e intercambiar información, a fin de construir conocimiento. Sobre esta nueva lógica comunicativa, gestada por el escenario digital, es que los autores hablan de un modelo de “*todos-todos*”, es decir, un modelo interactivo.

Un modelo interactivo, supone para Aparici y Silva (2011) un cambio para el modelo clásico de comunicación, ya que: a) en este nuevo ecosistema los mensajes no se transmiten de manera unidireccional; b) el mensaje ya no es más cerrado, inmutable, intocable o sagrado, sino que

puede ser modificable a partir de quienes lo utilizan; c) el receptor es invitado a la creación de los mensajes y éstos tienen mayor sentido desde su intervención.

Para Aparici y Silva (2011) que se pase de un modelo convencional de comunicación a un modelo interactivo en educación puede ser un proceso lento, sin embargo, sostiene, las redes sociales, en buena medida, están acelerando el cambio debido a la cantidad de información y de niveles de interacción que se están produciendo al interior de ellas, por lo que es inminente que estas plataformas digitales serán a futuro precursoras de un nuevo modelo pedagógico.

Sobre lo mismo, Aparici y Silva (2011) sostienen, a partir de Santaella (2007), que la interactividad web permite que podamos acceder a gran cantidad de información a distancia, enviar mensajes sin valores jerárquicos, realizar acciones colaborativas, conectarse con lugares remotos, coexistir en contextos reales y virtuales, e interactuar en procesos de inmersión digital. Para los autores entonces podríamos resumir un modelo de comunicación interactivo en tres principios básicos, a saber:

1. La participación-intervención: participar no es solo responder a un “sí” o a un “no”. Supone interferir, intervenir en el contenido de la información y modificar el mensaje.
2. Bidireccionalidad-hibridación: la comunicación es la producción imbricada entre la emisión y la recepción para co-crear nuevos significados en conjunto.
3. Permutabilidad-potencialidad: la comunicación supone redes de articulación y la libertad de realizar cambios, asociaciones y producir múltiples significados.

Por su parte, Siemens (2011) señala que ya muchos centros educativos están utilizando un modelo interactivo o principios de aprendizaje interconectado, pero desde un nivel inequívoco en lo planeado, pues muchas veces, profesores incorporan plataformas digitales como blogs o *Youtube* para mejorar las experiencias de aprendizaje sin permitir que el alumno interactúe directamente, sino que reciba la información y pueda escribir algún mensaje, no permitiéndole interferir en el contenido de éste. Lo anterior supone que el modelo interactivo se utiliza para recrear prácticas pedagógicas clásicas.



Aparici (2011) sostendrá que con la aparición de la web 2.0 se puede comenzar a utilizar de manera satisfactoria un modelo interactivo. Para el teórico la tecnología web propicia el nacimiento de nuevas dimensiones metodológicas, pedagógicas e ideológicas y es trabajo de las instituciones educativas problematizar con respecto a cómo permitir que el diálogo que se genera en las plataformas de la web 2.0 pueda ser traspasado a las aulas educativas. Para Aparici (2011) en la dialoguicidad entre el educador y el educando, y viceversa, se encuentra la verdadera red de contenidos de información basada en los principios de la interactividad.

## **2.3 Redes Sociales e Instagram**

### **2.3.1 Redes Sociales**

Boyd y Ellison (2007) definen a una red social como un servicio que permite a las personas, en primer lugar, construir un perfil público o semipúblico en un espacio delimitado. En segundo lugar, un sitio en el que se puede articular una lista de usuarios con los que se comparte información. Y, en tercer lugar, como un sistema en el que los usuarios pueden ver la lista de conexiones de otros usuarios y las propias.

Para Herrera (2007) a partir de la tecnología y los procesos de socialización que promueven las redes sociales pueden definirse como “aquellas páginas web en las que los usuarios establecen algún tipo de relación social en línea que desemboca en la aparición de una estructura social” (Herrera, 2007, p.1). Así mismo, Orihuela (2008) establece que las redes sociales son servicios basados en la web y que permiten a los usuarios relacionarse, compartir información, coordinar ciertas acciones y, tal vez lo más importante, mantenerse en contacto, pues a partir del contacto en línea surge la relación de colaboración e información entre usuarios.

A lo mismo, Hütt (2012) señala que en la actualidad ya no se habla de medios de comunicación, sino que de medios de difusión. Se ha pasado, sostiene el autor, de un esquema tradicional a un proceso interactivo, cambiante y dinámico. Para el autor, los medios de difusión involucran tanto a los medios tradicionales de comunicación como a los espacios virtuales, dentro de los que destacan las redes sociales y las numerosas formas de interacción que se establecen entre los grupos de personas con el apoyo de la tecnología. La principal regla, sostiene Hütt (2012) para este grupo de personas es que, justamente, no hay reglas. Los

participantes de estos nuevos espacios pueden decir, sin restricción alguna, lo que les plazca y sin seguir a una línea editorial específica. Las redes sociales entonces se entienden, en primera instancia, como plataformas en las que se permite interactuar a libre disposición.

Pues bien, comprender qué es una red social es también entender las nuevas prácticas discursivas que se gestan en la web 2.0. Hütt (2012) señala, haciendo referencia a Celaya (2008), que una red social puede definirse como lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos. Para Hütt (2012) la red social es ante todo una plataforma virtual que permite la interacción entre los cibernautas, siendo esta cualidad la principal característica que llama la atención para especialistas en comunicación.

Ahora bien, Hütt (2012) distingue tres grupos o clasificaciones de redes sociales:

1. Redes Profesionales: contribuyen a fomentar el concepto de “networking” entre empresas. Permiten desarrollar una amplia lista de contactos de índole profesional, intercambiando oportunidades comerciales o búsquedas de oportunidades laborales. Entre estas redes sociales se encuentran, por ejemplo, LinkedIn, Xing, Viadeo, etc.
2. Redes Generalistas: se caracterizan por tener perfiles similares a la de las redes profesionales, pero con un ritmo de crecimiento distinto, marcado fundamentalmente, por generaciones. El fin de este tipo de redes sociales es ponerse en contacto con personas cercanas o no tan cercanas con el objetivo de comunicarse o compartir fotografías, videos, música, información personal, etc. Entre estas redes sociales destacan Facebook, Instagram, MySpace, etc.
3. Redes Especializadas: son redes que nacen a partir de una actividad social, económica, deportiva o de una materia en particular determinada. Se caracterizan por permitir que los cibernautas puedan satisfacer necesidades inherentes del ser humano o de formar parte de grupos específicos y que comparten ciertas cualidades, características o intereses. Entre estas redes sociales se destacan, por ejemplo, Ediciona, eBuga, CinemaVIP, etc.

Para Flores et al. (2009), y al igual que Hütt (2012), las redes sociales están diseñadas como máquinas sociales que propician relaciones de interacción de todo tipo, tales como situaciones de la vida cotidiana, académica, de ocio, inclusive de conflicto. A partir de la interacción web que generan las redes sociales Flores et al. (2009) y a partir de los postulados de Burgueño (2009), es que clasificarán las redes sociales de la siguiente manera:

## 1. Por su público objetivo y temático

a. Redes sociales horizontales: dirigidas a todo tipo de público y sin una temática definida, como por ejemplo Facebook o Twitter.

b. Redes sociales verticales: se sustentan bajo una temática en común. El objetivo de estas redes sociales es que un colectivo gire en torno a una temática definida. Estas redes sociales pueden clasificarse a su vez en:

-Redes sociales verticales profesionales: dirigidas a generar relaciones profesionales entre los internautas. Entre ellas encontramos a Viadeo, Xing y LinkedIn.

-Redes sociales verticales de ocio: tienen como objetivo congregarse a colectivos que se conecten con el fin de practicar alguna actividad relacionada al ocio, como videojuegos, deportes, fans, entre otros. Destacan Wipley, Minube Dogster, Last.FM y Moterus.

-Redes sociales verticales mixtas: ofrecen a los usuarios y a las empresas un espacio específico para desarrollar actividades profesionales como personales. Destacan Yuglo, Unience, PideCita, 11870.

## 2. Por el sujeto principal de la relación

a. Redes sociales humanas: fomentan las relaciones entre usuarios uniendo a los sujetos según perfil social, gustos, aficiones, lugares de trabajo, viajes y actividades. Destacan Koornk, Dopplr, Youare y Tuenti.

b. Redes sociales de contenidos: se desarrollan relaciones a partir del contenido publicado, los objetos que posee el internauta o los archivos que guarda en su ordenador. Destacan acá Scribd, Flickr, Bebo, Friendster.

c. Redes sociales de inertes: consideradas novedosas dentro del catálogo de las redes sociales. Tienen como objetivo unir marcas, automóviles y lugares. Destaca Respectance.

### 3. Por su localización geográfica

a. Redes sociales sedentarias: este tipo de red social muta entre las relaciones de los usuarios, los contenidos compartidos o los eventos creados. Destacan Rejaw, Blogger, Kwippy, Plaxo, Bitacoras.com, Plurk.

b. Redes sociales nómadas: basadas en la localización geográfica del sujeto. Se componen y recomponen a partir del lugar en donde se encuentre el usuario, los lugares que ha visitado o que desea visitar. Destacan Brighkite, Fire Eagle y Scout.

### 4. Por su plataforma

a. Red social MMORPG y metaversos: contruidos en la base de Cliente-Servidor. Destacan WOW, SecondLife, Lineage.

b. Red social web: basada en una estructura típica de web. Destacan MySpace, Friendfeed y Hi5.

## **2.3.2 Redes Sociales y Educación**

Scroeder (2018) señala que uno de los cambios más importantes para el nuevo siglo es la cantidad de información digitalizada que circula por la web, la cual es accesible mediante las TIC o plataformas digitales. Pérez (2018) sostiene que no se pueden perder de vista dos procesos fundamentales para la era de la digitalización, la que abarca desde finales del siglo XX y principios del Siglo XXI: La “digitalización”, que supone un cambio radical en la forma en que se transmite el conocimiento afectando el modo en que nos comunicamos e interactuamos y, la nueva “cultura de la convergencia”, la que propicia una nueva sociedad

participativa compartiendo contenido a partir de diferentes plataformas generando una inteligencia colectiva. Ambos preceptos (digitalización y cultura de la convergencia) son el escenario sobre el cual se desarrollan las nuevas generaciones, conceptualizados como nativos digitales, generación digital, generación Z, entre otros. Para dichas generaciones, señala Pérez (2018), la red es el lugar habitual para la interacción, hábitos de consumo, patrones de comportamiento, formas de socialización, códigos de comunicación, etc.

Asimismo, Peña, Pérez y Rondón (2010) señalan que las redes sociales forman una estructura social que permite la interacción como nunca se había visto. Sostienen éstos que las personas ahora pueden participar del medio a través de una identidad digital experimentando una colaboración y cooperación de todos los internautas. Sobre estos principios es que para Peña et al. (2010) las redes sociales pueden constituirse como una herramienta didáctica sobre la base de una meta de aprendizaje claramente definida y consensuada entre los participantes de la red.

Para Boyd y Ellison (2007) todo este nuevo contexto digital genera nuevas formas de organización de comunidades en línea y a su vez, nuevas formas de investigación o cooperación. Sin embargo, para los autores llama la atención las pocas experiencias sistematizadas que se tienen sobre redes sociales y educación. Ya señala Haro (2008) que lo primero que sorprende a la hora de buscar información sobre el uso de redes sociales para el ámbito educativo es la absoluta ausencia de éstas en dicho campo. Para muchos profesores, señala el autor, las redes sociales son una herramienta inexistente en el aula.

Peña et al. (2010) observa que las redes sociales se caracterizan por poseer elementos y herramientas que propician el trabajo colaborativo y participativo, sin embargo, la poca investigación sobre el potencial de estas plataformas en educación genera que se deslegitimen entre los docentes, generando inclusive un recelo entre los educadores.

En esta misma línea, Peña et al. (2010) sostiene que debemos entender que las redes sociales son herramientas que brindan, a quienes las ocupan, una serie de posibilidades para el trabajo en equipo propiciando que el aprendizaje pase de pasivo a participativo o activo. Asimismo, generan que los espacios virtuales se conviertan en espacios de cooperación que mediante estrategias didácticas puedan dirigirse al logro de aprendizajes y construcción del conocimiento.

### 2.3.3 Instagram

Ahora bien, es inevitable suponer, tal cual plantean algunos teóricos (como los expuestos en los apartados anteriores) que las redes sociales son actualmente las plataformas que más espacio les han dado a los procesos de interacción. Como se señaló en un punto anterior, un modelo interactivo necesita sustentarse sobre la base de una red de canales en los que todos los participantes puedan interactuar para crear, transformar o cambiar los mensajes. Sobre la premisa anterior es que postulo que las redes sociales son uno de los mecanismos virtuales que permiten establecer dichos canales de comunicación y fomentar la interacción. Y, sin lugar a duda, unas de las redes sociales que más espacio le ha ido otorgando a la interacción a partir del contenido compartido entre usuarios (sobre todo usuarios jóvenes) es Instagram.

Entender en qué consiste Instagram es adentrarse a una de las plataformas más versátiles que existen actualmente. Como ha sido señalado anteriormente, es la más utilizada por las nuevas generaciones, por lo que revierte cierta curiosidad saber por qué Instagram es la red social preferida por los jóvenes y qué función cumple el contenido que en ella circula.

Quintana (2016) señala que la idea originaria de Instagram consiste en compartir fotografías y videos a través de *hashtags* (#) con la idea de que otros usuarios puedan, gracias al *hashtags*, llegar al contenido fácilmente. Así mismo, señala la autora, Instagram se parece a Facebook en el sentido que ambas plataformas admiten compartir fotografías, pero Instagram permite editarlas a través de filtros.

Al parecer lo que Instagram ofrece en relación con otras redes sociales es el poder que tiene el usuario sobre la fotografía (la imagen en cuestión). De Casas, Tejedor y Romero (2018) señalan que desde que apareció el dispositivo móvil que permitía conectarse a internet, las necesidades comunicativas del ser humano mutaron. Las relaciones comunicativas entre usuarios generaron una transformación en este nuevo escenario, en donde ahora se puede producir, crear y compartir contenido variado en tiempo real, desafiando los formatos convencionales de la web. Es en este nuevo escenario que la imagen cobra un sentido importante, pues se posiciona como el objeto que permite generar mayor espacio narrativo entre los usuarios.

De Casas et al. (2018) indican que Instagram nace como red social el año 2010 con la idea de que los usuarios pudiesen compartir sus vidas a partir de fotografías fijas y audiovisuales. Con la masificación del dispositivo móvil conectado a web (*smartphone*) el número de personas conectadas a la plataforma crece de manera vertiginosa, alcanzando desde su nacimiento más de 150 millones de usuarios con un promedio de 55 millones de fotografías y videos subidos al día. Destacan los teóricos, que una característica imperiosa de Instagram es la necesidad de los usuarios de darse a conocer de manera visual a los otros usuarios construyendo una identidad digital que circula a partir de las imágenes. Asimismo, prestan especial atención a los jóvenes ya que éstos confían en que pueden obtener popularidad a partir de las imágenes que comparten.

Para Manovich (2017) Instagram se usa de cientos de maneras diferentes y por cientos de millones de usuarios por lo que tratar de dar una respuesta única a la pregunta de qué es Instagram es insuficiente. Para el teórico, la pregunta debe apuntar a qué ocurre con la historia de los medios a lo largo de los años, pues dicha pregunta es más accesible y revierte ciertas maneras de responderla. Ante esto, Manovich (2017) señala que diferentes elementos de la cultura fotográfica que durante el siglo XIX y XX se gestaron por separado ahora se combinaron en una sola plataforma. Lo que antes se hacía en un cuarto oscuro con materiales especiales y en lugares adecuados para aquello, ahora se puede hacer desde un solo dispositivo y con la ventaja de generar lazos de comunicación mediados por imágenes. A lo mismo, Manovich (2017) señala que el poder sobre la imagen que actualmente posee Instagram hace que sea el medio visual más puro que se tenga entre los seres humanos, pues esta plataforma consigue que mediante la visualidad los usuarios tengan acceso a procesos de comunicación que antes solo se producían con la palabra. Para el autor, la imagen y la evidente transformación de los medios de comunicación ha generado que Instagram se posicione como una nueva herramienta de comunicación que podría tener más importancia que otro medio social debido a la intercomunicación mediada por la imagen.

Llama la atención entonces el uso y la importancia que le han otorgado los usuarios de Instagram a la fotografía. De Casas et al. (2018) señalan que el fenómeno del *selfie* (fotografías momentáneas de rostros) goza de una popularidad sin precedentes entre las nuevas generaciones. Éstos se fotografían constantemente a modo de difundir sus imágenes por

internet, desplazando la imagen a través de una sociedad digital que demanda cada vez más rápido nuevo contenido. Este contenido visual, que ya se advierte como rápido, flexible y dinámico, está generando nuevas narrativas de carácter audiovisual. Van Dijk (2013) sostiene que las plataformas digitales son espacios que promueven la interacción, tales como las redes sociales, pero que actualmente están mediadas en su gran mayoría por dispositivos móviles, lo que generan un nuevo arte de contar historias: el «*storytelling*». Esta nueva forma de contar historias sostiene De Casas et al. (2018), permite conexiones afectivas y emocionales entre los internautas potenciando discursos de reconocimiento social.

En esta misma línea, De Casas et al. (2018) señalan a partir de un estudio realizado por Prades y Carbonell (2016), que los jóvenes prefieren Instagram por cinco motivos en particular: cotillear, almacenamiento, interacción social, expresión y evasión. A su vez un estudio en manos de Lee y otros (2015) señalan que existen motivaciones sociales y psicológicas del por qué los jóvenes prefieren Instagram por sobre otra red social, a saber: interacción social, almacenamiento de fotografías, expresión, evasión y observar qué hacen los demás.

Debido a las múltiples transformaciones tecnológicas, la manera en que nos comunicamos digitalmente ha cambiado. Nuestra natural necesidad de contar historias ahora se ve potenciada por el uso de las redes sociales y debido a la inmediatez que generan dichas plataformas es que la imagen tiene un potencial narrativo sin precedentes. Ante esto es que Instagram se posiciona como una plataforma digital que permite un flujo comunicacional debido al «*storytelling*» como una herramienta y estrategia para compartir historias y relatos personales.

A lo mismo, Pérez (2018) señala que Instagram es la red social que más crece actualmente superando inclusive a Facebook y a Twitter a partir de estudios realizados por Global Web Index de 2017. El potencial de la fotografía, lo audiovisual y la interacción, señala la autora, supone un alza entre los usuarios jóvenes que ven en dicha plataforma el ideal de interacción que otras redes sociales no le otorgan.

### **3. Plan de Acción de la Intervención**

Como ha quedado estipulado en el problema comunicacional detectado y a través del diagnóstico conceptual que da cuenta de un proceso comunicativo que necesita ser mejorado, se



hace necesario para la presente investigación desarrollar un plan de acción que incorpore los elementos señalados en los puntos anteriores, vale decir, lectura extensiva, aprendizaje interactivo y redes sociales, específicamente Instagram.

Para llevar a cabo un plan de acción que relacione los elementos antes mencionados, se hace plausible para la presente investigación levantar información relevante a partir de un grupo de estudiantes homogéneo con respecto al nivel de enseñanza y de una edad en la cual ya tuviesen experiencia sobre el desarrollo de la lectura extensiva realizada en las aulas. Por consiguiente, consideré que el grupo de estudiantes idóneo para llevar a cabo un plan de intervención comunicativo debía ser un 4° año de enseñanza media, pues en dicho nivel los estudiantes ya han acumulado la experiencia necesaria sobre cómo se lleva a cabo la lectura extensiva en las aulas de nuestro país y, a su vez, por tener la madurez suficiente con respecto al uso que les otorgan a las redes sociales. Cabe señalar que he escogido un grupo-curso con el cual trabajo actualmente en mi desempeño como docente de aula secundaria para la asignatura de Lenguaje y Comunicación.

El grupo escogido en cuestión se compone por 18 estudiantes (12 mujeres y 6 varones). Bordean los 17 años de edad, por lo que pertenecen al grupo denominado Generación Z o Generación Zelenials, es decir, aquel grupo de menores de 18 años, nativos digitales, que actualmente se comunican e interactúan mayoritariamente a través de las redes sociales. Dicho grupo de alumnos cursan su último nivel de enseñanza secundaria en el Colegio Emmanuel High School, ubicado la comuna de La Florida, Santiago. El establecimiento educacional es particular privado por lo que todos los padres y/o apoderados deben cancelar una cuota mensual al colegio. Así también, es menester señalar que el colegio tiene solo un nivel por curso, por lo que el grupo escogido es el único 4° año de enseñanza media de todo el establecimiento.

### **3.1 Pregunta de Investigación**

A partir de lo señalado en el punto anterior y considerando los elementos del diagnóstico conceptual, es que formulo la siguiente pregunta investigación:

¿Cómo diseñar una propuesta didáctica que favorezca la enseñanza de la literatura extensiva en estudiantes de 4° año de enseñanza media a través del aprendizaje interactivo en la red social Instagram?

### **3.2 Objetivo General**

Para responder a la pregunta de investigación y saber de qué manera idear o diseñar una propuesta didáctica que incorpore los elementos más importantes sobre lectura extensiva y uso de la red social Instagram, es que levanto el siguiente objetivo general:

Diseñar un programa de diagnóstico de lectura extensiva y uso de la red social Instagram en estudiantes de 4° año de enseñanza media para generar propuestas didácticas innovadoras en lectura extensiva mediante Instagram.

### **3.3 Objetivos Específico**

Para poder desarrollar el objetivo general es necesario considerar los siguientes objetivos específicos:

Diagnosticar la manera en que alumnos de 4° año de enseñanza media realizan la lectura extensiva.

Examinar el uso que le dan a la red social Instagram alumnos de 4° año de enseñanza media.

Relacionar los resultados obtenidos con miras a desarrollar un plan didáctico que incorpore la red social Instagram en un plan de lectura extensiva.

### **3.4. Marco Metodológico**

Para responder a la pregunta de investigación y cumplir con el objetivo general estipulado, fue necesario generar tres pasos específicos que posibilitaran el cumplimiento de la meta de la presente investigación. Los tres pasos, señalados anteriormente como objetivos específicos, siguen la lógica de una investigación en la que se pretende llegar a relacionar los datos obtenidos para proyectar futuros planes didácticos de lectura extensiva que incorporen a la red social Instagram y así producir aprendizaje interactivo. Por consiguiente, los dos primeros pasos están al servicio de la construcción de instrumentos diagnósticos y del levantamiento de datos para finalmente conseguir, mediante un tercer paso, una proyección de los datos para un futuro plan o planes didácticos.

Entonces, para conseguir la información necesaria (sobre lectura extensiva y uso de Instagram en un grupo de alumnos determinados) a fin de responder cómo idear una propuesta didáctica en función del aprendizaje interactivo y la lectura extensiva mediante la red social Instagram, se idearon los siguientes instrumentos diagnósticos:

### **3.4.1 Cuestionario**

La primera etapa de diagnóstico tenía que responder a la inquietud de cómo se relaciona el grupo escogido en cuanto a la lectura extensiva y que rol tienen las redes sociales en dicho proceso educativo, pues mediante el conocimiento de ambos procesos se tendría un panorama adecuado para considerar los datos obtenidos en la propuesta didáctica final.

Para diagnosticar y levantar información relevante entre el grupo de estudiantes seleccionados para la investigación se escogió como instrumento un cuestionario, pues dicha herramienta permite establecer parámetros precisos de información a partir de preguntas cerradas (en este caso), otorgando información relevante en cuanto a un grupo determinado de sujetos.

Sobre el cuestionario es menester señalar que diversos autores lo definen como un instrumento valioso cuando se busca levantar información en un grupo homogéneo. Ante lo mismo, Sierra (1994) señala que el cuestionario como instrumento “consiste en aplicar a un universo definido de individuos una serie de preguntas o ítems sobre un determinado problema de investigación del que deseamos conocer algo” (p. 194).

Asimismo, Malhotra (1997) indica que todo cuestionario tiene tres objetivos específicos, a saber:

- a) Traducir la información necesaria a un conjunto de preguntas específicas que los sujetos participantes pueden contestar.
- b) Motivar y alentar a los participantes a que respondan el cuestionario de manera completa, por lo que se debe buscar minimizar el tedio y la fatiga al momento de que el sujeto se enfrente al instrumento.
- c) Minimizar el error de las respuestas, adaptando las preguntas a los sujetos participantes y considerando un formato o escala que no presente confusiones.

A su vez, Malhotra (1997) señala que para diseñar un cuestionario es necesario tener claridad de la información que se requiere para la investigación. Así también, señala, se debe seleccionar el tipo de cuestionario que se quiere aplicar, el contenido de las preguntas a realizar, motivar a los participantes, estructurar y ordenar las preguntas de acuerdo con el objetivo de investigación y disponer de manera adecuada los ítems en el instrumento.

#### **3.4.1.1 Diseño de Cuestionario**

Para el diseño del cuestionario se consideró, en primer lugar, al grupo de sujetos que se les iba a aplicar el instrumento, por lo que se debía tener en cuenta que se trataba de un grupo similar en cuanto a edad y conocimiento sobre los tópicos de la investigación (lectura extensiva, Instagram). En segundo lugar, se consideró la información relevante que se pretendía levantar con el instrumento, discriminando aquello que era realmente valioso de aquello que no lo fuese para la investigación.

A partir de las consideraciones anteriores se determinó diseñar el cuestionario a partir de los lineamientos de construcción de cuestionarios ideados por Corral (2010):

- a) Según tipo de respuestas:

-De respuestas cerradas: definido por Corral (2010) como un cuestionario en que cada pregunta tiene un número fijo de alternativas o respuestas, que pueden ser dicotómicas, vale decir, que presentan solo dos alternativas (si-no, verdadero-falso, de acuerdo-en desacuerdo, etc.) o policotómicas, es decir, utilizando escalas (generalmente la de Likert) o niveles de respuestas (Siempre- Casi siempre- Algunas veces- Casi nunca- Nunca; Totalmente de acuerdo- Parcialmente de acuerdo- Neutral- En total desacuerdo, etc.)

Se escoge utilizar respuestas cerradas para el diseño del cuestionario debido a que la información que se quiere obtener debe ser precisa y por la factibilidad de encuadrar los tópicos que se buscan diagnosticar. Se presume que con un cuestionario de respuestas abiertas hubiese dado lugar a diversas interpretaciones en los alumnos sobre los tópicos incorporados en el instrumento.

b) Según el momento de la codificación:

-Cuestionario pre-codificado: las preguntas se formulan de tal manera que las alternativas de respuestas han sido identificadas previo a la administración del instrumento a través de un código numérico, como por ejemplo: sexo: (1)femenino, (2)masculino.

Se integran preguntas pre-codificadas al momento de levantar información sociodemográfica de los informantes, tales como sexo.

-Cuestionario no codificado: las preguntas no poseen ningún tipo de código.

Este tipo de preguntas se incorporaron en el cuestionario al momento de levantar información sociodemográfica, tales como edad, comuna donde habita, ingreso promedio de los padres.

c) Según la forma de administración:

-Cuestionario autoadministrado: el instrumento se entrega al participante y éste lo responde directamente.

Se escoge esta modalidad debido a la importancia de que estuviesen todos los participantes reunidos para responder el cuestionario y poder resolver dudas durante la aplicación del instrumento.

### **3.4.1.2 Diseño de las preguntas del cuestionario**

Con respecto a la estructura de las preguntas incorporadas en el cuestionario se consideraron realizar el siguiente tipo de preguntas:

a) Preguntas estructuradas: preguntas que presentan un grupo de alternativas de respuestas ya establecidas. Corral (2010), a partir de Murillo (2004), identifica más de un tipo de preguntas estructuradas. Cabe mencionar que para el cuestionario creado para la investigación se consideraron las siguientes:

-Preguntas de opción múltiple: ofrecen más de una serie de respuestas y se le pide al participante que seleccione una o varias alternativas.

-Preguntas dicotómicas: ofrecen o brindan solo dos alternativas para responder.

-Preguntas de opción múltiple: si a las alternativas dicotómicas se les agrega una opción neutral se complementa la información y se convierte en opción múltiple.

-Preguntas de escala: preguntas cuyas respuestas se dan a través de una escala preestablecida, elaborada por el investigador o a partir de escalas pre creadas como las de Likert.

### **3.4.1.3 Orden y clasificación de las preguntas**

Sobre el orden y la clasificación de las preguntas construidas para el cuestionario se tomó en consideración, en primer lugar, información sociodemográfica relevante a levantar de los sujetos participantes y, en segundo lugar, los tópicos de lectura extensiva, redes sociales e Instagram. A su vez, los tópicos fueron divididos en diferentes opciones a fin de ir resolviendo la información de manera ordenada, detallada y precisa.

La clasificación de las preguntas del cuestionario se visualiza de la siguiente manera:

1. Datos sociodemográficos: en este apartado se incorporaron las siguientes preguntas: sexo, edad, comuna donde habita, ingreso promedio de los padres.
2. Lectura General: se integraron en este apartado preguntas con respecto a la lectura, sin considerar en éstas la lectura realizada por los estudiantes a partir del plan lector del establecimiento, sino que todo lo referido a la lectura de manera amplia, desentendida del proceso lector del colegio. Este ítem tiene como objetivo observar qué relación tienen los estudiantes con el desarrollo de la lectura de manera general.
3. Frecuencia de lectura: en este apartado se tomó en consideración la frecuencia y el lugar con que desarrollan la lectura los estudiantes, sin tomar en consideración el plan lector del establecimiento, sino que todo tipo de lectura realizada por los sujetos participantes del cuestionario.
4. Colegio: las preguntas referidas en este apartado consideran la relación que tiene el establecimiento educacional junto a la lectura que realizan los estudiantes. El objetivo de este tipo de preguntas es obtener de qué forma el colegio y todos sus agentes participantes o materiales (profesores, biblioteca, otros) influyen en el proceso lector de los estudiantes.
5. Plan lector: en este apartado se formularon preguntas referidas al proceso lector que llevan a cabo los estudiantes a partir del plan lector que ofrece el establecimiento a los estudiantes. El objetivo de este tipo de preguntas es levantar información relevante sobre qué produce un plan lector en los estudiantes y qué factores positivos y/o negativos se aprecian de dicho proceso. Así también se busca saber qué relación existe entre la tecnología y los estudiantes al momento de desarrollar lectura extensiva ideada a través de un plan lector.
6. Lectura y redes sociales: las preguntas de este apartado hacen relación con la lectura de manera general que realizan los estudiantes y el uso que les dan a las redes sociales mientras desarrollan dicho proceso. El objetivo de este tipo de preguntas es obtener datos con respecto al rol que tienen las redes sociales en los jóvenes mientras leen.
7. Instagram: las preguntas levantadas en este apartado del cuestionario tienen como función conocer el uso específico que le dan a la red social Instagram los estudiantes. El objetivo

principal de estas preguntas es obtener datos concretos sobre la relación de los jóvenes con la plataforma digital Instagram.

Esta parte del cuestionario -Instagram- se dividió a su vez en varios apartados a fin de recabar información detallada sobre la red social y el uso que le dan los estudiantes a ésta. Los apartados del cuestionario sobre la red social Instagram son:

- a. Usuario: se busca con estas preguntas levantar información sobre perfiles y características de éstos.
- b. Uso: se busca saber el uso que le dan a la red social Instagram, así como obtener datos sobre el contenido que comparten en dicha red social.
- c. Contextos de uso: se busca obtener información con respecto al contexto físico a partir del cual utilizan la red social Instagram.

Puede revisarse el cuestionario completo en el Anexo 1.

### **3.4.2 Planilla de actividades vinculadas al consumo de Instagram**

La segunda etapa de diagnóstico debía tender a examinar el uso que le dan a la red social Instagram los jóvenes escogidos para la investigación. No obstante, surge un problema al momento de querer observar perfiles de Instagram de los estudiantes, pues muchos utilizan la plataforma de manera privada o hacen uso específico de situaciones en las que solo ellos -como usuarios de su cuenta- tienen acceso, imposibilitando la observación minuciosa de terceros, como es el presente caso.

A lo anterior, Martínez (2016) señala que cuando se utiliza como objeto de estudio una red social se presentan problemas al momento de ejecutar herramientas metodológicas. El primer problema, plantea la autora, surge a partir de lo poco “amigables” que son las redes sociales para facilitar la entrega de datos. El segundo problema se inicia por el constante cambio del universo de estudio. Y, el tercer problema, deriva por poco, y a veces escaso, acceso a los datos de los usuarios debido a normas de privacidad.



Por consiguiente, Martínez (2016) propone que cuando se quiera llevar a cabo una investigación sobre redes sociales, una herramienta eficaz, que minimiza los problemas señalados, es la bitácora o diario de vida de uso de red social.

Martínez (2016) señala que:

Se conoce como bitácora a un documento que contiene una serie de preguntas idénticas que se autoaplican distintos individuos que han de ser respondidas durante un periodo determinado. Cada grupo de preguntas cubre una determinada experiencia del día. Lo normal es que se respondan las preguntas una vez al día, pero dependiendo del estudio, pueden responderse varias veces. (p. 167)

A partir de lo señalado por la autora y considerando las distintas dificultades que surgen al momento de examinar perfiles de usuarios de Instagram, es que se escoge para la investigación realizar una “Planilla de actividades vinculadas al consumo de una Red Social”, la cual debía ser realizada por los estudiantes en un periodo determinado de tiempo. Dicho instrumento permitiría observar los perfiles de los estudiantes, aminorando los problemas que presenta este tipo de observación.

#### **3.4.2.1 Diseño del Planilla de actividades vinculada al consumo de Instagram**

Para el diseño de la Planilla se consideraron todos los elementos a partir de los cuales se pudiese obtener información relevante sobre el uso que le dan a Instagram los estudiantes y también, considerando las funciones (o herramientas) que ofrece la red social a los usuarios.

Para el correcto uso de la Planilla, se ideó construirla a partir de ítems que abarcan tanto el tiempo de uso, las herramientas o funciones, el lugar de uso y el contenido compartido. Dichos ítems debían irse llenando, en una tabla concreta, a partir de un uso específico que le dieran a la red social en un periodo de dos días como máximo. A su vez, se consideró que los estudiantes estipularan los usos que quisiesen anotar en la Planilla sin ninguna restricción, es decir, no existe un máximo de usos que pudiesen anotar en el instrumento.

#### **3.4.2.2 Tipo de ítems en la Planilla de actividades vinculada al uso de Instagram**

La Planilla de actividades de uso de Instagram cuenta con los siguientes ítems para ser completados por los estudiantes:

a. Hora de uso: se pretende que los alumnos anoten para cada uso el horario en que deciden utilizar la red social.

b. Tecnología de uso: los estudiantes deben anotar en la planilla el tipo de tecnología a partir de la cual se conectan a Instagram (Smartphone, Tablet, Notebook, otros).

c. Lugar de acceso: los estudiantes deben registrar el lugar desde el cual deciden tener acceso a la red social Instagram (Casa, habitación concreta, lugares públicos, medios de transporte, etc.).

d. Compañía: los alumnos deben registrar si el contenido que están compartiendo o creando lo hacen de forma solitaria o en compañía de otra persona.

e. Acción realizada: en este apartado de la planilla los estudiantes deben anotar el tipo de acción en concreto que realizan en Instagram, ya sea subir una fotografía, un video, dar like, entre otras.

f. Formato de creación: los alumnos deben registrar el tipo de formato del contenido que estén creando (fotografía, video, audio, texto).

g. Herramienta de formato: en este apartado los estudiantes deben anotar qué herramienta de formato de las que dispone Instagram están utilizando, tales como audio, emoticones, hashtags, entre otras.

h. Tipo de contenido: en este apartado los alumnos deben registrar el motivo principal de la intervención en Instagram, es decir, el tipo de contenido específico que están creando o compartiendo en la red social.

i. Tiempo dedicado: se les pide a los estudiantes anotar el tiempo que dedican específicamente a crear o compartir contenido.

j. Observaciones: se les presenta también la opción de registrar alguna actividad u observación que ellos estimen importante de anotar en la planilla.

Se puede revisar el instrumento Planilla de actividades vinculada al uso de Instagram en el Anexo 2.

### **3.4.3 Cronograma de intervención**

Con respecto a la intervención de los diagnósticos se ideó aplicar el cuestionario para el día jueves 06 de septiembre en horario de clases de los estudiantes. Los cuestionarios se recogieron el mismo día y pasaron a tabularse al día siguiente de la intervención.

Las Planillas de actividades vinculadas al consumo de Instagram se enviaron de manera digital a los estudiantes el día viernes 07 de septiembre en horario de clases, pidiéndoles aplicarlos durante el día sábado 08, domingo 09 y lunes 10 de septiembre. Se acordó con los estudiantes enviar las planillas el día martes 11 de septiembre al correo personal del investigador, a fin de comenzar a tabular la información.

## **4. Resultados de la intervención**

### **4.1 Resultados Cuestionario**

Cabe destacar que un total de 18 alumnos realizó el cuestionario, siendo la totalidad del nivel educativo en estudio.

A partir del cuestionario se pudo levantar la siguiente información relevante, la cual se irá desarrollando en este apartado a través de los distintos tópicos aplicados en el instrumento. Así también, la información enunciada de manera textual se irá complementando, al final de cada apartado y/o tópico, con gráficos y datos correspondientes a lo señalado, a modo de acompañar los datos porcentuales con material visual que facilite la lectura de los mismos.

#### **4.1.1 Datos Sociodemográficos**

Del total de alumnos que respondió el cuestionario, se puede establecer que participaron 12 mujeres y 6 hombres del proceso.

Con respecto a la edad, 16 alumnos declaran tener 17 años de edad y 2 de ellos 18 años de respectivamente al momento de aplicarse el instrumento.

El ingreso promedio de los padres bordea el \$1.000.000 mensual.

El 100% de los estudiantes declara vivir en la comuna de La Florida, Santiago.

#### 4.1.2 Resultados Lectura General

Se aprecia que un 44% (ver Gráfico 1) de los estudiantes le otorga mucha importancia a la lectura y que, a su vez, un 61% (ver Gráfico 2) considera que la lectura es una actividad placentera, es decir, que de alguna u otra forma genera matices de goce estético entre los alumnos. A lo mismo, un 56% (ver Gráfico 3) de los estudiantes señala leer libros por iniciativa propia, indicando que lo que más le importa de los libros es su historia o trama, con un 72% (ver Gráfico 4). Los primeros datos obtenidos sugieren que para los estudiantes un texto literario es un objeto estético en el que su historia tiene una importancia relevante, por lo que si se quiere llevar la lectura extensiva a un plano distinto, no se debe perder de vista que la narración es un factor importante a considerar. Gráficos de apoyo:

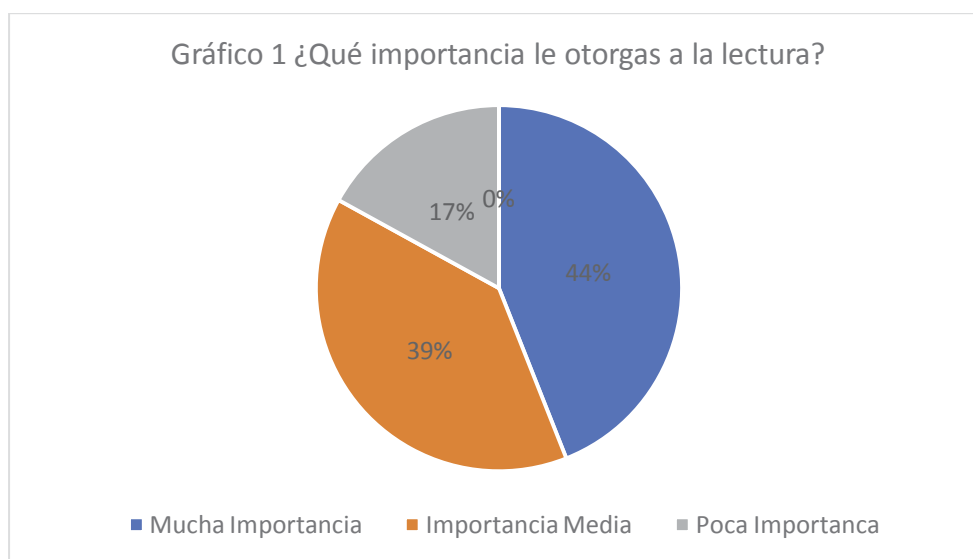


Gráfico 2. ¿Consideras la lectura una actividad placentera?

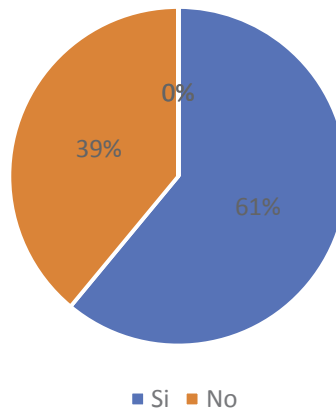


Gráfico 3 ¿Lees libros por iniciativa propia?

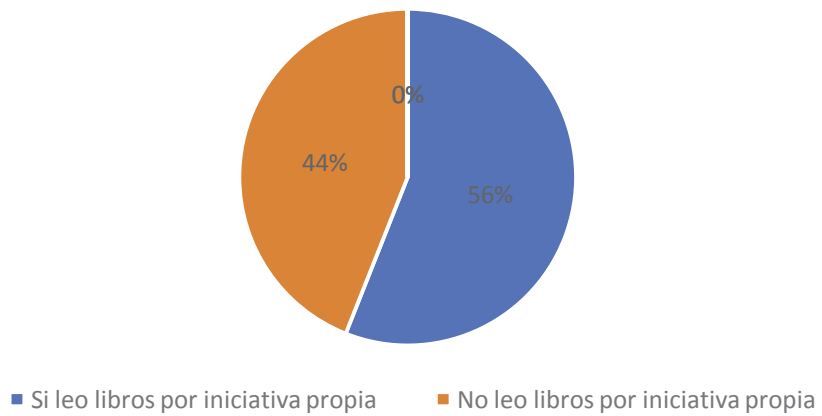
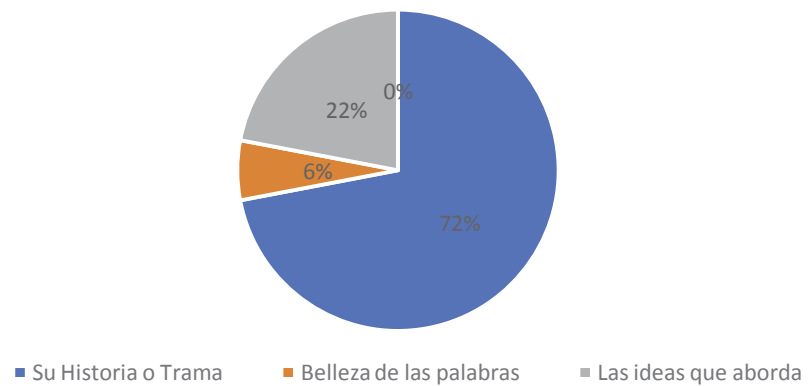


Gráfico 4 ¿Qué te gusta más de los libros?



Con respecto a los factores que hacen o podrían hacer que les guste poco leer se aprecia que un 22% señala que se desconcentran con facilidad al momento de leer, siendo esta la opción que obtiene la mayor inclinación en grado de importancia (ver Anexo 3 Tabla 5.1). Asimismo, se aprecia que también obtiene un grado de importancia mayor los factores de no encontrar interesantes los libros o perder mucho tiempo con ellos, ambos con un 17%. Así también, un 44% de los estudiantes señala, pero en el grado de importancia menor, que el que resulte impopular la lectura no es un factor que incida en ellos (ver Anexo 3 Tabla 5.1).

Cuando se les pregunta sobre las causas que podrían provocar que lean poco o nada, los estudiantes se inclinan en enunciar, en un grado de preferencia mayor, que el no poder escoger los libros de sus intereses con un 44%, sería la causa principal y, en un grado de importancia menor, el que los profesores no los motiven a la lectura, con un 61% (ver Anexo 3 Tabla 6.1).

Se aprecia que los estudiantes no rechazan la lectura, pues hay una inclinación por considerarla placentera, pero sienten aminorado el deseo de leer debido a la baja posibilidad de escoger libros que cumplan con sus preferencias y/o gustos. Lo anterior se condice con la posibilidad que tienen hoy los estudiantes de escoger con libertad textos que circulan por la web, teniendo acceso a una red de lecturas que se les ofrece en línea a partir de gustos y preferencias.

#### **4.1.3 Resultados Frecuencia de Lectura**

Con respecto a la frecuencia de lectura los estudiantes indican que mayoritariamente leen libros por iniciativa propia, con un 56% de las preferencias (ver Gráfico 5) pero sienten que no leen lo suficiente, mediante un 72% (ver Gráfico 6), lo cual se condice con la cantidad de tiempo que le dedican a la lectura, pues señalan, a partir de un 39% que leen menos de dos horas semanales y un 28% hasta dos horas a la semana (ver Gráfico 7). Así también, se observa que un 94% de los estudiantes escoge como lugar de lectura sus hogares (ver Gráfico 8).

Gráfico 5 ¿Realizas a diario alguna lectura?

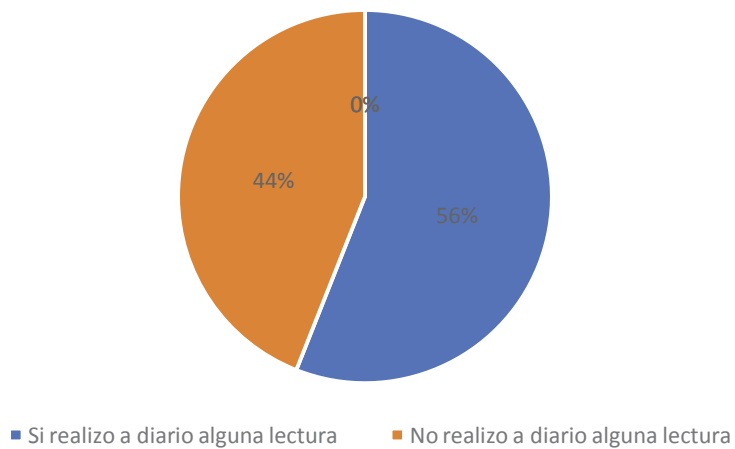


Gráfico 6 ¿Piensas que lees bastante?

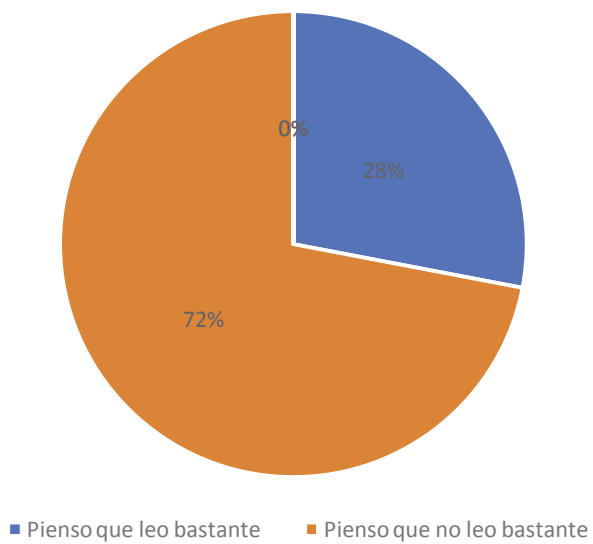
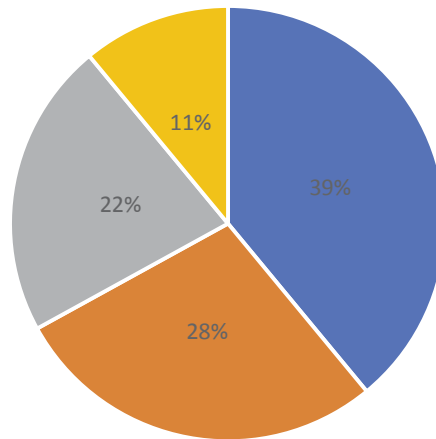
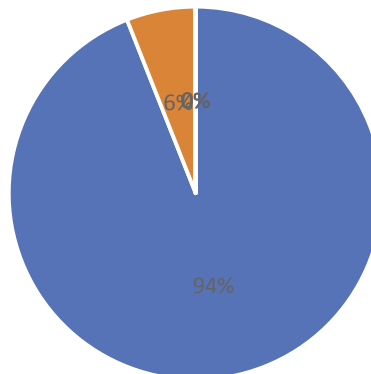


Gráfico 7 Tiempo dedicado a la lectura



■ Menos de 2 horas semanales ■ Hasta 2 horas semanales  
■ De 3 a 5 horas semanales ■ 6 o más horas semanales

Gráfico 8 ¿Dónde acostumbras a leer?



■ En tu casa ■ Parque o aire libre

#### 4.1.4 Resultados con respecto al Colegio

Sobre los datos obtenidos con respecto al proceso lector y el establecimiento es posible señalar que un 83% de los estudiantes cree que la lectura influye en el rendimiento académico (ver Gráfico 9), por lo que la consideran una actividad importante dentro de su proceso de aprendizaje. No obstante, señalan, a través de un 89%, que el colegio no despierta el interés por



la lectura (ver Gráfico 10), así como no los hace partícipe de actividades en que se conviertan en sujetos activos al leer, pues sienten, manifestado con un 67%, que no se promueve a un lector activo dentro del colegio (ver Gráfico 11).

Los datos levantados sugieren que los alumnos sienten la necesidad de resolver el problema de la motivación a la lectura, pues saben que es una práctica importante dentro del proceso educativo. A su vez, tienen plena claridad sobre la pasividad que tienen como lectores a la hora de practicar la lectura, manifestando que es necesario un cambio con respecto al rol que cumplen como lectores. Apoyo de Gráficos:

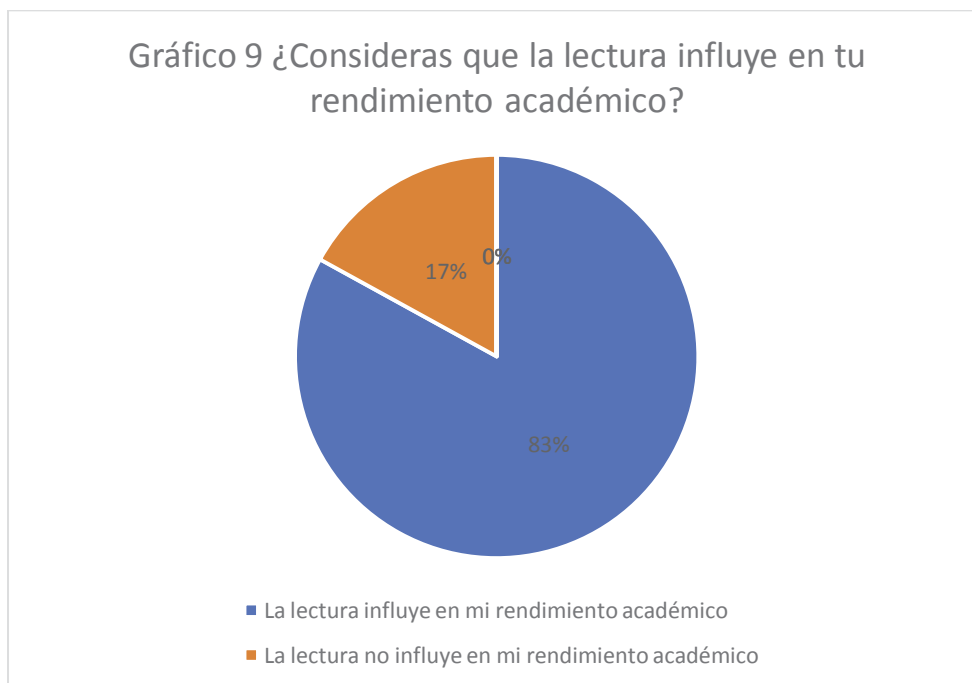
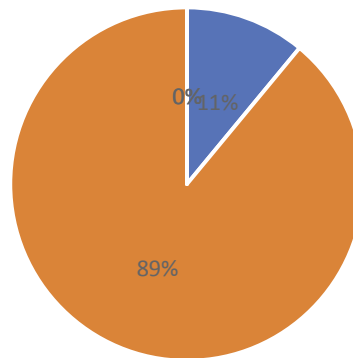
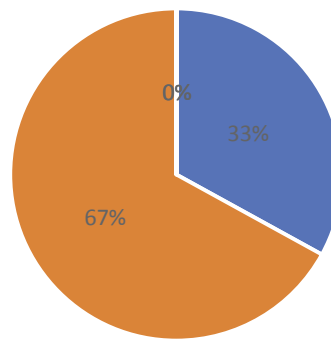


Gráfico 10 ¿Se despierta en el colegio el interés por la lectura?



- El colegio ha despertado en mi el interés por la lectura
- El colegio no ha despertado en mi el interés por la lectura

Gráfico 11 ¿Se motiva promueve al lector activo en el colegio?



- En el colegio se motiva a ser un lector activo
- En el colegio no se motiva a ser un lector activo

#### 4.1.5 Resultados Plan Lector

Se aprecia a partir de las preguntas sobre el plan lector ideado para la lectura extensiva de los alumnos que el 61% de los informantes (y en grado de importancia mayor) solo lee los libros del plan lector para rendir un examen (ver Anexo 2 Tabla 16.1). Sin embargo, son enfáticos en señalar que siempre terminan de leer los libros o dejan muy pocos sin terminar mediante un 33% ambas opciones (ver Gráfico 12).

En la misma línea, un 78% de los estudiantes señalan que es importante realizar lecturas en clases de los libros estipulados en el plan lector, lo que sugiere que la lectura extensiva para los alumnos no solo debe desarrollarse fuera de las aulas (ver Gráfico 13). Así también, un 50% de los estudiantes indican que leen libros del plan lector en dispositivos electrónicos, siendo el smartphone y el notebook los dispositivos electrónicos más utilizados para esto (ambos con un 44,4%) (ver Gráfico 14 y 15). A lo anterior, se aprecia el alto grado de incidencia de la tecnología en los procesos lectores de los jóvenes.

Asimismo, un 78% de los estudiantes señalan que la lectura estipulada en los planes lectores sería más novedosa si se incorporará el uso de las redes sociales en dicho proceso, lo que presume la importancia que tiene la tecnología y las plataformas digitales de interacción online para los estudiantes en el desarrollo del aprendizaje (ver Gráfico 16).

Los datos arrojados en este apartado manifiestan que para los alumnos la lectura extensiva no debe quedar relegada una lectura que solo se realice en sus hogares, sino que desarrollarla también en las aulas, sugiriendo al parecer que sienten la necesidad de interactuar con sus pares sobre lo que van leyendo. Apoyo de Gráficos:

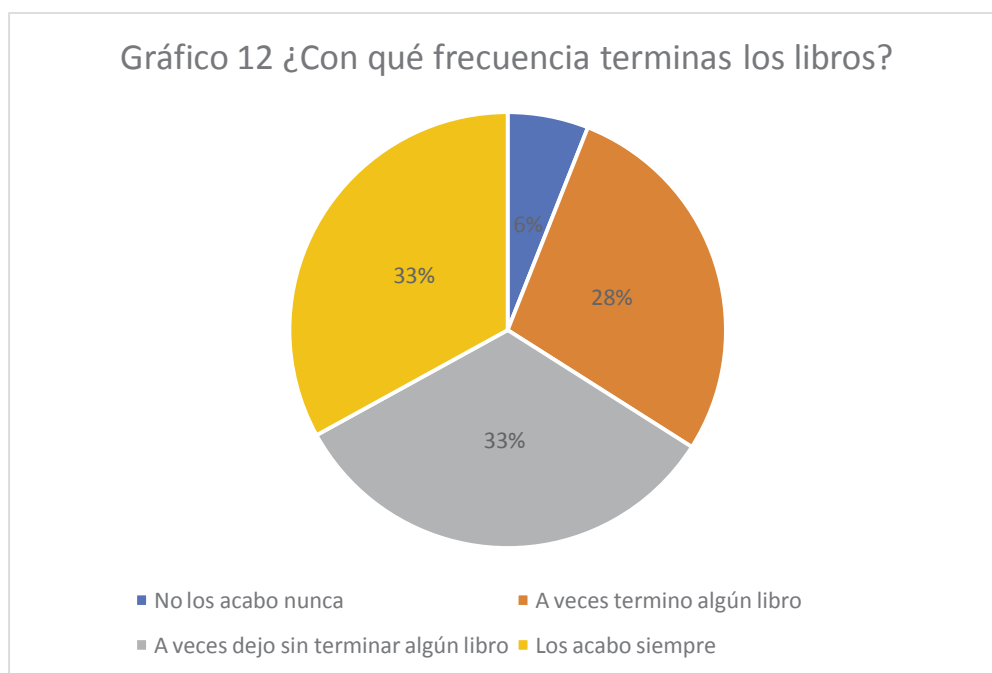
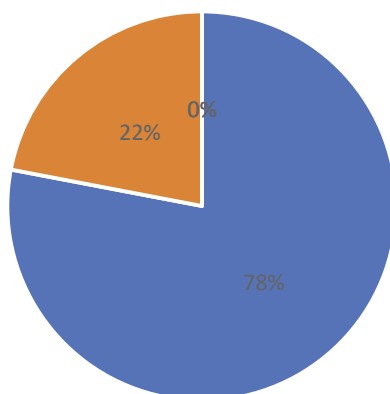
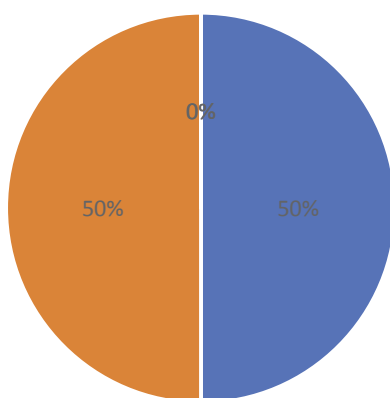


Gráfico 13 ¿Es importante realizar pequeñas lecturas en clases?

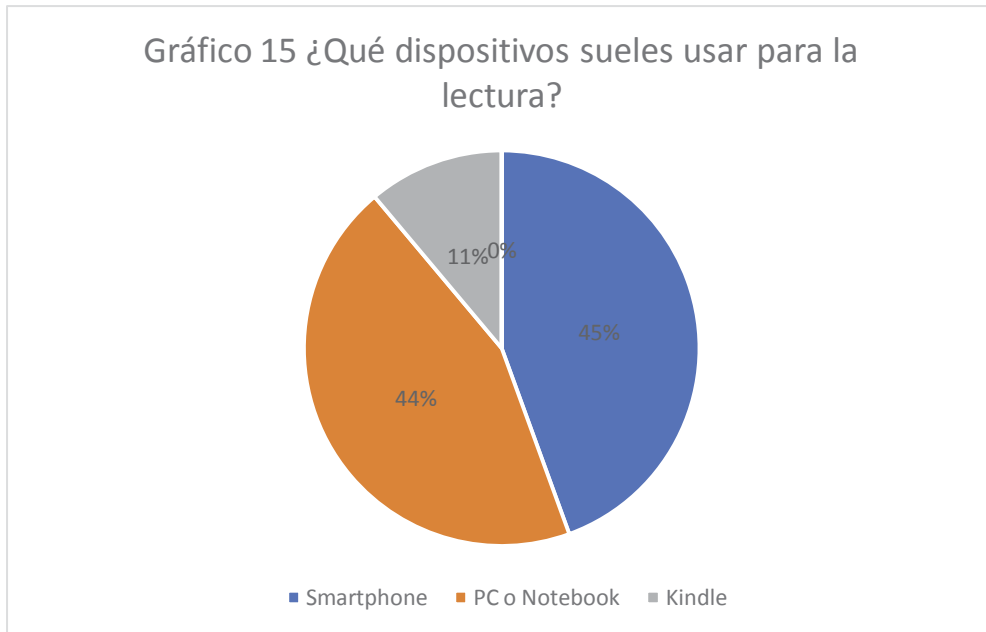


■ Es importante realizar lecturas en clases ■ No es importante realizar lecturas en clases

Gráfico 14 ¿Lees libros del plan lector en dispositivos electrónicos?



■ Si leo libros del plan lector en dispositivos electrónicos  
■ No leo libros del plan lector en dispositivos electrónicos



#### 4.1.6 Resultado Lectura y Redes Sociales

A partir de las preguntas referidas a la lectura y las redes sociales, un 89% de los estudiantes señala, y en orden de importancia mayor, que utiliza Instagram por sobre otra red social. Solo Snapchat queda por detrás de Instagram con un 44% y Facebook con un 33% (ver Anexo 3 Tabla 22.1) en orden de importancia. Así también, el 44% de los estudiantes señala que utiliza, casi siempre, las redes sociales para leer o buscar información de interés y un 61% indica que

utiliza las redes sociales para seguir algún aspecto relacionado con la lectura (youtubers, escritores, editores, etc.) (ver Gráfico 17 y 18). Los datos señalan que para los estudiantes las redes sociales son una herramienta que no solo sirve para el ocio ni la entretención, sino que para inmiscuirse aún más en el proceso y desarrollo de la lectura.

En la misma línea anterior, un 72% de los estudiantes señala que se conecta a una red social mientras lee, pero solo un 11% las utiliza para ir comentando lo que va leyendo, pues se aprecia que un 89% solo permanece conectado para otro tipo de funciones (ver Gráficos 19 y 20). Estos datos dan luz de la conducta que tienen los alumnos al momento de leer con respecto a las redes sociales. Se presume de antemano que los alumnos no hacen participe su proceso lector ante las redes sociales debido a las pocas o nulas herramientas didácticas que sugieran un uso de redes sociales mientras se lleva a cabo la lectura. Apoyo de Gráficos:

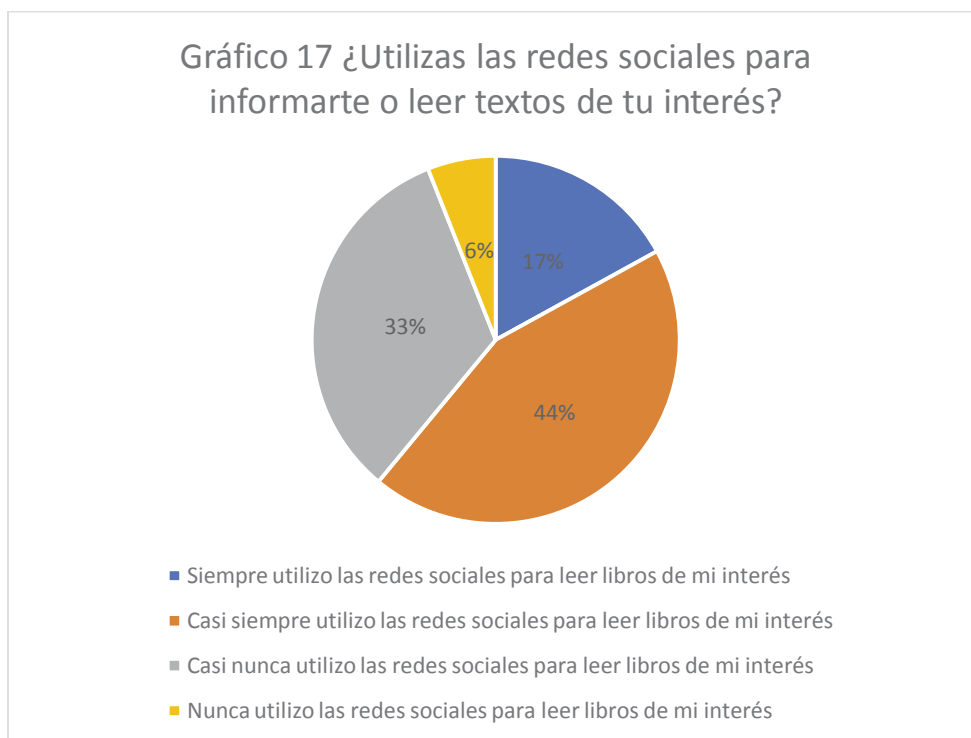
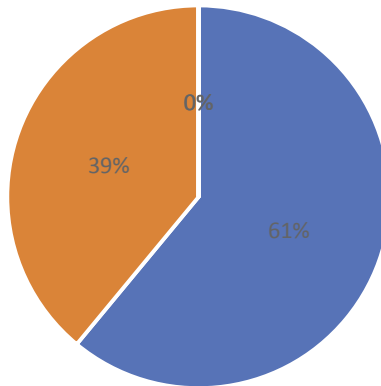
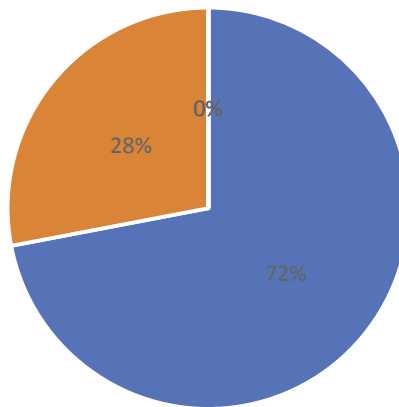


Gráfico 18 ¿Utilizas las redes sociales para seguir algún aspecto relacionado con la lectura?

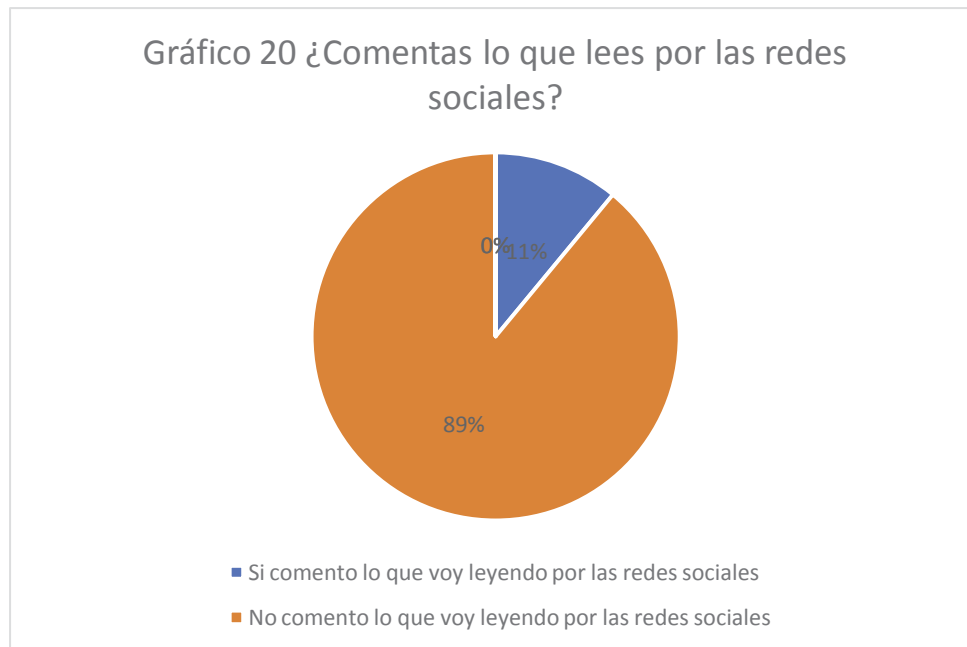


- Si utilizo redes sociales para seguir algún aspecto relacionado con la lectura
- No utilizo redes sociales para seguir algún aspecto relacionado con la lectura

Gráfico 19 ¿Te conectas a una red social mientras lees algún texto o libro?



- Si me conecto a las redes sociales mientras leo
- No me conecto a las redes sociales mientras leo



#### **4.1.7 Resultados Instagram – Usuario**

El 100% de los alumnos señalan ser usuarios de Instagram, teniendo el 83% de éstos solo un perfil y el 11% dos perfiles (ver Gráfico 21). A su vez, el 50% indica que sus perfiles son abiertos. Para aquellos que señalan tener más de un perfil declaran, con un 67%, usar esa otra cuenta de manera abierta y un 33% mantiene la otra cuenta de manera privada (ver Gráfico 22 y 23).

Así también, un 78% de los alumnos señala que sus perfiles tienen mayoritariamente fotografías y un 55,5% tiene información actualizada sobre quién es y qué hace, relegando el contacto con otra redes sociales, correos personales o teléfonos a un 11% (ver Gráfico 24).

Apoyo de Gráficos:



Gráfico 21 ¿Cuántos perfiles de Instagram tienes?

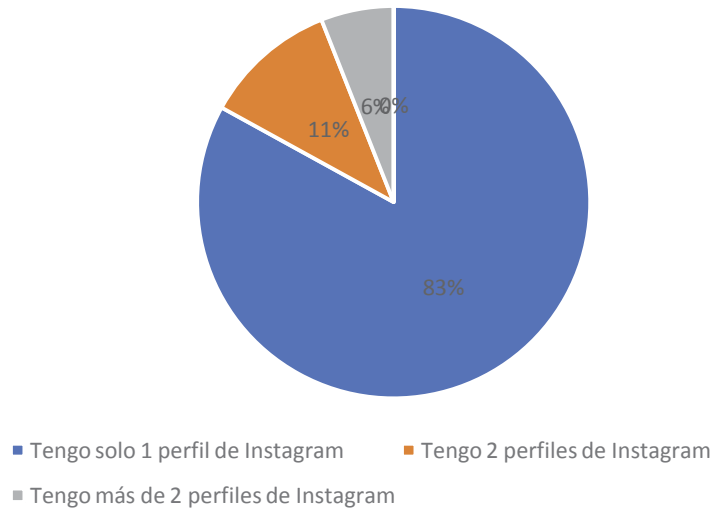


Gráfico 22 ¿Tu perfil de Instagram es abierto o cerrado?

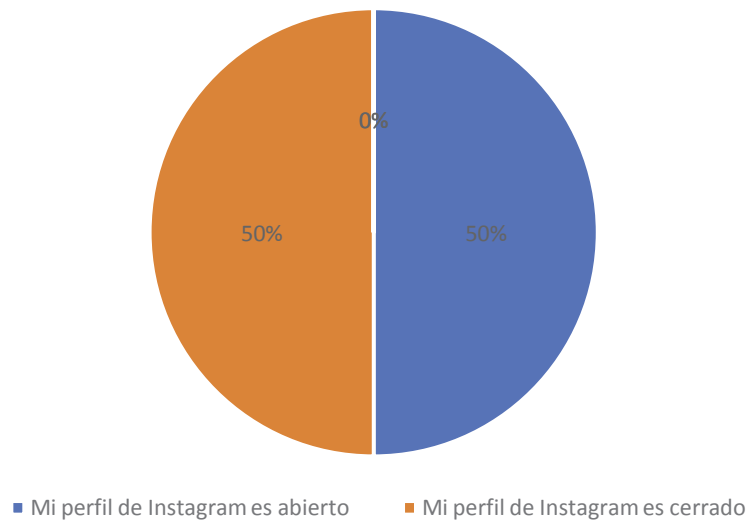


Gráfico 23. Si tienes más de un perfil ¿Aquella cuenta es abierta o cerrada?

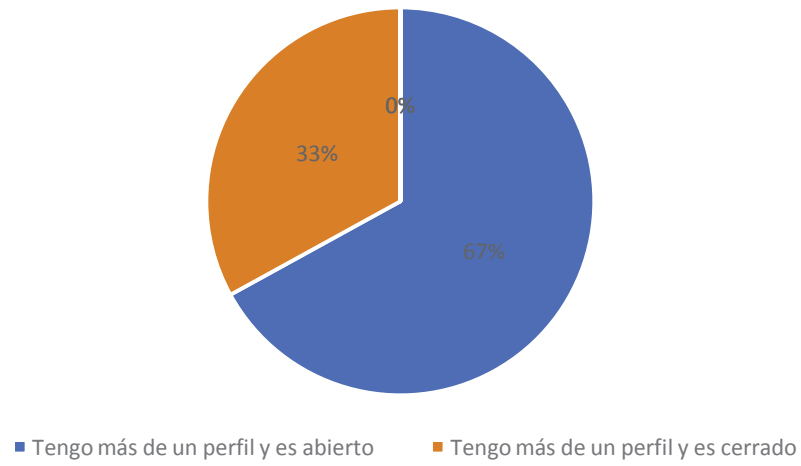
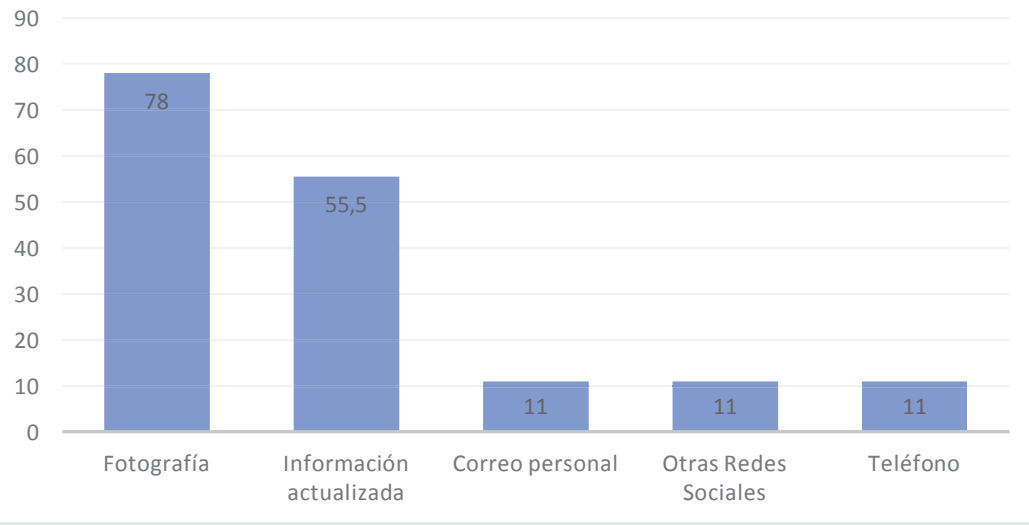


Gráfico 24. ¿Qué tiene tu perfil de Instagram?



#### 4.1.7.1 Resultados Instagram – Uso

Con respecto al uso que le dan los estudiantes a Instagram, éstos señalan que utilizan la plataforma, en un grado de importancia mayor, para tener fotos importantes de ellos mismos y de su entorno (39% de las preferencias) y para mantener contacto con los demás (33% de las preferencias). En un grado de importancia mayor también indican que utilizan la red social para

ver lo que otros comparten (33% de las preferencias). Cabe destacar que un grado de importancia menor, los estudiantes señalan que utilizan Instagram como agenda personal con un 44% de los informantes (Ver Anexo 2 Tabla 32.1).

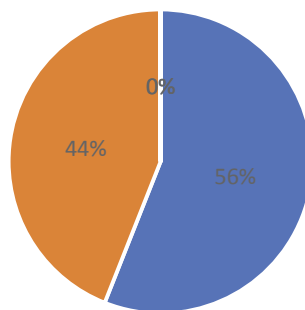
Sobre el contenido que comparten, un 56% de los estudiantes indica que comparte información diariamente, siendo fotografías y videos el contenido que más hacen circular con otros usuarios, con un 72% de las preferencias (ver Gráfico 25 y 26).

Ahora bien, también se aprecia que el 67% de los alumnos utiliza emoticones al momento de compartir contenido y un 61% crea fotografías utilizando los filtros de los que dispone la red social. Sin embargo, muy pocos utilizan la red social para compartir links de otras páginas (6%) o se conecta a otras redes sociales mediante Instagram (0%) (ver Gráfico 27).

Cabe señalar que el 100% de los estudiantes utiliza el smartphone como dispositivo electrónico para conectarse a la red social y un 11% también ocupa un computador portátil (ver Gráfico 28).

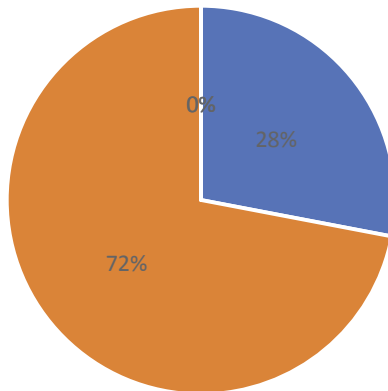
Los datos arrojados sugieren que para los estudiantes es importante permanecer conectados y compartir información con otros usuarios, siendo la fotografía y el video el contenido de mayor preferencia entre ellos. Se visualiza el potencial que tiene la imagen para las nuevas generaciones, por lo que apoyar la lectura mediante el uso de fotografías que permitan la interacción sería un novedoso y tendría un resultado positivo. Apoyo de Gráficos:

Gráfico 25 ¿Creas/Compartes contenido diariamente?

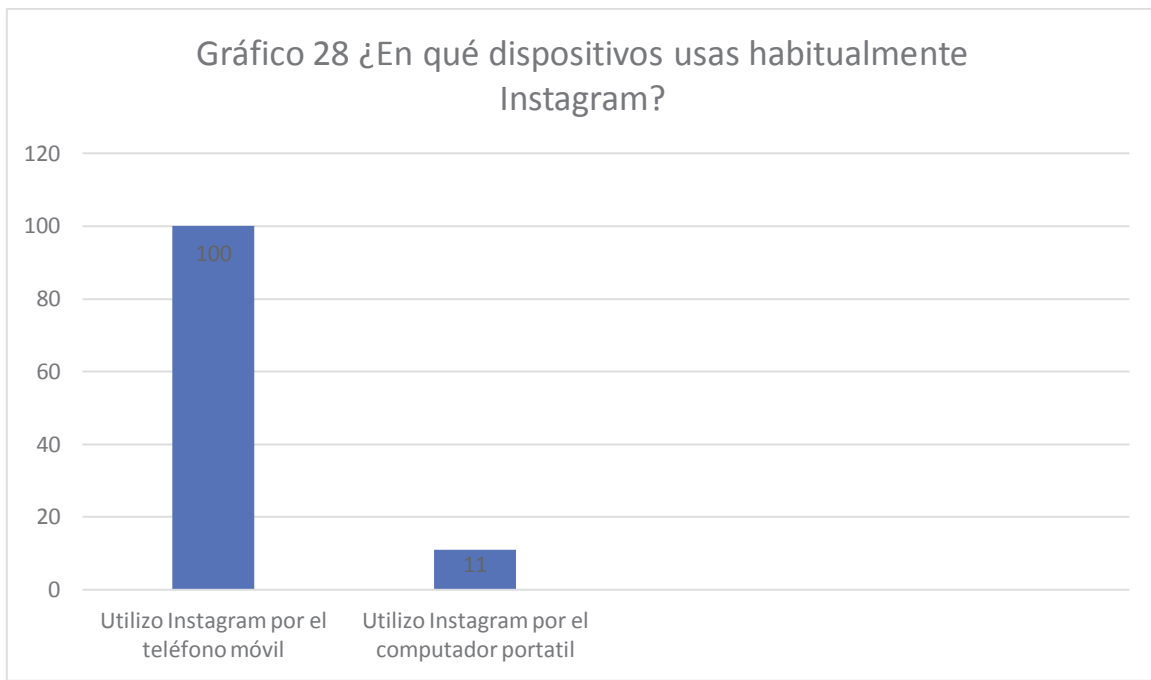
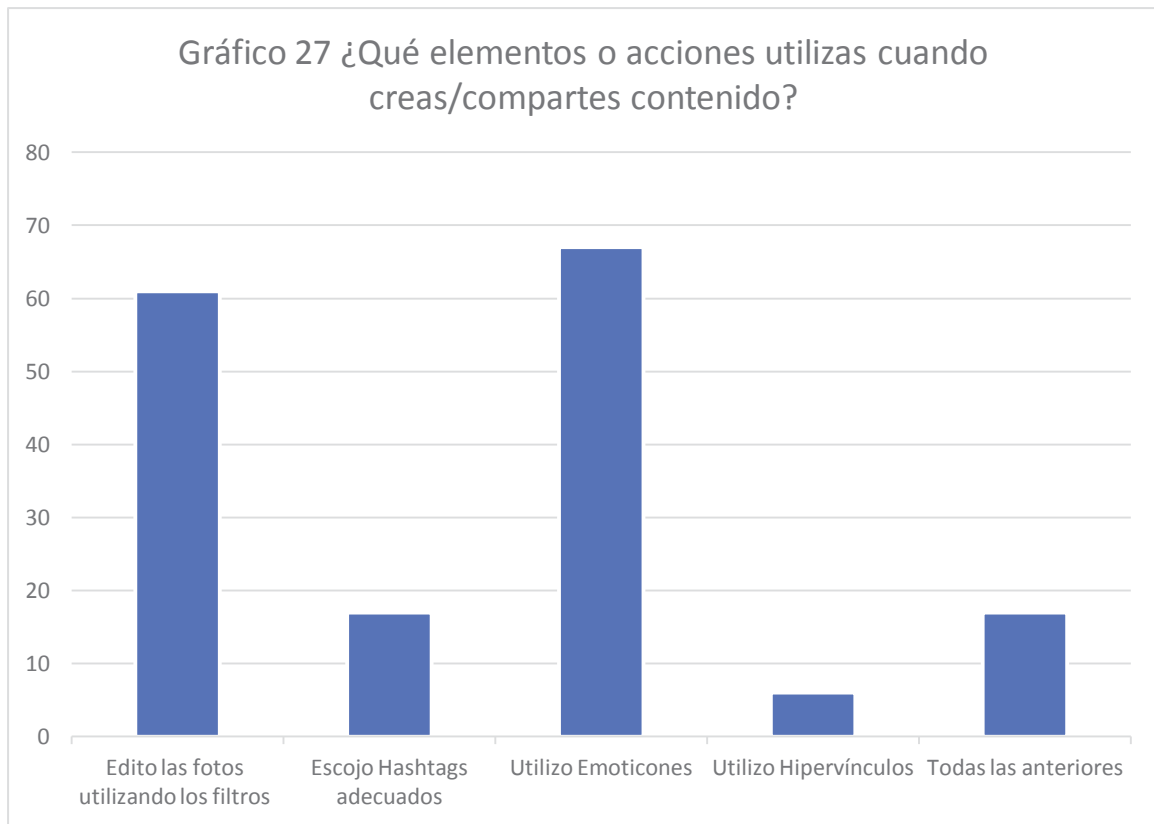


- Si creo y comparto contenido diariamente
- No creo ni comparto contenido diariamente

Gráfico 26 ¿Qué tipo de contenido creas o compartes?



- Comparto Fotografías
- Comparto Fotografías y Videos

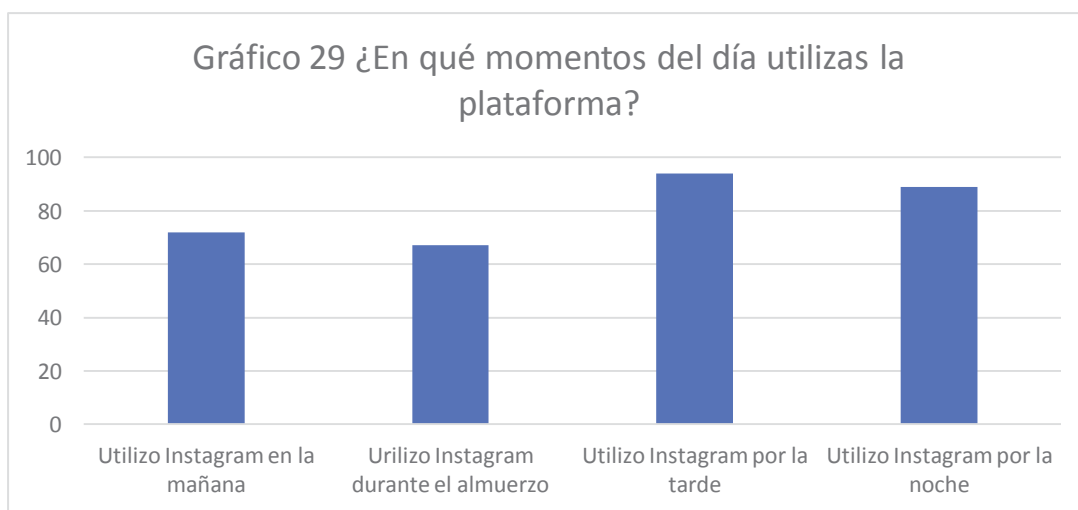


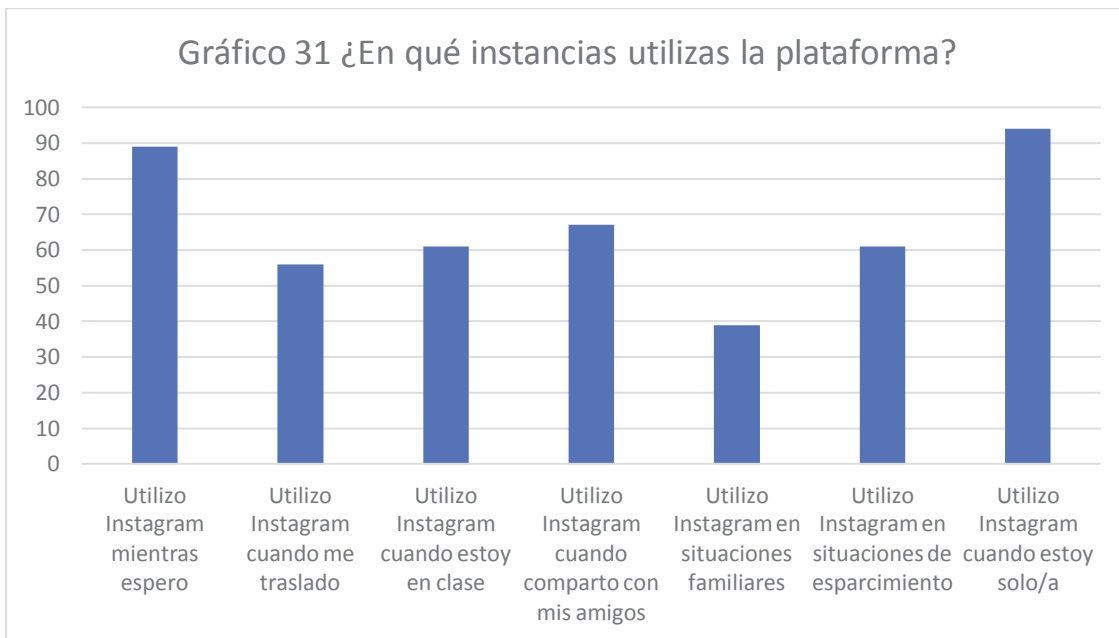
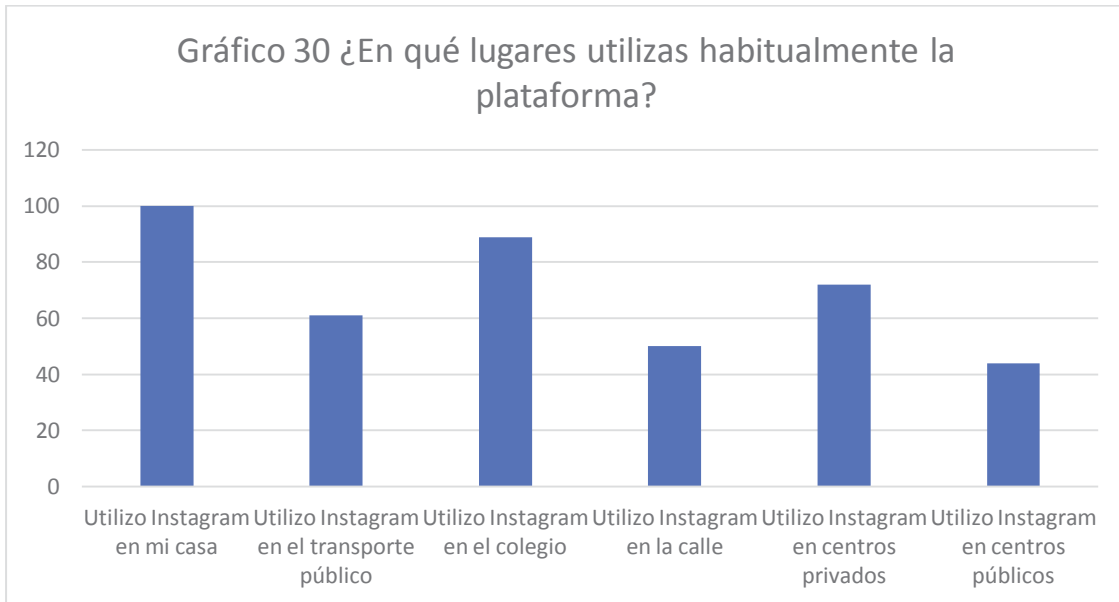
#### 4.1.7.2 Resultados Instagram – Contexto de Uso

Con respecto al contexto de uso de la red social Instagram, el 94% de los estudiantes señala estar conectado por la tarde. De los mismos un 89% también se conecta de noche y un 72% durante la mañana (ver Gráfico 29). Se aprecia como la conectividad a la red social es prácticamente abarcable a todo el día. Cuando se les preguntó por el lugar en donde mayoritariamente se conectan a Instagram el 100% de los informantes señaló su casa como la opción más importante, pero también se observa como una gran cantidad de ellos se conecta en el establecimiento (89%) (ver Gráfico 30).

El que se conecten en el establecimiento sugiere que los estudiantes utilizan la red social en contextos educativos que van más allá de los horarios de esparcimiento u ocio que otorga el colegio, por lo que es importante destacar la importancia que tiene la conectividad en todo momento para los jóvenes.

Así también, un 94% de los estudiantes señala usar Instagram cuando se encuentran solos y un 67% (ver Gráfico 31) utiliza la red social mientras están con sus amigos, manifestando que existe una necesidad de constante de permanecer conectados ya sea en solitario o junto a sus pares. Se presume que la interactividad es una constante entre los estudiantes, lo cual se condice con la cantidad de estudiantes que se conecta a una red social mientras lee (una práctica que se piensa es solitaria) manifestando que la necesidad de comunicarse es mayor a la que se piensa.





#### **4.2 Resultados Planilla de actividades vinculadas al consumo de Instagram**

Para poder obtener información relevante con respecto a las Planillas de actividades vinculadas al consumo de Instagram se dividió la información arrojada por los estudiantes en criterios de

clasificación que consideraran los elementos o ítems estipulados en el instrumento de diagnóstico.

Cabe señalar que, del total del grupo curso que participó del proceso de investigación, solo 16 enviaron sus planillas, quedando 2 alumnos fuera de la tabulación del presente instrumento.

Sobre la clasificación anterior (ver Anexo 4 de Tabulación de Planilla) se desprende la siguiente información relevante:

#### **4.2.1 Resultados Hora de Uso:**

Para poder clasificar los distintos horarios en que los alumnos anotaron en la Planilla los momentos en los cuales hicieron uso de la red social Instagram, se decidió dividir en 8 rangos horarios la bitácora con intervalos de 3 horas por cada división (ver Anexo 4 Tabla 1). A partir de esta división se puede observar que los rangos que van desde las 10:00 am a las 12:59 pm, de las 13:00 pm a las 15:59 pm y de las 16:00 pm a las 18:59 pm se concentra el mayor uso que dan los jóvenes a la plataforma, con un porcentaje de 22% por cada rango horario de uso de la plataforma respectivamente.

Los datos arrojados sugieren que el horario en que los alumnos permanecen conectados es también un horario en que están en clases, por lo que la conectividad de éstos en las aulas se hace factible. Los datos anteriores también se condicen por lo levantados en los cuestionarios, en donde se presume la importancia de la conectividad y por ende de la interacción; la necesidad comunicativa.

#### **4.2.2 Resultados Tecnología de Uso:**

Con respecto a la tecnología de uso los datos obtenidos arrojan que un 96% de los estudiantes que realizaron su Planilla utilizan como aparato tecnológico para conectarse a Instagram el Smartphone (ver Anexo 4 Tabla 2).

Con los datos arrojados sobre el smartphone, se presume que el teléfono portátil con conectividad web es la herramienta tecnológica que está generando cambios con respecto a la forma en que los jóvenes interactúan con sus pares, familiares o amigos, por lo que no



considerarla como una potencial herramienta de conectividad para propiciar el aprendizaje interactivo sería un error.

#### **4.2.3 Resultados Lugar de Acceso:**

Sobre el lugar de acceso que prefieren los estudiantes para conectarse a la red social Instagram un 56% señala que se conecta desde su casa, ya sea desde una sala de estar, comedor, living u otro espacio y un 26% indica que se conecta desde la habitación que pernocta (ver Anexo 4 Tabla 3). Lo anterior sugiere que la conectividad web para los estudiantes se da por sobre todo en lugares de comodidad y privacidad.

Los datos anteriores dan luz sobre la importancia de incorporar didácticas en que la lectura extensiva, mayoritariamente desarrollada por los alumnos en sus casas, se vean favorecidas por el uso que hacen los jóvenes con las redes sociales desde sus hogares. Así también es importante considerar que mientras desarrollen la lectura extensiva de seguro estarán interactuando mediante una red social o generando contenido.

#### **4.2.4 Resultados Solo o en Compañía:**

Cuando se les pidió anotar en la Planilla si al utilizar Instagram y/o generar contenido en éste lo hacían solos o en compañía de otra persona, un 71,7% de los estudiantes señalan que lo hacen estando solos o que comparten o crean contenido sin la participación de otra persona (ver Anexo 4 Tabla 4). El que se conecten y/o creen contenido de manera solitaria sugiere que la interacción entre los jóvenes está mediada por una plataforma web, por lo que es importante considerar que la lectura extensiva podría verse potenciada por interacciones web si se usan didácticas adecuadas para aquello.

#### **4.2.5 Resultados Acción Realizada:**

Al momento de incorporar un apartado en el que los alumnos tuviesen que anotar las acciones que en concreto realizaban en Instagram, se tuvo que idear una forma para poder clasificar dichas acciones (ver clasificación de acciones en Anexo 4 Tabla 5). A partir de la información arrojada por dicha clasificación de las acciones se observa que un 35% de los estudiantes señala dar *like* como la acción principal. Asimismo, un 17,2% ve historias de otros usuarios, mientras

que un 8,6% envía mensajes a otros usuarios. Dichas acciones sugieren que los estudiantes mayoritariamente utilizan Instagram como medio de comunicación en el que se hacen participes activos y no solo para subir fotografías o historias como podría pensarse.

#### **4.2.6 Resultados Formato de Creación:**

Con respecto a los formatos de creación estipulados para la tabulación y levantados a partir de lo señalado en las Planillas analizadas (ver Anexo 4 Tabla 6), se observa que un 22,5% utiliza como formato principal la fotografía, reforzando la idea del potencial de la imagen para los jóvenes. Así también (y dato no menos importante) un 68% de los informantes señala no crear nada nuevo en la red social. Lo anterior sugiere que los alumnos necesitan ciertas directrices para motivarlos a crear en la red social.

#### **4.2.7 Resultados Herramientas de Formato:**

Sobre las herramientas de formato que ofrece la plataforma digital y que más utilizan los estudiantes, se observa que un 32% escoge por sobre otra el uso de emoticones (ver Anexo 4 Tabla 7), sugiriendo que principalmente apoyan las imágenes, videos u otro formato, a través de plantillas que hacen más amigable la interacción entre usuarios. Importante también es señalar que un gran porcentaje de los alumnos no especificó la herramienta de formato que usaron al momento de completar la bitácora (52%).

#### **4.2.8 Resultados Tipo de Contenido:**

Se destaca en este apartado de las Planillas que un 44% de los estudiantes sube fotografías de terceros, vale decir, de familiares, amigos/as, novios/as, mascotas, cosas (alimentos, libros, juegos, etc.), priorizando la imagen de otro antes que la personal. Importante para el estudio resulta evidenciar que la imagen de terceros puede ser ocupada como potencial refuerzo a la hora de hacerlos participes de actividades de lectura extensiva a través de Instagram. Así también, un 34% señala subir fotografías propias.

### **4.3 Proyección de los resultados para un plan didáctico de lectura extensiva que incorpore Instagram**

Con los resultados obtenidos mediante ambos instrumentos diagnósticos, se observa un vínculo recíproco entre el proceso de lectura -sea por placer o no- y la manera en que actualmente se comunican los jóvenes, pues tales procesos son parte de un intercambio comunicativo que actualmente está mediado por plataformas web de interacción en línea.

Ahora bien, es menester señalar también que ambas herramientas de diagnóstico permiten tener una visión global y particular sobre dos procesos -lectura y uso de redes sociales- que en principio se ven absolutamente alejados en función de los objetivos que (se presume) persiguen. Sin embargo, al observar los datos se aprecia como ambos procesos van eliminando sus diferencias y se relacionan desde un punto de vista comunicativo.

Con respecto a lo anterior, es que la lectura extensiva se propone como una actividad pedagógica que ante todo busca que los estudiantes accedan a la lectura con el objetivo de sentir placer o goce estético con ésta. Desde las prácticas pedagógicas se sobreentiende que, para conseguir dicho objetivo, los estudiantes debían realizar la lectura de textos considerados necesarios para el nivel y por su calidad artística, de manera pasiva, silenciosa y sin interrupciones de terceros desde la comodidad de sus hogares. Sin embargo, a medida que los cambios tecnológicos fueron cubriendo todo espectro social y con la llegada de internet y el posterior desarrollo de las redes sociales el objetivo -de leer extensivamente un libro- fue alterándose.

Los datos obtenidos sugieren que la manera en que se lleva a cabo el proceso de lectura extensiva necesita estar al servicio de nuevas formas de practicar la lectura. Si bien el proceso de decodificación textual sigue siendo el mismo que los lingüistas han señalado hace tiempo desde la teoría, las formas en que actualmente el ser humano interactúa advierten que prácticas que alguna vez realizamos de manera absolutamente pasiva ahora necesitan estar al servicio de la conexión web, pues éstas son la nueva plaza pública en la que los seres humanos estamos intercambiando y transformando mensajes de manera vertiginosa y constante.

A raíz de lo anterior, es que al tener en cuenta los datos obtenidos en la presente investigación y considerando las variables que imbrican la lectura con las nuevas prácticas de lectura e intercambio de mensajes mediante las redes sociales, es que se sugiere proyectar didácticas de lectura extensiva que, justamente, relacionen los elementos y hagan del estudiante un sujeto

activo e interactivo. Para esto, es necesario tener en consideración los siguientes puntos de encuentro que se desprenden desde el diagnóstico:

a. La práctica de la lectura extensiva se desenvuelve en un escenario activo; el o la estudiante busca estar conectado de manera constante mediante las redes sociales, en especial por Instagram, por lo que al momento de estar practicando la lectura por placer participa (consciente o inconscientemente) de procesos de intercambio comunicativo.

b. La conectividad desde Instagram es una forma de realización comunicativa en el que se abren nuevos espacios de búsqueda de la información; todo aquello que circula por la red social es una forma de comunicación que gira en torno a una red interconectada de usuarios que demandan y envían mensajes.

c. Los estudiantes priorizan la imagen y la narración como recurso expresivo; Instagram potencia el desarrollo de habilidades visuales y narrativas (mediante fotografías, historias, otros) en un medio de comunicación social, por lo que es útil como herramienta pedagógica.

d. La lectura extensiva es una práctica pedagógica que se realiza mayoritariamente de manera solitaria, pero demanda servirse de recursos didácticos en que los lectores puedan intercambiar mensajes sobre lo que están leyendo.

e. Las instituciones educativas al rechazar prácticas pedagógicas basadas en un entorno red, están rechazando también las nuevas formas de comunicarse de las que dispone el ser humano.

f. La lectura extensiva apoyada por la red social Instagram permite imbricar procesos de intercambio comunicativo que generan aprendizaje interactivo.

Pues bien, teniendo en cuenta los puntos anteriores como matrices centrales que unen el proceso de la lectura extensiva y el uso de la red social Instagram, es que se propone idear una didáctica junto a un plan lector, de un nivel cualquiera, en el que se disponga de uno de los textos literarios para llevarlo a un trabajo extensivo utilizando la red social Instagram. El objetivo es que el texto esté al servicio de la interacción entre los usuarios o lectores del texto en cuestión, a través de actividades que incorporen a la red social, tales como: historias sobre el

libro subidas a la plataforma, historias del texto mediante fotografías subidas a la red social, el uso de likes a fragmentos textuales del texto, entre otras.

Al momento de considerar un libro, de todos los estipulados en un plan lector para lectura extensiva, podríamos observar la manera en qué los estudiantes comienzan a imbricar procesos de interacción junto a la lectura y evidenciar de qué forma el aprendizaje interactivo mediado por una red social comienza a producir aprendizaje compartido, interconectado.

No obstante, es imperioso considerar que toda propuesta didáctica que pueda desprenderse de lo que ya ha quedado expuesto en el presente trabajo es bienvenida, en tanto que la actual investigación deja a merced de docentes, profesionales de la educación y las ciencias sociales los instrumentos y los datos para ir desarrollando nuevas maneras de practicar la lectura extensiva.

## **5. Conclusión de la investigación**

La pregunta que investigación que motivó el presente trabajo fue cómo diseñar un plan didáctico de lectura extensiva basado en el aprendizaje interactivo a través de la red social Instagram. Para responder dicha pregunta era necesario considerar las variantes más importantes sobre el desarrollo de lectura extensiva y uso de redes sociales en un grupo determinado de estudiantes, a modo de ir observando en qué medida ambos procesos tenían una relación comunicativa que propiciara posibles didácticas en cuanto un aprendizaje basado en la interacción web. Ante esto es que se resolvió levantar como objetivo general el diseño de una propuesta de diagnóstico sobre lectura extensiva y uso de redes sociales en estudiantes de 4° año de enseñanza media por tener éstos experiencia suficiente sobre la practica de la lectura escolar por placer y por ser usuarios activos, con un grado de madurez mayor, de redes sociales.

Con respecto a la pregunta de investigación cabe señalar que creo se responde en gran medida a lo planteado, pues mediante el diseño de dos instrumentos que estuvieron al servicio de la observación de la lectura extensiva y uso de redes sociales en un grupo determinado de estudiantes fue posible relacionar los resultados y dar cuenta de que existe una red de comunicación -online- que no está siendo considerada en los centros educativos y, que así mismo, está generando un deterioro en cuanto al desarrollo del aprendizaje mediante la lectura extensiva propuesta por liceos y colegios.

A partir de lo planteado anteriormente, cabe señalar que el objetivo general de investigación se cumple al conseguir, mediante la aplicación de instrumentos, datos reveladores y consistentes que permitan proyectar (de manera satisfactoria) propuestas didácticas en el que se incorporen las redes sociales al proceso de aprendizaje de la lectura extensiva. En esta misma línea, cabe destacar que a través del levantamiento de datos se puede establecer una relación comunicativa entre el uso que dan los estudiantes a la red social Instagram y evidenciar una potencial herramienta que esté al servicio de procesos educativos que transformen prácticas educativas pasivas, tales como la lectura extensiva.

Asimismo, en cuanto al primer objetivo específico, en el que se buscaba diagnosticar el proceso de lectura extensiva en estudiantes de 4° año medio creo se consigue de manera satisfactoria. Cabe destacar en este punto la importancia que tuvo el construir un instrumento que considerara las variantes generales de la lectura y aquellas que tuviesen relación con el uso de redes sociales, pues mediante la imbricación de tales elementos se podría tener una mirada acabada sobre cuál es la correspondencia comunicativa entre la lectura y uso de redes.

A lo mismo, el segundo objetivo específico, en el que se esperaba examinar el uso que hace el grupo de estudiantes escogidos para la investigación en la red social Instagram, creo también se cumple en cuanto permitió dar cuenta de datos que sorprendieron notoriamente sobre la relación que tienen éstos con la plataforma digital. Así también, mediante este segundo objetivo específico se pudo establecer un punto de encuentro real entre lo que significa para un estudiante la interacción web y la importancia de estar conectados para otros que participan de una red comunicativa online. No obstante, cabe destacar que aún se necesita seguir perfeccionado un instrumento que de cuenta de todos los procesos de interacción que se llevan

a cabo en una red social, así como también buscar las formas más efectivas para observar comportamientos de uso en plataformas que funcionan de manera privada y sin acceso a terceros.

Ahora bien, mediante ambos objetivos específicos fue posible proyectar futuras propuestas didácticas que busquen incorporar el uso de Instagram en planes de lectura extensiva. Sin la realización de instrumentos diagnósticos todo hubiese quedado relegado a meras especulaciones, por lo que el cumplimiento de los dos objetivos antes señalados, permitieron cumplir el tercer y último objetivo específico estipulado en la presente investigación.

Así también, mediante los datos y la realización de las interpretaciones de estos, es que se evidencia la manera en que el aprendizaje interactivo está gestándose entre los alumnos como proceso de comunicación imbricado en las redes sociales, por lo que es evidente la importancia que tendrá a futuro el llevarlas a planes metodológicos y didácticos para las futuras generaciones.

Finalmente, cabe señalar que la presente investigación queda abierta a todo docente, directivo o investigadores de la educación que busquen innovar en las prácticas educativas relacionadas con la lectura extensiva o con otra. Tener una mirada amplia sobre las nuevas formas de practicar la comunicación será siempre una fuente de inspiración para mejorar las prácticas educativas que actualmente demandan un cambio profundo y decididor desde las aulas de nuestro país.

## **Bibliografía**

Aliaga, F. y Bartolomé, A. (2006). *El impacto de las nuevas tecnologías en Educación*.

Aparici, R. y Silva, M. (2011). *Pedagogía de la Interactividad*. Revista Comunicar.

Aparici, R. (2011). *Principios Pedagógicos y Comunicacionales de la Educación 2.0*. Revista digital La Educ@ción.

- Arruñada, S. (2016). *Aplicación de las Redes Sociales en la Enseñanza Secundaria: Facebook y Twitter*. Publicaciones Didácticas.
- Barranquero, Alejandro. (2010) *Comunicación participativa y educación en medios. Implicaciones del concepto de Prealimentación (“feed-forward”) de Mario Kaplún*. Universidad Carlos III de Madrid.
- Beltrán, J. (1998). *Procesos, estrategias y técnicas de aprendizaje*. Madrid: Síntesis, S.A.
- Boyd, D. M. y Ellison, N. B. (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), article 11.
- Burgueño, P. (2009). *Clasificación de las redes*. Artículo en línea.
- Cassany, D., Luna, M. y Sanz, G. (1994) [reimpresión 2008]: *Enseñar lengua*. Barcelona: Graó, § 6.4. Comprensión lectora, págs. 193-207.
- Celaya, J. (2008). *La Empresa en la WEB 2.0*. Editorial Grupo Planeta, España.
- Corral, Y. (2010). *Diseño de Cuestionarios para Recolección de Datos*. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Dirección de Postgrado, Universidad de Carabobo, Venezuela.
- Day, R. y Bamford, J. (2002). *Top ten principles for teaching extensive reading*. *Reading in a foreign language*, 14 (2), 136-141. [Revista en línea] Disponible en: <http://nflrc.hawaii.edu/RFL/October2002/day/day.html>
- De Casas, P., Tejedor, S. y Romero, L. (2018). *Micronarrativas En Instagram: Análisis del Storytelling autobiográfico y de la proyección de identidades de los universitarios del Ámbito de la comunicación*. *Revista Prisma Social* n°20 La competencia mediática de la ciudadanía en medios digitales emergentes, p. 40-57.
- Flores, J., Morán, J. y Rodríguez, J. (2009). *Las Redes Sociales*. Enlace Virtual Edición N° 1, octubre 2009. Boletín electrónico de la Unidad de Virtualización Académica. UVA Universidad de San Martín de Porres – USMP.



- Gómez, V. (2013). *Materializar la “letra” digital: entre la lectura sintagmática y la vida múltiple y medial*. CUADERNOS FHycS-UNJu, Nro. 44:41-51.
- Govea, L. (2011). *Influencia de la Lectura Extensiva en la Actitud y Comprensión Crítica de Estudiantes de Inglés como Lengua Extranjera*. Universidad Central de Venezuela.
- Gutiérrez, E. (2009). *Leer digital: la lectura en el entorno de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación*. Signo y Pensamiento 54 · volumen XXVIII · enero - junio 2009. diciembre.
- Haro, J. (2008). *Las redes sociales en la educación*. [Documento en línea]. Disponible: <http://jjdeharo.blogspot.com/2008/11/la-redessociales-en-educacin.html>
- Herrera, E. (2007). *Redes sociales en Internet*. [Documento en línea]. Disponible: [http://www.n-economia.com/notas\\_alerta/pdf/ALERTA\\_NE\\_15-2007.PDF](http://www.n-economia.com/notas_alerta/pdf/ALERTA_NE_15-2007.PDF)
- Herrera, J. (2005). *Importancia de las Estrategias de Enseñanza y el Plan Curricular*. Universidad de San Martín de Porres, Escuela Profesional de Psicología. LIBERABIT. Lima (Perú) 11: 25-34.
- Hütt, H. (2012). *Las Redes Sociales: una nueva herramienta de difusión*. Reflexiones, vol. 91, núm. 2, 2012, pp. 121-128. Universidad de Costa Rica.
- Kaplún, G. (1990). *Comunicación entre grupos. El método del cassette-foro*. Buenos Aires: Humanitas.
- Kaplún, G. (1998). Mario Kaplún. *El viajero*. Chasqui, 64, Quito: CIESPAL.
- Lee, E., Lee, J.-A., Moon, J. H., & Sung, Y. (2015). *Pictures speak louder than words: Motivations for using Instagram*. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(9), 552–556. <http://doi.org/10.1089/cyber.2015.0157>
- López Fernández, R. y Blanco Martínez, A. (2017). *La literatura vista a través de las redes sociales. Innovación docente y uso de las TIC en educación*. Málaga. UMA Editorial.

- Malhotra, N. (1997). *Investigación de Mercados. Un enfoque práctico*. (2ª ed.). México: Prentice-Hall Hispanoamericana S.A.
- Manovich, L. (2017). *Instagram and Contemporary Image*. Digital, en Línea.
- Martínez, L. (2016). *La bitácora como forma de documentación de la actividad en redes sociales online*. Documentación de las Ciencias de la Información ISSN: 0210-4210. Universidad Internacional de La Rioja (España).
- Murillo, J. (2004). *Técnicas de Recogidas de Datos I: Cuestionarios y Escalas de Actitudes*. España: Universidad Autónoma de Madrid. Facultad de Formación de Profesorado y Educación. (Edición Electrónica). Disponible: [www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/Metodos/Ap\\_Instrumentos.doc](http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Metodos/Ap_Instrumentos.doc).
- Nuttall, C. (1996). *Teaching reading skills in a foreign language*. Thailand: Macmillan.
- Ojando, E. (2015). *Las redes sociales como herramienta educativa*. Blanquerma.
- ORIHUELA, J. (2008). *Internet: la hora de las redes sociales*. [Documento en línea]. Disponible: [http://mccd.udc.es/orihuela/documentos/nueva\\_revista\\_08.pdf](http://mccd.udc.es/orihuela/documentos/nueva_revista_08.pdf)
- Peña K, Pérez, M. y Rondón E. (2010). *Redes sociales en Internet: reflexiones sobre sus posibilidades para el aprendizaje cooperativo y colaborativo*. Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales, núm. 16, enero-junio, 2010, pp. 173-205 Universidad de los Andes Mérida, Venezuela.
- Pérez, A. (2018). *Uso de Smartphones y Redes Sociales en alumnos/as de educación primaria*. Revista Prisma Social nº20 La competencia mediática de la ciudadanía en medios digitales emergentes, p. 76-91.
- Pérez, A. (2018). *Uso de smartphones y redes sociales en alumnos/as de educación primaria*. Revista Prisma Social nº20 La competencia mediática de la ciudadanía en medios digitales emergentes, p. 76-91.

- Quintana, G. (2016). *Motivos para el uso de Instagram en adolescentes (Estudio con el alumnado ESO en un IES de Santander)*. Facultad de Educación. Universidad de Cantabria.
- Robb, y Susser, B. (1989). *Extensive Reading vs. skills building in an EFL context*. Reading in a foreign language, 12 (2), 239-252. [Revista en línea] Disponible en: <http://www.cc.kyoto-su.ac.jp/~trobb/sussrobb.html>
- Rodrigo, V. (2013). *Dos proyectos pedagógicos: lectura extensiva y escritura creativa en el aula de español como lengua extranjera*. Depósito Legal: V-5051-2008 | iSSn: 1989-3477. DOI: 10.7203/attic.10.2378.
- Rosell, W. y Paneque, E. (2009). *Consideraciones Generales de los Métodos de Enseñanza y su Aplicación en cada etapa del Aprendizaje*. Revista Habanera de Ciencias Médicas, 8(2).
- Santaella, L. (2007). *Navegar no ciberespaço*. O perfil do leitor imersivo. São Paulo: Paulus.
- Scroeder, R. (2018). *Towards a theory of digital media*. Information Communication and Society, vol. 21(3), 323-339. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1289231
- Siemens, G (2011): <http://www.learningreview.com/component/content/article/2110-todas-lasrespuestas-sobre-conectivismo>.
- Sierra, R. (1994). *Técnicas de investigación social*. Madrid: Paraninfo.
- Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: a Critical History of Social Media*. Nueva York: Oxford University Press.
- White, R. (1983). *Approaches to the teaching of reading*. Teaching language as communication. Primeres Jornades Pedagògiques d'Anglès. Barcelona.

**Anexos**

**Anexo 1. Cuestionario**

*El Proceso de Lectura Extensiva y uso de Redes Sociales*

**Consideraciones:**

La encuesta se encuentra bajo el proceso investigativo y escritura de tesis para obtener el grado de Magíster en Comunicación por la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile.

Todos los datos recogidos mediante el instrumento serán expuestos exclusivamente en el proyecto de tesis y en ponencias de carácter académico.

La encuesta es de carácter anónimo.

**Objetivo:**

La presente encuesta tiene como finalidad recoger información relevante sobre tu proceso de lectura domiciliaria (libros que componen en plan lector). Así también, dar cuenta del uso que le das a la tecnología mientras llevas a cabo tu proceso lector.

**Importante:**

Ten en consideración que en la presente encuesta no existen respuestas buenas o malas, pues lo más importante es que respondas con total sinceridad, sin temor ni prejuicios establecidos.

**Datos Sociodemográficos**

**Sexo:** \_\_\_ Mujer      Hombre \_\_\_

**Edad:** \_\_\_\_\_ años

**Comuna donde habitas:** \_\_\_\_\_

**Ingreso promedio de tu(s) padre(s):** \$ \_\_\_\_\_

**I. Lectura general**

¿Qué importancia le otorgas a la lectura?

- a) Mucha Importancia
- b) Importancia Media
- c) Poca Importancia

¿Consideras la lectura una actividad placentera?

- a) Si
- b) No

¿Sueles leer libros por iniciativa propia?

- a) Si
- b) No

¿Qué te gusta más de los libros?

- a) Su Historia o Trama
- b) La belleza de sus palabras o frases
- c) Las ideas que aborda
- d) Sus ilustraciones o dibujos

Enumere del 1 al 8 y en orden de importancia (siendo el 1 lo menos importante y el 8 lo más importante), los factores que hacen o podrían hacer que te guste poco leer.

N°	Factores
	Me da dolor de cabeza
	Pierdo mucho tiempo
	Prefiero hacer otras cosas
	No se aprende nada nuevo leyendo
	Nada me incentiva a leer
	No encuentro interesante los libros que nos dan a leer
	No es popular leer
	Me desconcentro con facilidad

Enumere del 1 al 7 y en orden de importancia (siendo el 1 lo menos importante y el 7 lo más importante), las causas que hacen o podrían hacer que leas poco o nada.

N°	Factores
	No cuento con el tiempo suficiente
	Los libros no son interesantes
	Que se apliquen pruebas con los libros
	Las formas, poco atractivas, en las que se aborda la lectura
	No poder escoger los libros de mi interés
	Los profesores no me animan a leer

## II. Frecuencia de Lectura

Sin tomar en consideración los libros del Plan Lector del establecimiento, ¿Realizas a diario alguna lectura?

- a) Si
- b) No

¿Piensas que lees bastante?

- a) Si
- b) No

¿Cuántas horas dedicas a la lectura a la semana?

- a) Menos de 2 horas semanales
- b) Hasta 2 horas semanales
- c) De 3 a 5 horas semanales
- d) 6 o más horas semanales

¿En cuál de los siguientes lugares acostumbras a leer?

- a) En tu casa
- b) Parque / Aire Libre
- c) En una biblioteca
- d) En el transporte público
- e) En el patio / Recreo
- f) Otro

### III. Colegio

¿Crees que la lectura influye en tu rendimiento académico?

- a) Si
- b) No

¿Crees que el Colegio ha despertado en ti el interés por la lectura?

- a) Si
- b) No

¿Consideras que en el colegio se te ha motivado a ser un lector activo? (Lector activo es aquel que participa de diferentes maneras mientras lee: comentar con sus pares la lectura, investiga acerca de lo que lee, etc.)

- a) Si
- b) No

¿La biblioteca de tu colegio incentiva a la lectura?

- a) Si
- b) No

¿Consideras que los profesores te motivan a la lectura?

- a) Si
- b) Pocas Veces
- c) No

### IV. Plan Lector

Enumere del 1 al 6 y en orden de importancia (siendo el 1 lo menos importante y el 6 lo más importante), los motivos -positivos o negativos- que te animan a leer los libros del Plan Lector.

N°	Factores
	Leo solo por la prueba

	Leo porque mis padres me obligan
	Leo porque mis compañeros también lo hacen
	Leo para aprender cosas interesantes
	Leo para expresarme mejor
	Leo porque lo encuentro divertido y placentero

De los libros considerados en el plan lector, ¿Con qué frecuencia acabas o terminas los libros?

- a) No los acabo nunca
- b) A veces termino algún libro
- c) A veces dejo sin terminar algún libro
- d) Los acabo siempre

¿Consideras importante realizar pequeñas lecturas relacionadas con los libros del Plan Lector en clases?

- a) Si
- b) No

¿Acostumbras a leer los libros del Plan Lector en dispositivos electrónicos?

- a) Sí
- b) No

Si tu respuesta anterior fue SI, ¿qué dispositivo electrónico sueles usar para la lectura?

- a) Smartphone
- b) Pc o Notebook
- c) Tablet
- d) Kindle

¿Crees que el uso de redes sociales en el Plan Lector lo haría más interesante?

- a) Si
- b) No

## V. Lectura y Redes Sociales

¿De las siguientes redes sociales podrías señalar, en orden de importancia, las que usas con más frecuencia? (Siendo 4 la más usada y 1 la menos usada)

Nº	Redes Sociales
	Facebook
	Twitter



	Instagram
	Snapchat

¿Utilizas las redes sociales para informarte o leer textos de tu interés?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Casi nunca
- d) Nunca

¿Utilizas las redes sociales para seguir algún aspecto relacionado con la lectura (librerías, escritores, editores, críticos, youtubers, etc.)?

- a) Sí
- b) No

¿Utilizas tu smartphone, tablet o notebook para conectarte a las redes sociales mientras lees?

- a) Si
- b) No

Mientras lees un libro del plan lector ¿Utilizas alguna red social para ir comentando lo que vas leyendo?

- a) Si
- b) No

## **VI. Instagram**

### **Usuario**

¿Eres usuario de Instagram? Si la respuesta es afirmativa, contesta las siguientes preguntas por favor.

- a) Si lo soy
- b) No lo soy

¿Cuántos perfiles de Instagram tienes?

Indique un número: \_\_\_\_\_

Tu perfil es (en caso de tener más de un perfil, especifica por favor)

- a) Abierto
- b) Cerrado

Explicar \_\_\_\_\_

Tu perfil tiene (marca todas las opciones que te identifiquen)

- a) Fotografía
- b) Información actualizada sobre quién eres y qué haces
- c) Correo personal
- d) Otras redes sociales
- e) Teléfono
- f) Todas las anteriores

**Uso**

¿Por qué utilizas Instagram? (Ordena en orden de importancia, siendo 1 el menos importante y 9, el más importante)

Nº	Usos
	Para mantener contacto con los demás
	Para ver lo que otros comparten
	Para intercambiar me gustas
	Para conocer gente nueva
	Para estar presente y que sepan quién soy
	Para mostrar mi creatividad
	Como agenda personal
	Para ver lo que hace el resto de forma anónima (stalkear)
	Para tener fotos importantes de mí y mi entorno

¿Creas/compartes contenido diariamente?

- a) Si
- b) No

¿Qué tipo de contenido creas/compartes?

- a) Video
- b) Fotografías
- c) Ambos

¿Qué elementos o acciones utilizas cuando creas/compartes contenido? (marca todas las opciones que te identifiquen)

- a) Editas las fotos utilizando los filtros y otras herramientas
- b) Eliges hashtags adecuados en relación con la imagen o video
- c) Utilizas emoticones
- d) Utilizas hipervínculos o links a otros sitios
- e) Vinculas con otras redes sociales
- f) Todas las anteriores

¿En qué dispositivos usas habitualmente Instagram? (marca todas las opciones que te identifiquen)

- a) Teléfonos móvil
- b) Tablet
- c) Computador escritorio
- d) Computado portátil
- e) Todas las anteriores

### **Contextos de Uso**

¿En qué momentos del día utilizas la plataforma? Marca todas las opciones que reconozcas.

- a) En la mañana
- b) Durante el almuerzo
- c) Por la tarde
- d) En la noche

¿En qué lugares utilizas habitualmente la plataforma? Marca todas las opciones que reconozcas.

- a) En mi casa
- b) En el transporte
- c) En el colegio
- d) En la calle
- e) En centros privados (centros, comerciales, cines, tiendas, etc.)
- f) En centros públicos (centros educativos, oficinas de gobierno, bibliotecas, etc.)

¿En qué instancias utilizas la plataforma? Marca todas las opciones que reconozcas.

- a) Mientras espero
- b) Cuando me traslado
- c) Cuando estoy en clase
- d) Cuando comparto con mis amigos/as
- e) En situaciones familiares
- f) En situaciones de esparcimiento
- g) Cuando estoy solo/a

**¡GRACIAS POR TU PARTICIPACIÓN!**

### **Anexo 2. Planilla de actividades vinculada al uso de Instagram**

#### **Objetivo:**

- Llevar una Planilla de Actividades sobre el uso que se le da personalmente a la red social Instagram.
- Observar perfiles entre usuarios de la red social Instagram mediante un diario de vida.

**Instrucciones:**

- Llene los datos que aparecen en la tabla a partir de **un** uso que le des a Instagram durante el periodo de dos días.
- Debe anotar los usos por cada día que estime conveniente (ejemplo, 6 usos por día, 8 usos por día, etc.)
- Puede escoger el uso que usted prefiera y a la hora que usted estime. Ejemplos de uso (subir fotografía, dar like, comentar foto, subir historia, subir video, buscar otro perfil, etc.)
- Puede agregar más tablas hacia al lado dependiendo de cuántos usos vaya anotando.

**\*Enviar las Planillas al correo [j.pintoelgueta@gmail.com](mailto:j.pintoelgueta@gmail.com)**

**Tabla para Diario de Vida Instagram:**

	Día 1				Día 2			
Hora uso								
Tecnología de uso (smartphone, computador sobremesa, Tablet, etc.)								
Lugar del acceso (casa, habitación concreta, autobús, calle, etc.)								
En soledad o en compañía de otras personas (si es el segundo caso, especificar)								
Acción realizada (ver cuenta de otra persona, dar like, buscar cuenta de otro usuario, enviar mensaje, etc.)								
Formato creación de contenido (video o imagen, si crea contenido propio)								
Herramientas de formato (audio, emoticones, hashtags, links, etc.)								
Tipo de contenido (motivo principal de la intervención: fotografía de mascota, video de baile, selfie, etc.)								
Tiempo dedicado								
Observaciones (cualquier información que le parezca relevante y que no sea posible incluir en alguna de								

las categorías)								
-----------------	--	--	--	--	--	--	--	--

### Anexo 3 Tabulación Cuestionarios

#### I. Lectura General

Tabla 1. ¿Qué importancia le otorgas a la lectura?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Mucha Importancia	8	44 %
Importancia Media	7	39 %
Poca Importancia	3	17 %

Tabla 2. ¿Consideras la lectura una actividad placentera?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Si	11	61%
No	7	39%

Tabla 3. ¿Sueles leer libros por iniciativa propia?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Si	10	56%
No	8	44%

Tabla 4. ¿Qué te gusta más de los libros?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Su Historia o Trama	13	72%
La belleza de sus palabras o frases	1	6%
Las ideas que aborda	4	22%
Sus ilustraciones o dibujos	0	0%

Tabla 5. Enumere del 1 al 8 y en orden de importancia (siendo el 1 lo menos importante y el 8 lo más importante), los factores que hacen o podrían hacer que te guste poco leer.

Me da dolor	Pierdo mucho	Prefiero hacer	No se aprende	Nada me incentiva	No encuentro	No es popular	Me desconcentro
-------------	--------------	----------------	---------------	-------------------	--------------	---------------	-----------------

de cabeza	tiempo	otras cosas	nada nuevo leyendo	a leer	interesante los libros que nos dan a leer	leer	con facilidad
2	6	3	7	4	5	8	1
2	5	8	3	4	6	1	7
3	7	6	2	5	8	4	1
2	3	7	1	6	5	4	8
3	2	4	7	6	5	8	1
5	8	4	1	3	6	2	7
2	7	8	3	4	5	1	6
4	3	5	2	6	7	1	8
5	4	6	1	8	7	2	3
7	8	6	1	3	5	2	4
7	4	3	2	1	6	5	8
4	6	8	2	7	3	1	5
4	8	7	3	5	2	1	6
6	1	2	3	5	4	8	7
3	4	6	2	5	8	1	7
8	5	6	2	1	4	3	7
3	2	6	4	7	5	1	8
2	6	7	3	4	8	1	5
1: 0	1: 1	1: 0	1: 4	1: 2	1: 0	1: 8	1: 3
2: 5	2: 1	2: 1	2: 6	2: 0	2: 1	2: 3	2: 0
3: 4	3: 2	3: 2	3: 5	3: 2	3: 1	3: 1	3: 1
4: 3	4: 3	4: 2	4: 1	4: 4	4: 2	4: 2	4: 1
5: 2	5: 2	5: 1	5: 0	5: 4	5: 6	5: 1	5: 2
6: 1	6: 3	6: 6	6: 0	6: 3	6: 3	6: 0	6: 2
7: 2	7: 2	7: 3	7: 2	7: 2	7: 2	7: 0	7: 5
8: 1	8: 3	8: 3	8: 0	8: 1	8: 3	8: 3	8: 4

\*se considerarán para la clasificación en la tabla aquellas alternativas que obtienen mayor clasificación o puntuación.

Tabla 5.1 con porcentajes a partir de las mayores clasificaciones obtenidas según orden de menor a mayor importancia:

Orden de importancia (de menor a mayor importancia)	Número de alumnos que clasifican la alternativa	Alternativas	Porcentaje
1	8	-No es popular leer	44%
2	6	- No se aprende nada nuevo leyendo	33%
	5	-Me da dolor de	28%

		cabeza	
3	5	- No se aprende nada nuevo leyendo	28%
4	4	-Nada de incentivo a leer	22%
5	6	- No encuentro interesante los libros que nos dan a leer	33%
6	6	- Prefiero hacer otras cosas	33%
7	5	- Me desconcentro con facilidad	28%
8	4 3 3 3	- Me desconcentro con facilidad - No encuentro interesante los libros que nos dan a leer - Prefiero hacer otras cosas - Pierdo mucho tiempo	22% 17% 17% 17%

Tabla 6. Enumere del 1 al 6 y en orden de importancia (siendo el 1 lo menos importante y el 6 lo más importante), las causas que hacen o podrían hacer que leas poco o nada.

No cuento con el tiempo suficiente	Los libros no son interesantes	Que se apliquen pruebas con los libros	Las formas, poco atractivas, en las que se aborda la lectura	No poder escoger los libros de mi interés	Los profesores no me animan a leer
1	3	4	5	2	6
6	3	5	1	4	2
6	5	4	2	3	1
2	5	3	4	6	1
1	6	3	5	2	4
6	3	1	4	5	2
2	5	4	3	6	1
3	2	6	4	5	1
5	6	2	4	3	1

5	1	4	3	6	2
2	1	5	6	3	4
4	3	5	2	6	1
5	2	6	3	4	1
3	2	5	4	6	1
2	3	5	1	6	4
6	2	5	3	4	1
3	4	5	2	6	1
4	5	2	3	6	1
1: 2	1: 2	1: 1	1: 2	1: 0	1: 11
2: 4	2: 4	2: 2	2: 3	2: 2	2: 3
3: 3	3: 5	3: 2	3: 5	3: 3	3: 0
4: 2	4: 1	4: 4	4: 5	4: 3	4: 3
5: 3	5: 4	5: 7	5: 2	5: 2	5: 0
6: 4	6: 2	6: 2	6: 1	6: 8	6: 1

\*se considerarán para la clasificación en la tabla aquellas alternativas que obtienen mayor clasificación o puntuación.

Tabla 6.1 con porcentajes a partir de las mayores clasificaciones obtenidas según orden de menor a mayor importancia:

Orden de importancia (de menor a mayor importancia)	Número de alumnos que clasifican la alternativa	Alternativas	Porcentaje
1	11	Los profesores no me animan a leer	61%
2	4 4	No cuento con el tiempo suficiente Los libros no son interesantes	22% 22%
3	5	Los libros no son interesantes	28%
4	5	Las formas, poco atractivas, en las que se aborda la lectura	28%
5	7	Que se apliquen pruebas con los libros	39%
6	8	No poder escoger los libros de mi interés	44%



## II. Frecuencia de Lectura

Tabla 7. Sin tomar en consideración los libros del Plan Lector del establecimiento, ¿Realizas a diario alguna lectura?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Si	10	56%
No	8	44%

Tabla 8. ¿Piensas que lees bastante?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Si	5	28%
No	13	72%

Tabla 9. ¿Cuántas horas dedicas a la lectura a la semana?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Menos de 2 horas semanales	7	39%
Hasta 2 horas semanales	5	28%
De 3 a 5 horas semanales	4	22%
6 o más horas semanales	2	11%

Tabla 10. ¿En cuál de los siguientes lugares acostumbras a leer?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
En tu casa	17	94%
Parque / Aire Libre	1	6%
En una biblioteca	0	0%
En el transporte público	0	0%
En el patio / Recreo	0	0%
Otro	0	0%

## III. Colegio

Tabla 11. ¿Crees que la lectura influye en tu rendimiento académico?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Si	15	83%
No	3	17%

Tabla 12. ¿Crees que el Colegio ha despertado en ti el interés por la lectura?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Si	2	11%
No	16	89%

Tabla 13. ¿Consideras que en el colegio se te ha motivado a ser un lector activo? (Lector activo es aquel que participa de diferentes maneras mientras lee: comentar con sus pares la lectura, investiga acerca de lo que lee, etc.)

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Si	6	33%
No	12	67%

Tabla 14. ¿La biblioteca de tu colegio incentiva a la lectura?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Si	0	0%
No	18	100%

Tabla 15. ¿Consideras que los profesores te motivan a la lectura?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Si	13	72%
Pocas Veces	5	28%
No	0	0%

#### IV. Plan Lector

Tabla 16. Enumere del 1 al 6 y en orden de importancia (siendo el 1 lo menos importante y el 6 lo más importante), los motivos -positivos o negativos- que te animan a leer los libros del Plan Lector.

Leo solo por la prueba	Leo porque mis padres me obligan	Leo porque mis compañeros también lo hacen	Leo para aprender cosas interesantes	Leo para expresarme mejor	Leo porque lo encuentro divertido y placentero
1	3	2	4	5	6
6	1	2	4	3	5

6	5	4	3	2	1
6	1	4	3	5	2
3	6	5	1	2	4
3	1	2	5	6	4
6	1	2	4	5	3
6	1	2	3	4	5
6	2	1	5	3	4
3	1	2	4	5	6
3	2	1	6	4	5
6	1	2	5	4	3
6	2	3	4	5	1
4	3	2	5	6	1
6	5	3	4	2	1
2	1	3	6	4	5
6	1	3	4	5	2
6	4	5	3	1	2
1: 1	1: 9	1: 2	1: 1	1: 1	1: 4
2: 1	2: 3	2: 8	2: 0	2: 3	2: 3
3: 4	3: 2	3: 4	3: 4	3: 2	3: 2
4: 1	4: 1	4: 2	4: 7	4: 4	4: 3
5: 0	5: 2	5: 2	5: 4	5: 6	5: 4
6: 11	6: 1	6: 0	6: 2	6: 2	6: 2

\*se considerarán para la clasificación en la tabla aquellas alternativas que obtienen mayor clasificación o puntuación.

Tabla 16.1 con porcentajes a partir de las mayores clasificaciones obtenidas según orden de menor a mayor importancia:

Orden de importancia (de menor a mayor importancia)	Número de alumnos que clasifican la alternativa	Alternativas	Porcentaje
1	9	Leo porque mis padres me obligan	50%
2	8	Leo porque mis compañeros también lo hacen	44%
3	4 4	- Leo para aprender cosas interesantes - Leo porque mis compañeros también lo hacen	22% 22%

4	7	Leo para aprender cosas interesantes	39%
5	6	Leo para expresarme mejor	33%
6	11	Leo solo por la prueba	61%

Tabla 17. De los libros considerados en el plan lector, ¿Con qué frecuencia acabas o terminas los libros?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
No los acabo nunca	1	6%
A veces termino algún libro	5	28%
A veces dejo sin terminar algún libro	6	33%
Los acabo siempre	6	33%

Tabla 18. ¿Consideras importante realizar pequeñas lecturas relacionadas con los libros del Plan Lector en clases?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Si	14	78%
No	4	22%

Tabla 19. ¿Acostumbras a leer los libros del Plan Lector en dispositivos electrónicos?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Sí	9	50%
No	9	50%

Tabla 20. Si tu respuesta anterior fue SI, ¿qué dispositivo electrónico sueles usar para la lectura?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Smartphone	4	44,4%
Pc o Notebook	4	44,4%
Tablet	0	0%
Kindle	1	11,1%

Tabla 21. ¿Crees que el uso de redes sociales en el Plan Lector lo haría más interesante?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Si	14	78%
No	4	22%

## V. Lectura y Redes Sociales

Tabla 22. ¿De las siguientes redes sociales podrías señalar, en orden de importancia, las que usas con más frecuencia? (Siendo 4 la más usada y 1 la menos usada)

Facebook	Twitter	Instagram	Snapchat
2	1	4	3
2	1	4	3
2	1	4	3
3	1	4	2
2	4	1	3
1	2	4	3
3	1	4	2
1	3	4	2
1	2	4	3
1	2	4	3
3	2	4	1
3	2	4	1
1	3	4	2
3	2	4	1
3	1	4	2
2	3	4	1
3	1	4	2
2	4	1	3
1: 5 2: 6 3: 7 4: 0	1: 7 2: 6 3: 3 4: 2	1: 2 2: 0 3: 0 4: 16	1: 4 2: 6 3: 8 4: 0

\*se considerarán para la clasificación en la tabla aquellas alternativas que obtienen mayor clasificación o puntuación.

Tabla 22.1 con porcentajes a partir de las mayores clasificaciones obtenidas según orden de menor a mayor importancia:

Orden de importancia (de menor a mayor importancia)	Número de alumnos que clasifican la alternativa	Alternativas	Porcentaje
---	---	--------------	------------

1	7	Twitter	39%
2	6	Facebook	33%
	6	Twitter	33%
	6	Snapchat	33%
3	8	Snapchat	44%
4	16	Instagram	89%

Tabla 23. ¿Utilizas las redes sociales para informarte o leer textos de tu interés?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Siempre	3	17%
Casi siempre	8	44%
Casi nunca	6	33%
Nunca	1	6%

Tabla 24. ¿Utilizas las redes sociales para seguir algún aspecto relacionado con la lectura (librerías, escritores, editores, críticos, youtubers, etc.)?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Sí	11	61%
No	7	39%

Tabla 25. ¿Utilizas tu smartphone, tablet o notebook para conectarte a las redes sociales mientras lees?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Si	13	72%
No	5	28%

Tabla 26. Mientras lees un libro del plan lector ¿Utilizas alguna red social para ir comentando lo que vas leyendo?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Si	2	11%
No	16	89%

## VI. Instagram

### Usuario

Tabla 27. ¿Eres usuario de Instagram? Si la respuesta es afirmativa, contesta las siguientes preguntas por favor.

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Si lo soy	18	100%
No lo soy	0	0%

Tabla 28. ¿Cuántos perfiles de Instagram tienes? Indique un número:

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
1 perfil	15	83%
2 perfiles	2	11%
3 perfiles	1	6%

Tabla 29. Tu perfil es (en caso de tener más de un perfil, especifica por favor)

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Abierto	9	50%
Cerrado	9	50%

Tabla 30. Más de un perfil

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Abierto	2	67%
Cerrado	1	33%

Tabla 31. Tu perfil tiene (marca todas las opciones que te identifiquen)

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Fotografía	14	78%
Información actualizada sobre quién eres y qué haces	10	55,5%
Correo personal	2	11%
Otras redes sociales	2	11%
Teléfono	2	11%
Todas las anteriores	2	11%

### Uso

Tabla 32. ¿Por qué utilizas Instagram? (Ordena en orden de importancia, siendo 1 el menos importante y 9, el más importante)

Para mantener contacto con los demás	Para ver lo que otros comparten	Para intercambiar me gustas	Para conocer gente nueva	Para estar presente y que sepan quién soy	Para mostrar mi creatividad	Como agenda personal	Para ver lo que hace el resto de forma anónima (stalkear)	Para tener fotos importantes de mí y mi entorno
9	7	1	5	4	6	3	2	8
9	8	7	6	4	2	1	5	3
9	7	5	8	4	3	2	1	6
7	6	5	4	8	1	2	3	9
8	7	2	6	4	5	1	3	9
9	8	6	4	3	2	1	5	7
9	8	5	7	4	3	6	1	2
7	6	1	5	4	8	3	2	9
8	9	2	6	4	7	3	1	5
7	8	4	6	5	2	1	3	9
5	6	8	7	2	3	1	4	9
9	8	6	5	2	3	1	4	7
8	9	6	5	3	4	2	1	7
6	3	4	7	9	5	2	1	8
7	8	5	9	4	6	1	3	2
1	6	5	8	7	2	4	3	9
8	7	6	5	4	2	1	3	9
8	9	3	4	7	5	2	6	1
1: 1	1: 0	1: 2	1: 0	1: 0	1: 1	1: 8	1: 5	1: 1
2: 0	2: 0	2: 2	2: 0	2: 2	2: 5	2: 5	2: 2	2: 2
3: 0	3: 1	3: 1	3: 0	3: 2	3: 4	3: 3	3: 6	3: 1
4: 0	4: 0	4: 2	4: 3	4: 9	4: 1	4: 1	4: 2	4: 0
5: 1	5: 0	5: 5	5: 5	5: 1	5: 3	5: 0	5: 2	5: 1
6: 1	6: 4	6: 4	6: 4	6: 0	6: 2	6: 1	6: 1	6: 1
7: 4	7: 4	7: 1	7: 3	7: 2	7: 1	7: 0	7: 0	7: 3
8: 5	8: 6	8: 1	8: 2	8: 1	8: 1	8: 0	8: 0	8: 2
9: 6	9: 3	9: 0	9: 1	9: 1	9: 0	9: 0	9: 0	9: 7

\*se considerarán para la clasificación en la tabla aquellas alternativas que obtienen mayor clasificación o puntuación.

Tabla 32.1 con porcentajes a partir de las mayores clasificaciones obtenidas según orden de menor a mayor importancia:



Orden de importancia (de menor a mayor importancia)	Número de alumnos que clasifican la alternativa	Alternativas	Porcentaje
1	8	Como agenda personal	44%
2	5 5	Para mostrar mi creatividad Como agenda personal	28% 28%
3	6	Para ver lo que hace el resto de forma anónima	33%
4	9	Para estar presente y que sepan quién soy	50%
5	5 5	Para intercambiar me gustas Para conocer gente nueva	28% 28%
6	4 4 4	Para ver lo que otros comparten Para intercambiar me gustas Para conocer gente nueva	22% 22% 22%
7	4 4	Para mantener contacto con los demás Para ver lo que otros comparten	22% 22%
8	6	Para ver lo que otros comparten	33%
9	7 6	Para tener fotos importantes de mí y mi entorno Para mantener contacto con los demás	39% 33%

Tabla 33. ¿Creas/compartes contenido diariamente?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Si	10	56%

No	8	44%
----	---	-----

Tabla 34. ¿Qué tipo de contenido creas/compartes?

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Video	0	0%
Fotografías	5	28%
Ambos	13	72%

Tabla 35. ¿Qué elementos o acciones utilizas cuando creas/compartes contenido? (marca todas las opciones que te identifiquen)

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Editas las fotos utilizando los filtros y otras herramientas	11	61%
Eliges hashtags adecuados en relación con la imagen o video	3	17%
Utilizas emoticones	12	67%
Utilizas hipervínculos o links a otros sitios	1	6%
Vinculas con otras redes sociales	0	0%
Todas las anteriores	3	17%

Tabla 36. ¿En qué dispositivos usas habitualmente Instagram? (marca todas las opciones que te identifiquen)

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Teléfonos móviles	18	100%
Tablet	0	0%
Computador escritorio	0	0%
Computador portátil	2	11%
Todas las anteriores	0	0%

### **Contextos de Uso**

Tabla 37. ¿En qué momentos del día utilizas la plataforma? Marca todas las opciones que reconozcas.

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
--------------	--	---------------------

En la mañana	13	72%
Durante el almuerzo	12	67%
Por la tarde	17	94%
En la noche	16	89%

Tabla 38. ¿En qué lugares utilizas habitualmente la plataforma? Marca todas las opciones que reconozcas.

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
En mi casa	18	100%
En el transporte	11	61%
En el colegio	16	89%
En la calle	9	50%
En centros privados (centros, comerciales, cines, tiendas, etc.)	13	72%
En centros públicos (centros educativos, oficinas de gobierno, bibliotecas, etc.)	8	44%

Tabla 39. ¿En qué instancias utilizas la plataforma? Marca todas las opciones que reconozcas.

Alternativas	Número de alumnos que responden a la alternativa	Valor en porcentaje
Mientras espero	16	89%
Cuando me traslado	10	56%
Cuando estoy en clase	11	61%
Cuando comparto con mis amigos/as	12	67%
En situaciones familiares	7	39%
En situaciones de esparcimiento	11	61%
Cuando estoy solo/a	17	94%

#### **Anexo 4 Planilla de actividades de uso de Instagram**

**Tabla 1. Hora uso:**

De 07:00 a 09:59 am	De 10:00 a 12:59	De 13:00 a 15:59	De 16:00 a 18:59	De 19:00 a 21:59	De 22:00 a 00:00	De 00:01 o más	Total por usuario
1	2	3	5	3	2	0	16
0	2	7	4	2	1	0	16

1	2	4	2	0	0	1	10
0	3	3	5	4	1	0	16
1	2	4	4	2	3	0	16
0	2	1	2	2	1	0	8
0	2	2	1	2	1	0	8
0	1	2	1	2	2	0	8
1	1	5	4	2	1	0	14
0	2	2	2	2	0	0	8
1	5	3	3	2	1	1	16
1	1	1	0	2	2	1	8
1	3	1	2	1	0	0	8
0	7	2	2	3	2	0	16
2	4	1	2	2	2	0	13
2	4	2	4	2	0	0	14
Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total
11	43	43	43	33	19	3	195
Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
5.6%	22%	22%	22%	17%	9.7%	1.5%	100%

**Tabla 2. Tecnología de uso:**

Smartphone	Computador Sobremesa	Notebook	Tablet	Otro	Total por usuario
16	0	0	0	0	16
16	0	0	0	0	16
10	0	0	0	0	10
16	0	0	0	0	16
11	5	0	0	0	16
8	0	0	0	0	8
8	0	0	0	0	8
8	0	0	0	0	8
14	0	0	0	0	14
8	0	0	0	0	8
16	0	0	0	0	16
8	0	0	0	0	8
8	0	0	0	0	8
16	0	0	0	0	16
10	0	3	0	0	13
14	0	0	0	0	14
Total	Total	Total	Total	Total	Total
187	5	3	0	0	195
Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
96%	2.5%	1.5%	0%	0%	100%

**Tabla 3. Lugar de acceso:**

Casa	Habitación Concreta	Calle o Espacio Público	Medio de transporte	Otro	Total por usuario
14	0	2	0	0	16
10	0	0	2	4	16
5	5	0	0	0	10
3	6	2	3	2	16
10	0	6	0	0	16
2	6	0	0	0	8
4	0	4	0	0	8
6	0	1	1	0	8
14	0	0	0	0	14
4	2	2	0	0	8
15	0	0	1	0	16
3	2	0	1	2	8
2	4	2	0	0	8
8	8	0	0	0	16
3	8	0	1	1	13
6	4	4	0	0	14
Total	Total	Total	Total	Total	Total
109	45	23	9	9	195
Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
56%	23%	11.7%	4.6%	4.6%	100%

**Tabla 4. Solo o en Compañía:**

Solo/a	En compañía	Especificar la compañía	Total por usuario
14	2	Padre (1) – Madre (1)	16
9	7	Familia (6) – madre (1)	16
8	2	Hermano (1) – Familia (1)	10
8	8	Amigos (4) – Hermanos (4)	16
15	1	Primo (1)	16
3	5	Hermana (5) – Tío (1) – Primo (1)	8
5	3	Amiga (3)	8
7	1	Padres (1)	8
14	0		14
3	5	Hermanos (2) –	8

		Familia (2) – mamá (1)	
16	0		16
3	5	Hermanos (3) – Familia (2)	8
6	2	Familia (2)	8
9	7	Familia (4) – Madre (2) – Hermana (1)	16
10	3	Abuela (1) – Papá (1) – Familia (1)	13
10	4	Familia (2) – Amigos (2)	14
Total	Total	Total	Total
140	55		195
Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
71.7%	28.2%		100%

**Tabla 5. Acción realizada:**

Ver cuenta de otro usuario	Ver fotografía de otro usuario	Ver video de otro usuario	Ver historia de otro usuario	Dar Like	Subir fotografía	Subir video	Subir historia	Comentar a otro usuario (fotografía, video, historia)	Enviar mensaje a otro usuario	Otro	Total por usuario
1	3	5	2	1	1	0	1	0	2	0	16
0	0	0	6	8	0	0	6	0	0	0	20
0	0	0	1	4	1	0	1	2	0	1	10
2	0	0	0	2	2	1	6	1	0	2	16
1	0	0	0	11	1	0	1	0	2	0	16
0	0	0	7	7	0	0	1	0	2	0	17
2	0	0	0	3	0	0	0	0	3	0	8
0	0	0	0	5	1	0	1	1	0	0	8
0	0	0	5	9	0	3	0	0	0	4	21
1	0	0	2	2	0	0	0	0	2	1	8
0	0	0	7	15	0	0	0	5	2	5	34
0	0	0	0	3	2	3	0	0	0	0	8
1	0	0	4	5	1	0	0	0	5	1	17
8	2	0	2	2	0	0	3	0	0	1	18
0	3	2	3	1	0	0	0	0	3	0	12
0	0	0	3	7	2	0	2	0	0	0	14

Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total
16	8	7	42	85	11	7	22	9	21	15	243
Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
6.5%	3.2%	3%	17.2%	35%	4.5%	3%	9%	3.7%	8.6%	6.1%	100%

**Tabla 6. Formato de creación:**

Fotografía	Video	Audio Video	Texto	No especifica o No creada	Total por usuario
1	0	1	0	14	16
0	6	0	0	8	14
8	2	0	0	0	10
7	2	0	0	7	16
2	0	0	0	14	16
1	0	0	0	7	8
1	0	0	0	7	8
2	0	0	1	5	8
3	2	0	0	9	14
4	1	1	0	0	6
0	0	0	0	16	16
2	0	0	0	6	8
3	1	0	0	4	8
4	1	0	0	11	16
0	0	0	0	13	13
5	0	0	0	9	14
Total	Total	Total	Total	Total	Total
43	15	2	1	130	191
Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
22.5%	8%	1%	0.5%	68%	100%

**Tabla 7. Herramientas de formato:**

Audio	Emoticones	hashtags	Links	Etiquetas	Texto	Otro	No especifica	Total por usuario
0	2	0	0	1	1	0	0	4
0	15	1	0	0	0	0	0	16
0	3	0	0	0	3	0	4	10
1	2	2	0	0	0	1	10	16
2	15	2	0	0	0	0	0	19

0	3	0	0	0	0	0	5	8
0	0	0	0	0	0	0	8	8
0	2	0	0	0	0	1	5	8
1	1	0	0	0	0	0	12	14
0	3	1	0	0	0	3	0	7
0	0	0	0	0	0	0	16	16
0	0	0	0	0	0	0	8	8
1	2	3	0	0	0	0	1	7
1	6	3	0	0	0	1	5	16
0	0	0	0	0	0	0	13	13
0	5	1	0	0	0	0	8	14
Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total
6	59	13	0	1	4	6	95	184
Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
3.2%	32%	7%	0%	0.5%	2.1%	3.2%	52%	100%

**Tabla 8. Tipo de Contenido:**

Fotografía propia	Fotografía de tercero (persona, animal, cosa)	Video propio	Video de tercero	Historia propia	Historia de tercero	Total por usuario
0	0	1	1	0	0	2
0	0	0	0	2	4	6
4	3	0	2	0	1	10
6	1	1	1	0	0	9
2	13	0	0	0	2	17
1	1	0	0	0	0	2
1	0	0	0	0	0	1
0	2	0	0	0	0	2
3	3	1	1	0	0	8
3	5	0	0	0	0	8
0	0	0	0	0	0	0
2	2	0	0	0	0	4
2	1	0	1	0	0	4
1	4	0	1	0	0	6
2	4	0	2	0	1	9
6	4	0	0	0	0	10
Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total
33	43	3	9	2	8	98
Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
34%	44%	3%	9%	2%	8%	100%

**Tabla 9. Tiempo dedicado:**



Menos de 1 minuto	De 1 a 3 minutos	De 4 a 6 minutos	De 7 a 9 minutos	De 10 a 12 minutos	De 13 a 15 minutos	De 16 minutos o más	Total por usuario
0	5	5	4	2	0	0	16
0	0	10	0	3	1	2	16
0	9	1	0	0	0	0	10
0	3	7	0	2	1	3	16
0	0	13	0	0	1	2	16
0	0	0	0	0	2	6	8
0	0	1	0	2	1	4	8
7	1	0	0	0	0	0	8
0	3	3	0	4	2	2	14
0	1	2	0	1	2	2	8
0	1	2	2	3	3	5	16
0	6	1	1	0	0	0	8
0	0	1	0	1	1	5	8
8	5	3	0	0	0	0	16
0	0	3	0	4	1	5	13
0	4	4	2	2	2	0	14
Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total
15	38	56	9	24	17	36	195
Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
7.6%	19.4%	29%	4.6%	12.3%	8.7%	18.4%	100%