



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

**PROGRAMA DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN
PROFESIONAL**

**El uso del inglés en la red social Facebook por jóvenes
estudiantes de una universidad privada en Lima, Perú**

TESIS

Para optar por el título profesional de: Licenciado en Traducción e
Interpretación Profesional

LENGUA A: CASTELLANO, LENGUA B: INGLÉS, LENGUA C: FRANCÉS

LENGUA A: CASTELLANO, LENGUA B: INGLÉS, LENGUA C: CHINO

LENGUA A: CASTELLANO, LENGUA B: INGLÉS, LENGUA C: FRANCÉS

AUTOR

Caldas Aquije, Xiomara Ximena (0000-0001-8605-8382)

Mendoza Leo, Sara Yasmin (0000-0001-9697-9249)

Rivera Gonzaga, Carla Maria (0000-0002-2591-383X)

ASESOR

Marín Cabrera, Claudia (0000-0002-5892-3647)

Lima, 23 de octubre de 2018

A nuestros padres

Agradecimientos

A nuestros padres y hermanos por su constante e incondicional apoyo.

Al profesor Mijal Garvich por sus sugerencias y comentarios en nuestro proyecto de tesis.

A todos nuestros profesores de la UPC por todas sus enseñanzas.

Resumen

Desde el comienzo de nuestra era, las relaciones entre civilizaciones y culturas de diferentes partes del mundo presentaron diversos contactos lingüísticos entre los hablantes de distintos idiomas. Estos generaron una variación en el uso gramatical y, por ende, un nuevo vocabulario entre las lenguas contactadas, siendo el inglés, uno de los más destacados. Hoy en día, el inglés es el idioma con más influencia en el mundo y su uso en el Perú, sea mediante anglicismos o de forma general, es innegable. También es importante mencionar que la propagación del mismo es cada vez mayor gracias al apoyo de la tecnología y al uso de redes sociales. El presente trabajo busca observar el uso del inglés en la red social Facebook por jóvenes estudiantes de 18 a 25 años de una universidad privada de Lima Metropolitana. Este estudio propone ver de manera cualitativa qué tanto los jóvenes universitarios, de este sector en particular, utilizan el inglés en sus publicaciones. Dentro de los resultados se observó los siguientes tipos de uso: spanglish, memes y -en circunstancias generales- el hashtagging, entre otros factores que podrían complementarse con otros estudios, como el posible aprendizaje e integración del idioma inglés en esta u otras redes sociales y el uso de este idioma en otras ramas de investigación.

Palabras clave: Red social, Facebook, inglés, hashtag, memes, spanglish.

Abstract

Since the beginning of our era, relations between civilizations and cultures from different parts of the world presented diverse linguistic contacts between speakers of different languages. These generated a variation in the grammatical use and, therefore, a new vocabulary among the contacted languages, being English one of the most outstanding ones. Nowadays, English is the most influential language in the world and its use in Peru, whether through anglicisms or in a general way, is undeniable. It is also important to mention that it is spreading and growing thanks to the support of technology and the use of social networks. The present work aims to observe the use of English in the social network of Facebook by young students from 18 to 25 years of a private university in Metropolitan Lima. This study proposes to see - with a qualitative scope - how young university students (in this particular sector) use English in their posts. The following types of use were observed in the results: Spanglish, memes and -in general circumstances- the hashtag; among other factors that could be complemented with other studies, such as the possible learning and integration of the English language in this or other social networks, and the use of this language in other branches of research.

Key words: Social network, Facebook, English, hashtag, memes, Spanglish

Tabla de contenidos

Introducción.....	8
Capítulo 1: Métodos.....	10
Diseño del estudio	10
Población y contexto.....	10
Participantes	10
Recolección de datos	11
Fase 1.....	11
Fase 2.....	11
Análisis de datos.....	12
Capítulo 2. Resultados	13
Uso del inglés en las publicaciones de Facebook por parte de jóvenes universitarios.	14
Análisis detallado de las publicaciones de Facebook	16
Capítulo 3. Discusión.....	19
Conclusión.....	23
Referencias	25
ANEXO 1	28
ANEXO 2.....	32
ANEXO 3.....	34
ANEXO 4.....	36

Índice de tablas

Tabla 2: Análisis de 250 encuestados	13
Tabla 3: Análisis detallado de las publicaciones de Facebook durante 3 semanas, 15 participantes	15

Índice de figuras

Figura 1. Publicación personal en inglés de un participante sobre una imagen específica.	17
Figura 2. Publicación personal en inglés de un participante sobre un evento al que asistió.	17
Figura 3. Publicación de una canción en inglés acompañado de una imagen.	17
Figura 4. Publicación de una canción en inglés que hace referencia a una imagen.....	18
Figura 5. Publicación de una imagen en inglés sin ningún tipo de comentario.	18
Figura 6. Publicación personal en español acompañada de un <i>hashtag</i> en inglés.	18
Figura 7. Publicación personal en español acompañada de un <i>hashtag</i> del tipo «frase en inglés».	18

Introducción

A lo largo de la historia, la interacción lingüística se ha extendido más allá de su lugar de origen primitivo, tanto así que ha invadido otros territorios de otras razas, culturas y zonas distintas de civilización (Rotaetxe, 1992). En la actualidad, se puede afirmar que la lengua que se encuentra presente en la mayoría de las sociedades es el inglés. Gracias a la globalización y a los avances económicos y tecnológicos, esta se ha convertido en una lengua internacional (Halliday y Lam Kam-Kei, 2012), es decir, es el vehículo de comunicación principal en temas importantes y trascendentales. Además, el inglés es el idioma más utilizado para transmitir información de todo tipo entre países del mundo entero (Crystal, 2003). Por consiguiente, hoy en día es la lengua que más influye en el español y está presente en distintos ámbitos: económico, social, tecnológico, científico, turístico, entre otros; específicamente en los medios de comunicación (Graddol, 1997). Dentro de los más relevantes se encuentran los referentes al internet. La mayoría de las personas se comunica e informa de manera virtual: Twitter, Instagram y Facebook. Según Duggan (2015), Facebook es la red social más utilizada, principalmente en el caso de los jóvenes. Este autor también menciona que el inglés está presente en estas redes y se utiliza por personas de todas partes del mundo, modificando así el lenguaje.

En la actualidad, existen pocos estudios que exploran y analizan el uso y/o influencia del idioma inglés en las redes sociales. Sin embargo, hay estudios similares con un enfoque más específico, como es el caso de los anglicismos. Por ejemplo, Bedoya y Casanova (2009) analizaron los anglicismos léxicos hablados por jóvenes de cierta universidad de Colombia. Existen también algunos estudios con respecto al uso del inglés en redes sociales. En Perú, Mercado (2014) realizó una investigación de la red social Facebook como recurso educativo complementario al aprendizaje de las habilidades orales del inglés en estudiantes de quinto año de educación secundaria de una institución educativa pública de Lima Metropolitana. En España y Colombia, existe un estudio sobre el uso de Facebook (Almansa, Castillo y Fonseca, 2012) donde analizan y comparan el uso y las experiencias de los jóvenes de ambos países en esta red social.

Como se ha mencionado, existen algunas investigaciones sobre el uso de las redes

sociales en el aprendizaje del inglés y en jóvenes de distintos países. Sin embargo, en el caso del Perú, todavía no se ha llevado a cabo una investigación que se centre en el uso del inglés en la red social Facebook por estudiantes universitarios de una universidad privada. Por esta razón, la presente investigación tiene como objetivo principal observar el uso del inglés en la red social Facebook por jóvenes que vivan en Lima Metropolitana, que sean estudiantes de una universidad privada y que se encuentren entre los 18 y 25 años. El estudio se enfoca de manera específica en esta red social porque, según E-Marketer, es de entre todas, la más utilizada por universitarios dentro de ese rango de edades (E-MARKETER, 2014). Con respecto a los objetivos secundarios, también se desea observar los factores, tipos y características que derivan del uso del idioma en la red social ya mencionada. A su vez, podría ser un punto de partida para nuevas investigaciones en el Perú, u otras partes del mundo, sobre el uso del inglés en las redes sociales de una forma más amplia y que puedan abordar otros ámbitos como el marketing, aprendizaje, psicología, entre otros.

Capítulo 1: Métodos

Diseño del estudio

El diseño de nuestra investigación posee un enfoque cualitativo. Sin embargo, para la recolección de datos se emplearon tanto los métodos cuantitativos como cualitativos. Este último nos permitió obtener datos más específicos de un grupo reducido de personas. Sin embargo, gracias a la recolección de datos cuantitativos se recolectó información más general y sirvió para respaldar nuestro análisis cualitativo.

Población y contexto

El estudio se centró en la capital del Perú: Lima metropolitana. Esto se debe a que Lima es la ciudad con mayor población y posee el mayor movimiento económico y el mejor desarrollo tecnológico del país (INEI, 2015). Asimismo, Lima es el departamento que posee mayor acceso a servicios de internet debido a su posición geográfica (INEI, 2017).

Participantes

Los participantes fueron jóvenes estudiantes de ambos sexos que cumplieran con los siguientes requisitos: tener entre 18 y 25 años, ser estudiantes de cualquiera de los ciclos regulares de la universidad privada seleccionada, poseer un conocimiento básico del inglés (se consideró solo para la segunda fase) y utilizar Facebook de manera constante. Por «uso constante» nos referimos a realizar una a más publicaciones diarias o entre 10 a más publicaciones a la semana.

Recolección de datos

Fase 1

Durante la primera fase se realizaron encuestas en físico. Los temas que se abordaron en la encuesta fueron diversos: el uso de Facebook, el nivel de inglés del participante, el uso de inglés en Facebook y el aprendizaje de palabras en inglés mediante el uso diario de esta red social, entre otros. Cabe resaltar que esta encuesta fue de anónima y de respuestas cerradas. Los participantes solo especificaron la edad, carrera y facultad a la que pertenecían.

Decidimos basar nuestra investigación en este tipo de muestra, puesto que en la recolección de datos de la primera fase (Tabla 1 – Anexo 4) se recogieron resultados que afirmaban que 80% de jóvenes de la edad mencionada utilizaba de manera diaria la red social Facebook. Además, se pudo reconocer que un 44% utilizaba esta red social para la revisión de las publicaciones de sus contactos y un 34% realizaba publicaciones en su muro de manera constante. Por último, se observó que un 60% leía las publicaciones de otros de manera casi instantánea pues es lo primero que aparecía en la sección “noticias”. Respecto al reclutamiento, en esta primera fase, que constó de una encuesta física a 250 estudiantes, los participantes fueron elegidos de manera aleatoria: se seleccionó a uno de cada tres alumnos que se encontraban en las áreas de descanso (las cafeterías, jardines y todo tipo de espacios abiertos) de la universidad.

Fase 2

La segunda fase fue la parte virtual de la investigación. Es importante mencionar que los participantes de la segunda fase no fueron parte de la primera. Asimismo, se les pidió firmar un consentimiento informado que especificaba que no se revelaría por ningún motivo su información personal, que permanecerían en el anonimato y podían optar por retirarse de la investigación en el momento en el que desearan (se adjunta el modelo de consentimiento informado en el Anexo 3).

Con respecto al reclutamiento de participantes en esta fase, se contactó a otro grupo de alumnos de la misma universidad para que formaran parte de la observación virtual. En esta etapa, se seleccionaron a 30 estudiantes de manera aleatoria dispuestos a participar.

Aunque se escogieron a 30 participantes y se procedió a agregarlos a una cuenta de Facebook creada específicamente para este proceso, no todos aceptaron la solicitud en esta red social, por lo que al final, solo se consideraron a 15 participantes.

Para la recolección de datos en esta fase se creó una cuenta de Facebook exclusivamente para el análisis de las publicaciones de los participantes: 15 universitarios. Luego, se hizo una recolección y análisis de las publicaciones de Facebook durante el periodo de tres semanas consecutivas. Se hicieron pantallazos o *screenshots* a cada una de las publicaciones realizadas por los participantes. Los *screenshots* superaron la cantidad de 300 imágenes, el seguimiento se realizó durante tres semanas y se incluyó cada una de las publicaciones dentro de nuestra base de datos para tener mayor veracidad de lo observado.

Análisis de datos

Para el análisis de la primera fase se realizó una base de datos en Microsoft Excel con la información recolectada de la encuesta. Luego, se utilizó esta misma herramienta para el cálculo de las frecuencias y porcentajes de las variables categóricas, como también para el cálculo de los promedios y rangos de las variables continuas.

Para el análisis de los *screenshots* de la segunda fase, se realizó una plantilla de observaciones en Excel. Después, se utilizó la misma herramienta para hacer una síntesis del contenido de los *screenshots*.

Cabe recalcar que ambas fases son importantes; si bien nuestro estudio se enfoca principalmente en analizar los resultados recolectados de la segunda fase, es gracias a la primera que hemos podido cuantificar y obtener información directa partiendo desde el punto de vista de los estudiantes con respecto al uso del inglés en esta red social.

Capítulo 2. Resultados

Los resultados recolectados fueron basados en dos tipos de participantes. En la primera fase, la edad de los estudiantes variaba entre 18 a 25 años siendo las carreras más recurrentes las de Ingeniería y Negocios. En esta sección se obtuvieron dos tablas. La Tabla 1 no se ha agregado a la sección de resultados debido a que su contenido solo se utilizó para complementar y corroborar la información obtenida posteriormente en la segunda fase. Además, sirvió para caracterizar los tipos de uso de Facebook por el grupo de participantes, por ello se ha incluido como anexo. Con respecto a la segunda fase, es importante especificar que la edad de los participantes también fue variada y con respecto a las carreras más recurrentes se encontraban las de la facultad de Ingeniería y Ciencias Humanas.

Tabla 2: Análisis de 250 encuestados

Tabla 2: Análisis de 250 encuestados	
¿Tiene un conocimiento de inglés?	
Sí	95% (238)
No	5% (12)
Nivel de inglés (n=238)	
Nivel 1 (Básico)	2% (4)
Nivel 2 (Básico- Intermedio)	15% (37)
Nivel 3 (Intermedio)	30% (74)
Nivel 4 (Intermedio-Avanzado)	32% (79)
Nivel 5 (Avanzado)	18% (44)
Observa uso de inglés en Facebook en sus contactos	
Sí	84% (211)
No	16% (39)
Frecuencia de uso (n=211)	
Muy frecuentemente	14% (34)
Frecuentemente	55% (138)
Rara vez	16% (39)
Uso de inglés en su propio Facebook	
Sí	53% (132)
No	47% (118)
Frecuencia de uso (n=132)	
Un par de veces al día	9% (12)
Al menos una vez al día	12% (16)
Interdiario	9% (12)
Dos veces a la semana	16% (21)
Al menos una vez a la semana	54% (71)

Motivo por el que usar inglés en Facebook (n=132)	
Porque le gusta	55% (77)
Porque practico inglés	31% (41)
Porque a veces no me doy cuenta que mezclo los idiomas	28% (37)
Porque se ha vuelto parte de mi identidad	26% (34)
Porque me siento creativo	14% (19)
Porque mi publicación se ve más bonita	13% (17)
Porque es más fácil	12% (16)
Porque la mayoría lo usa	10% (13)
Porque muchos amigos lo utilizan	6% (8)
Para estar a la moda	2% (3)
Facebook ayuda al aprendizaje del inglés	
Sí	66% (87)
No	34% (45)

Uso del inglés en las publicaciones de Facebook por parte de jóvenes universitarios.

Como se observa en la Tabla 2, esta sección se enfoca en el uso de inglés en la red social Facebook por parte de los participantes y sus contactos. La primera sección hace referencia al nivel de inglés que consideraban tener los participantes. Aquí se puede observar que el 95% tenía algún conocimiento del idioma inglés y que el nivel indicado por la mayoría era de intermedio-avanzado (32%) e intermedio (30%). Se puede apreciar que, del total de encuestados, el 84% o 211 participantes observó el uso del idioma inglés entre sus contactos en alguna ocasión. Y de este total de 211 participantes, el 55% observó el uso del inglés en sus contactos de manera frecuente. Un poco más de la mitad de los participantes (53%) reportó haber usado inglés en Facebook en algún momento.

A partir de este último resultado, el 53% de participantes, es decir, 132 de ellos, representó el nuevo total. De estos encuestados, el 54% afirmó haber utilizado el inglés en sus publicaciones al menos una vez a la semana y un 21% una a más veces al día. Se puede observar que un poco más de la mitad (55%) empleó el inglés en su red social porque le gustaba, un 31% porque sentía que así lo practicaba, el 28% mezcló los idiomas sin darse cuenta y el 26% sentía que el inglés ya se había vuelto parte de su identidad. Otra gran parte de los participantes (66%) consideró que usar inglés en Facebook les ayudaba con el aprendizaje de ese idioma, ya sea en el lenguaje formal como en el informal. A continuación, se incluyen algunas respuestas de la única pregunta abierta de la encuesta:

- «El uso frecuente del idioma hace que uno llegue a memorizar las palabras, logrando o facilitar el idioma sin que uno se dé cuenta.»
- «Porque de alguna manera u otra al ver algunas publicaciones en inglés queremos saber qué dice, por la tanto aprendemos palabras nuevas y su significado.»
- «Porque aprendo sobre el uso del inglés coloquial de jerga virtual: yolo, #tbt, etc.»
- «Permite que la persona practique el inglés de manera más relajada, informal y creativa.»
- «Porque si quiero publicar alguna frase de mi propia creación y no sé alguna palabra, recorro a un diccionario o un traductor de inglés y así aprendo nuevas palabras.»

Tabla 3: Análisis detallado de las publicaciones de Facebook durante 3 semanas, 15 participantes

Tabla 3: Análisis detallado de las publicaciones de Facebook durante 3 semanas, 15 participantes	
Cantidad de publicaciones totales en Facebook	
Por lo menos 1 publicación, % (n)	73% (11)
Mediana de publicaciones (rango intercuartil - RIC)	11 (4-18)
Rango de publicaciones	0-78
<u>Entre las 11 personas que publicaron en Facebook:</u>	
Cantidad de publicaciones en inglés en Facebook	
Por lo menos 1 publicación, % (n)	82% (9)
Mediana de publicaciones (RIC)	3 (0-8)
Rango de publicaciones	0-19
<u>Para las primeras 3 publicaciones en inglés entre las 9 personas que publicaron en inglés: Análisis de 26 publicaciones</u>	
Cantidad total de palabras por publicación	
Mediana (RIC)	7 (5-10)
Rango	1-63
Cantidad de palabras en inglés por publicación	
Mediana (RIC)	3 (1-7)
Rango	1-16
Porcentaje de palabras en inglés por publicación	
Mediana (RIC)	100% (21-100%)

Rango	5-100%
Autoría de las publicaciones en inglés	
Personal % (n)	52% (14)
Copia de otro, % (n)	44% (11)
Mezcla de personal con copia, % (n)	4% (1)
Naturaleza de las publicaciones en inglés	
Hashtag en inglés	15% (4)
Canción	15% (4)
Meme	4% (1)
Expresión propia	42% (11)
Videos o imágenes	23% (6)

Análisis detallado de las publicaciones de Facebook

Como se aprecia en la Tabla 3, se realizó un análisis exhaustivo de las publicaciones de los 15 participantes durante 3 semanas en la red social Facebook. Tal y como se puede observar, de este total, el 73% (11 participantes) realizó publicaciones en la red social durante ese periodo de tiempo. El total de participantes publicó una mediana de 11 publicaciones en las 3 semanas, con un rango amplio de 0 hasta 78 publicaciones. De las 11 personas que sí realizaron publicaciones, el 82% (9 personas) realizó por lo menos 1 publicación en inglés. Se puede observar que la mediana de publicaciones con contenido solo en el idioma inglés es de 3 y que varía entre 0 a 8 publicaciones, con un rango de 0 a 19 publicaciones. En base a eso, los siguientes porcentajes se basan solo en las 3 primeras publicaciones en inglés de los 9 participantes que utilizaron el idioma anglosajón, con un total de 26 publicaciones. En cuanto a la cantidad total de palabras por publicación con contenido en inglés, la mediana es de 7 palabras, con un rango intercuartil de 5 a 10 y un rango de 1 a 63 palabras. Ahora, con respecto a la cantidad de palabras en inglés usadas en cada publicación, la mediana fue de 3 palabras, con un rango intercuartil de 1 a 7 y un rango de 1 a 16 palabras.

Sobre la autoría de las publicaciones en inglés, tomando como base 26 publicaciones, el 52% de las publicaciones fueron personales, es decir, es posible que los participantes hayan expresado ideas originales empleando palabras en inglés en la leyenda de las fotos, etc. Así como se muestra en la figura 1 y 2, donde ambas publicaciones son personales.



Figura 1. Publicación personal en inglés de un participante sobre una imagen específica.



Figura 2. Publicación personal en inglés de un participante sobre un evento al que asistió.

Por otro lado, también se encontró otro tipo de publicaciones que se encuentran bajo la categoría de «copia de otro», hubo un 44% de publicaciones que copió imágenes, canciones y frases populares en inglés, tal y como se muestra en la Figura 3, 4 y 5.

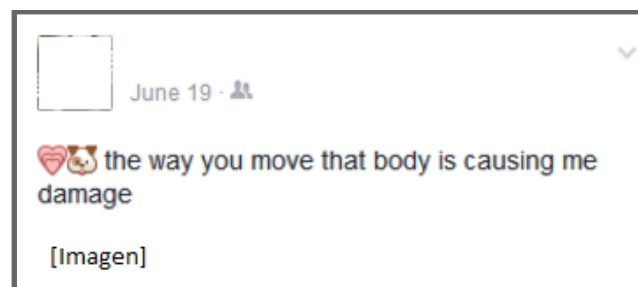


Figura 3. Publicación de una canción en inglés acompañado de una imagen.

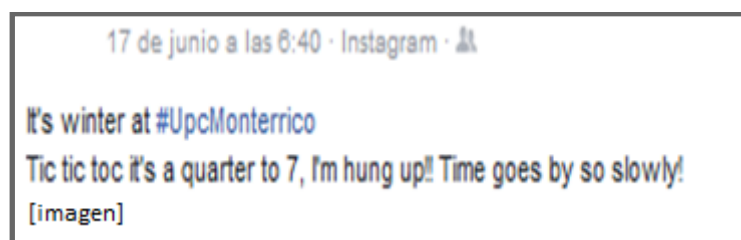


Figura 4. Publicación de una canción en inglés que hace referencia a una imagen.



Figura 5. Publicación de una imagen en inglés sin ningún tipo de comentario.

Otro tipo de publicación que se encontró fue la que incorporó el uso del *Hashtag* en inglés. Se puede observar en la Tabla 3 que el 15% de las publicaciones incluía al menos un *hashtag* en inglés. A continuación, algunos ejemplos específicos en las figuras 6 y 7.

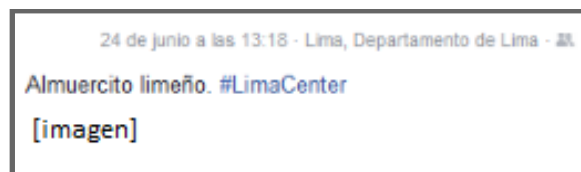


Figura 6. Publicación personal en español acompañada de un *hashtag* en inglés.

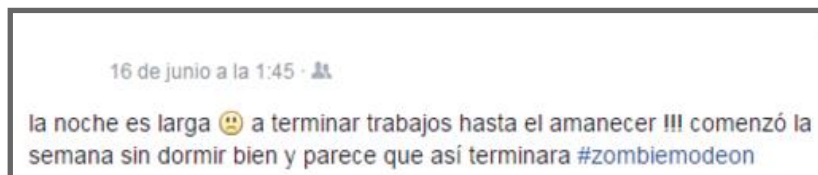


Figura 7. Publicación personal en español acompañada de un *hashtag* del tipo «frase en inglés».

Capítulo 3. Discusión

El análisis del uso del idioma inglés en la red social Facebook en jóvenes estudiantes de una universidad particular de Lima de entre 18 a 25 años busca evidenciar qué tan usado es el idioma inglés en la red social a través de sus publicaciones y qué tanto forma parte de la interacción virtual de los participantes. Asimismo, se busca conocer qué tanto influye la creación de una cuenta en esta red social en el uso e integración del idioma inglés en los participantes. Durante la primera fase, la investigación buscó recolectar una información previa sobre estudiantes anónimos de dicha universidad, para tener una base más general sobre el análisis. Se rescata que la mayoría elige crear y mantener una cuenta en Facebook por una razón social: mantenerse en contacto con sus amistades. Se observa que el 53% emplea el uso del inglés al realizar publicaciones, puesto que, por una parte, esta red social los ayuda en la práctica del idioma y, por otra, porque el idioma anglosajón se ha vuelto parte de su identidad. Ahora bien, en el caso de la segunda fase, la cual se enfocó en un grupo más reducido y diferente al de la primera fase, se encontró que la mayoría de los participantes afirma tener un conocimiento entre intermedio-avanzado del idioma y, que de los 11 participantes que realizaron publicaciones durante el periodo de análisis, el 82% las hizo empleando el idioma inglés, denotando así, un uso mayoritario.

Si bien el propósito de esta investigación fue observar el uso del inglés en alumnos universitarios de una universidad privada de Lima, dicha observación conllevó el análisis de otros temas importantes. La mayoría de los participantes indicó que la red social Facebook les ayudó, de alguna forma, con el uso del inglés, el aprendizaje per sé, no puede ser cuantitativamente medido. Sin embargo, la primera fase de esta investigación nos sirvió de apoyo para corroborar dicha información gracias a los resultados en porcentajes de las respuestas de los alumnos entrevistados. En el Reino Unido existe un estudio similar que hace referencia al uso del galés en Facebook y explica cómo este afecta la personalidad de los usuarios (Cunliffe, Morris y Pyrus, 2013). Ellos aseguran que esta herramienta genera un incremento en el uso del idioma galés en la interacción de sus participantes. Sin embargo, a diferencia de esta investigación, esta nuestro estudio se centra específicamente en el inglés y en el uso

escrito del mismo, mas no en la comunicación verbal. Creemos que esta investigación podría servir de base para otros estudios que sí estén enfocados completamente en el comportamiento del participante. La personalidad y otros factores psicológicos podrían ser igualmente estudiados. Por otro lado, el estudio de Mills (2011), presenta una mayor similitud cuando explica que *Facebook was used as an interactive tool where students could share collective reflection and access resources that enhanced the various topics discussed in class*. Aunque analizan la red social como centro de discusión para la clase, desde un punto de vista educativo, se plasma la idea principal: Facebook es una herramienta importante para el posible aprendizaje y evidente uso del idioma. Así mismos, en la investigación realizada por Iskold (2012) sobre el mismo tema se concluye que *Facebook may enhance face learning, especially in the areas of critical thinking and by providing additional opportunities to interact, increased motivation, and the ability to experiment with character*. Esta investigación entonces refuerza la idea de que es posible que exista un componente de aprendizaje que está presente en el uso continuo de esta red social por parte de los participantes que fueron observados. Facebook juega un rol importante: no solo en cuanto a la interacción social de los participantes, sino también en el desarrollo del conocimiento del inglés; en especial cuando se hace uso del mismo en sus publicaciones e incluso con el uso de un nuevo método popular de comunicación: el *hashtag*.

Este último representa un nuevo método de comunicación en la interacción de los participantes y a su vez es uno de los puntos concluyentes más resaltantes del estudio. El *hashtag* es el resultado de las tantas nuevas formas de comunicación que provienen de la creación de nuevas tecnologías (Pujante, 2013). No solo se utiliza en Facebook sino también en Twitter, Instagram, entre otros. Como nuevo método de comunicación, su uso se relaciona con la nueva forma de expresión de los participantes, sobretodo en publicaciones en inglés. Esto se evidencia también en otros estudios, como menciona Cunha y otros (2011) [...] *like linguistic innovations, new hashtags are created by individuals when they feel the need to categorize their messages with a term not yet used for this purpose. This reflects the speaker's need to create a term, for example, to name an object or an action that he/she was not acquainted with in the offline world*. El estudiante, por ende, crea un nuevo término que se vuelve popular más adelante o *trending* y se comienza a generar una cadena de

comunicación virtual para describir estados, publicaciones, fotos, entre otros. Esto no solo ocurre con el inglés o el español, es un fenómeno que se observa también en otros idiomas. Por ejemplo, Caleffi (2015), habla sobre la importancia del *hashtag* en el idioma italiano cuando menciona *such freedom and creativity can be recorded both in English and in Italian, with a slightly higher level of creativity in the latter, and an increasing tendency in both languages for hashtags to appear more and more frequently in contexts offline, where hashtagging seems to have become a very productive '(socio) morphological' practice*. Tal creatividad puede ser evidenciada también en español e inglés debido a que se trata de un fenómeno mundial. En los resultados, algunos participantes usaron *hashtags* tales como #yolo #playingnow #throwback, entre otros, independientemente del nivel de inglés que tengan.

En la segunda fase del estudio también se observó otro tipo de fenómeno en las publicaciones de los participantes: el uso de los *memes*. Esta palabra se acuñó por primera vez en el libro *The Selfish Gene* de Richard Dawkins (1976). Pocos saben el origen de la palabra y poco tiene que ver con el uso que le dan los participantes actualmente. El autor define el meme como *a noun that conveys the idea of a unit of cultural transmission, or a unit of imitation* (Dawkins, 1976). Respecto a esta teoría, Muñoz (2014) nos explica que *lo que Dawkins postula -en esencia- es que de la misma manera en que los rasgos genéticos se transmiten por replicación de los genes, los rasgos culturales se transmiten por replicación de los memes o unidades de información cultural*. El significado original dista un poco del uso actual que le dan sus usuarios; sin embargo, el aporte de transmisión cultural queda presente, puesto que los *memes* se han vuelto un fenómeno virtual en diferentes redes sociales, especialmente en la red social Facebook. No solo eso, los memes analizados no siempre fueron publicados en español sino también en inglés. Así, se evidencia la interacción de ambas lenguas, lo cual nos lleva al tercer y último punto a tratar: el *spanglish*.

Durante el análisis de los *screenshots* se observó también el uso notorio del *spanglish* por parte de los participantes. Tal es el impacto de este fenómeno que, como indican Rothman y Rell (2005), *Language contact on the scale of Spanish and English will logically result in the adaptation of lexical items or manipulation of the already*

existing lexicon to take on the semantic value of the other language's (in this case English) words or phrases. Es decir, no es una novedad que en la actualidad la importancia del inglés haya traspasado barreras al punto de crearse una nueva variación del idioma mismo. No solo en cuanto a la comunicación verbal del mundo real, sino en cuanto a la comunicación virtual o a través de las redes, como es el caso de Facebook. Algunos de los participantes publicaron mensajes con contenido de inglés. La gran mayoría de literatura asocia el uso del *spanglish* solo en los Estados Unidos como Walczuk (2008) al mencionar que *The emphasis on Spanish by media executives and the willingness of Latinos to keep the language alive in a foreign land understandable, once the Hispanic nation builds itself within the larger North American community.* Si bien en el caso de los Estados Unidos, el uso del español se vio influenciado debido a la migración y el deseo de no perder el idioma en un territorio donde prevalecía el inglés; en el caso de los estudiantes universitarios del sector limeño es todo lo opuesto. Aquí no se utilizó el inglés o el *spanglish* por motivos de supervivencia sino más bien por la gran influencia del inglés mismo en el mundo entero y en la comunicación de los participantes. El *spanglish* se usa por una cuestión de influencia social y moda a la hora de comunicarse, en especial de manera virtual, más que por el deseo de hacer prevalecer un idioma por encima del otro.

Para finalizar, cabe resaltar que el estudio es novedoso, puesto que en el Perú no existe la suficiente literatura que se enfoque, específicamente, en el uso del inglés en Facebook por universitarios. Aunque no se pueden realizar suficientes comparaciones, existen estudios con contenido similar. Por ejemplo, en el Perú se encuentra el estudio de Hermelinda Mercado de la Pontificia Universidad Católica del Perú (2014) que tiene como participantes a estudiantes de quinto año de secundaria y el análisis se enfoca en sus habilidades orales a diferencia de este estudio, el cual se centra en el uso del idioma inglés en Facebook por jóvenes universitarios. Sin embargo, no es posible llegar a una única verdad sobre los métodos previos empleados por los participantes a la hora de realizar una publicación con contenido en inglés. Asimismo, se debe recordar que este estudio se centra específicamente en la ciudad de Lima y en estudiantes de cierta universidad privada. Esto podría considerarse una limitación si es que se quisiera obtener un análisis más extenso que abarque todo el país, el cual de por sí presenta muchos contrastes en cuanto a su realidad

socioeconómica, es decir, las condiciones tecnológicas varían de ciudad en ciudad y de región: costa, sierra y selva.

Conclusión

El presente estudio buscó analizar el uso del inglés por estudiantes de una universidad privada de Lima. La primera fase y la segunda -aunque fueron realizadas en diferentes etapas y con diferentes métodos, se complementaron para llegar a las siguientes conclusiones:

Enfocándonos en el análisis cualitativo de la segunda fase, se evidencia que sí se utiliza el inglés en la red social Facebook. Su uso se presentó de diferentes formas, siendo las más resaltantes el *hashtag*, los *memes* y el uso del *spanglish*. Este estudio puede servir como base para otros temas relacionados que podrían ser estudiados a más profundidad, como es el caso del aprendizaje del inglés a través de una red social como Facebook. Aunque en la segunda fase del estudio, no podemos asegurar que haya un aprendizaje por parte de los estudiantes basándonos únicamente en la observación de sus publicaciones, durante la primera fase sí se pudo recolectar información directa a través de encuestas realizadas a otro grupo de estudiantes anónimos que, al responder ciertas preguntas, indicaron que sí sentían que la red social Facebook les ayudaba con su aprendizaje del inglés y que sí utilizaban el inglés en la red por diversas razones. Nuestra investigación invita a que se realicen estudios más profundos en el país, por ejemplo, en provincias del Perú, y en otras partes del mundo. Asimismo, da pie a la comparación con otras redes sociales y las características de cada una. Esta investigación sería la base de muchos más estudios a futuro en diferentes áreas que no necesariamente se limitarían a la observación del uso del inglés. Creemos que hay muchos subtemas que podrían ser analizados de manera particular. El uso del *hashtag* es un fenómeno cultural y es a través del mismo que muchos participantes se ven invitados a usar el inglés, quizá por motivos culturales o sociales del nuevo mundo digital. Creemos también que el *spanglish* está presente en el uso del inglés en esta red social y que demuestra la interculturalidad de los idiomas en los estudiantes de la universidad privada de Lima. Por último, el uso de los *memes* no se limitó solo al idioma español, lo que corroboró el uso del inglés en esta red (independientemente del nivel de conocimiento del idioma de cada participante). La

conclusión no incluye otras áreas del país puesto que estas tienen otros contextos sociales, económicos y geográficos que modificarían lo observado en este estudio en particular.

Referencias

Almansa, A., Castillo, A. & Fonseca, O. (2012) «Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud española y colombiana».

http://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrTceAaI9FWQEQA477UYpQ;_ylu=X3oDMTByaDNhc2JxBHNIYwNzcgRwb3MDMQRjb2xvA2dxMQR2dGlkAw--/RV=2/RE=1456575386/RO=10/RU=http%3a%2f%2fwww.unav.edu%2fmatrimonioyfamilia%2fobservatorio%2fuploads%2f30842_Almansa_C2013_Red.es.pdf/RK=0/RS=tvzlmxDf_wwT9QKzGBTf4XN6yxY-

Balakrishnan, V. (2014) «Using Social Networks to Enhance Teaching and Learning Experiences in Higher Learning Institutions. Eric Journal».

<http://eric.ed.gov/?q=SOCIAL+NETWORK&pg=2&id=EJ1040503>

Bedoya, A. & Casanova H. (2009) «Los anglicismos léxicos en el español hablado por un grupo de jóvenes estudiantes de la pontificia universidad javeriana».

<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis259.pdf>

Blake, R., Chin-Hsi, L. & Warschauer, M. (2016) «Language Learning Through Social Networks: Perception and Reality».

<http://lt.msu.edu/issues/february2016/linwarschauerblake.pdf>

Caleffi, P. (2015) «The ‘hashtag’: A new word or a new rule? ».

http://www.skase.sk/Volumes/JTL28/pdf_doc/05.pdf

Chen, H. (2013) «Identity practices of multilingual writers in social networking spaces, Language Learning and Technology», CALICO Journal 17(2):143–170.

Chung, K. & Paredes, W. (2015) «Towards a Social Networks Model for Online Learning & Performance. Eric Journal».

<http://eric.ed.gov/?q=SOCIAL+NETWORK&pg=2&id=EJ1070115>

Crystal, D. (2003) «English as a global language. United Kingdom: Cambridge University Press».

<http://catdir.loc.gov/catdir/samples/cam041/2003282119.pdf>

Cunliffe, D., Delyth, M., & Cynos, P. (2013) «Young Bilinguals’ Language Behaviour in Social Networking Sites: The Use of Welsh on Facebook».

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcc4.12010/pdf>

Dawkins, R (2014) «What is a meme?».

<https://www.richarddawkins.net/2014/02/whats-in-a-meme/>

Duggan, M. (2015) «Mobile Messaging and Social Media 2015».

<http://www.pewinternet.org/2015/08/19/the-demographics-of-social-media-users/>

E-MARKETER. (2014) «<http://www.emarketer.com/Article/Younger-Users-Spend-More-Daily-Time-on-Social-Networks/1011592>»

GFK PERÚ. (2015) «Uso de internet en el Perú». <http://es.slideshare.net/GfKPeru/gfk-per-uso-de-internet-en-el-per-abril-2015>

Graddol, D (1997) «The use of English? : A Guide to forecasting the popularity of the English language in the 21st century». <https://www.britishcouncil.jp/sites/default/files/eng-future-of-english-en.pdf>

Halliday, M. & Lam Kam-Kei, J. (2012) «What is an international language?» <http://journals.cambridge.org/action/displayAbstract?fromPage=online&aid=96827&fileId=S0266078402001013>.

INEI. (2015) «Producto Bruto Interno por Departamentos 2014». <https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/pbi-dep-2014.pdf>.

INEI (2017) «Población de 6 y más años de edad que hace uso del internet, según grupos de edad y ámbitos geográficos». https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/indices_tematicos/cuadro-09_1.xlsx

Iskold, L. (2010) «Imagined identities: An examination of self - authorship on facebook». www.muhlenberg.edu/media/contentassets/pdf/academics/llc/ISLS_ReadingsinLanguageStudies_Ch10.pdf

Lomicka, L. & Lord, G. (2014) «Social Networking and Language Learning. University of Florida». <http://people.clas.ufl.edu/glord/files/LomickaLord-SocialNetworking.pdf>

Mercado, H. (2014) «La red social Facebook como recurso educativo complementario al aprendizaje de las habilidades orales del inglés en estudiantes de quinto año de educación secundaria de una institución educativa pública de Lima Metropolitana». <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/5783>

Mills, N. (2011) «Situated learning through social networking communities: The development of joint enterprise, mutual engagement, and a shared repertoire». <https://journals.equinoxpub.com/index.php/CALICO/article/viewArticle/22992>

Mitchell, K. (2012) «A social tool: Why and how ESOL students use Facebook». <https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwilkIPTuZTQAhVGYyYKHxKVCMYQFggbMAA&url=https%3A%2F%2Fjournals.equinoxpub.com%2Findex.php%2FCALICO%2Farticle%2Fdownload%2F23721%2F19726&usq=AFQjCNF3ECfjMFBP0WLnncp8sZO-lnsQ&sig2=P1syD6ITlrjs0L12fsUP5w&bvm=bv.137904068,d.eWE&cad=rja>

Muñoz, C (2014) «El meme como evolución de los medios de expresión social». <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/129749/El%20meme%20como%20evoluci%C3%B3n%20de%20los%20medios%20de%20expresi%C3%B3n%20social.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

OXFORD (2014) «How social media is changing language». <http://blog.oxforddictionaries.com/2014/06/social-media-changing-language/>

Pujante, J. (2013) «La realidad en un #hashtag». <http://www.aecpa.es/uploads/files/modules/congress/11/papers/715.pdf>

Rotaetxe, K (1992) «Lengua, cultura, civilización: delimitaciones recíprocas y situación vasca».

<http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/congresos/11/11065075.pdf>

Rothman, J. & Rell, A. (2005) «A linguistic analysis of Spanglish: relating language to identity.

<https://api.equinoxpub.com/articles/fulltext/497>

Universal Teacher. (2005) «Language and Technology». <http://www.universalteacher.org.uk/lang/languageandtechnology.htm>.

Walczuk, A. (2008) «Aquí no se habla Spanglish: The Issue of Language in US Hispanic Media».

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.581.9860&rep=rep1&type=pdf>

ANEXO 1

Edad :

Carrera:

GUÍA DE ENCUESTA

La Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas está realizando el estudio titulado “Analizar el uso del inglés en la red social Facebook por jóvenes universitarios de 18 a 25 años de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) en Lima Metropolitana” con el fin de contribuir al conocimiento en el área de la Traducción e Interpretación de nuestro país. Como expertos en el tema, deseamos contar con su participación, para que pueda brindarnos su perspectiva y compartir así su experiencia en torno al estudio. Le informamos que las encuestas son anónimas y su nombre no aparecerá junto a sus declaraciones. También queremos dejarle saber que no existen respuestas correctas o incorrectas, pues se trata de su propio punto de vista, por lo que le rogamos ser lo más sincero posible y compartir toda la información que pueda y desee. Desde ya le agradecemos por su tiempo y sus declaraciones. La encuesta durará un aproximado de 3 a 5 minutos.

*Cualquier duda o aclaración, no dude en formularle su pregunta a la persona encargada.

1) ¿Desde hace cuánto tiempo posee una cuenta de Facebook?

MARQUE CON UNA X UNA SOLA OPCIÓN

- 1. Hace 1 o 2 años
- 2. Hace 3 o 5 años
- 3. Hace 6 o 8 años
- 4. Desde que Facebook fue creado

2) ¿Por qué decidió crearse una cuenta de Facebook?

MARQUE CON UNA X TODAS LAS OPCIONES QUE SEAN CONVENIENTES

- 1. Por mis amigos
- 2. Por mi familia
- 3. Para estar en contacto
- 4. Fue una novedad
- 5. Pasar el tiempo
- 6. Trabajo
- 7. Subir fotos
- 8. Otros: _____

3) Principalmente, ¿cuál es el uso que le da a Facebook?

MARQUE CON UNA X TODAS LAS OPCIONES QUE SEAN CONVENIENTES

- 1. Conversar con amigos
- 2. Hacer publicaciones
- 3. Subir fotos
- 4. Mantener contacto con familia lejana
- 5. Jugar
- 6. Seguir a celebridades
- 7. Ver publicaciones de otros
- 8. Otros: _____

4) ¿A la semana, qué tanto revisa su Facebook?

MARQUE CON UNA X UNA SOLA OPCIÓN

- 1. A diario
- 2. Interdiario
- 3. Entre 2 y 3 veces
- 4. Solo 1 vez

5) ¿Aproximadamente, cuántas horas diarias pasa en la red social? Tome en cuenta su uso mediante el celular, computadora, laptop y/o tablet.

MARQUE CON UNA X UNA SOLA OPCIÓN

- 1. De 7 a más horas
- 2. Entre 4 y 6
- 3. Entre 1 y 3
- 4. Menos de 1

6) ¿Cuántos contactos en promedio tiene en esta red social?

MARQUE CON UNA X UNA SOLA OPCIÓN

- 1. De 2000 a más
- 2. Entre 1000 a 2000
- 3. Entre 500 a 1000
- 4. Entre 300 a 500
- 5. Menos de 300

7) En general, ¿qué tanto lee las publicaciones de las personas que tiene agregadas?

MARQUE CON UNA X TODAS LAS OPCIONES QUE SEAN CONVENIENTES

- 1. Cada vez que entro a Facebook
- 2. Cuando salen en Noticias
- 3. Cuando busco a la persona
- 4. Cuando quiero saber algo
- 5. Otros _____

8) Tomando en cuenta sus estudios en el colegio, instituto o universidad ¿consideraría que sabe algo de inglés?

MARQUE CON UNA X UNA SOLA OPCIÓN

1. Si

2. No: Pase a la pregunta 9

De ser afirmativa su respuesta, en una escala del 1 al 5, siendo 1 el nivel más bajo y 5 el nivel más alto, ¿cómo calificaría su nivel de inglés?

MARQUE CON UNA X UNA SOLA OPCIÓN



1	2	3	4	5

9) En general, ¿observa el uso del idioma inglés en las publicaciones, estados y/o comentarios de sus contactos de Facebook?

1. Si

2. No: Pase a la pregunta 10

Si la respuesta es afirmativa ¿Con qué frecuencia los ha notado?

MARQUE CON UNA X UNA SOLA OPCIÓN

1. Muy frecuentemente

2. Frecuentemente

3. Rara vez

10) ¿Usted utiliza e inglés en sus publicaciones, estados y/o comentarios en Facebook?

1. Si: Continúe en la siguiente cara

2. No: Fin de la encuesta

Si la respuesta es afirmativa ¿Qué tanto lo utiliza?

MARQUE CON UNA X UNA SOLA OPCIÓN

1. Un par de veces al día

2. Al menos una vez al día

3. Interdiario

4. Dos veces a la semana

5. Al menos una vez a la semana

11) ¿Por qué lo utiliza?

MARQUE CON UNA X TODAS LAS OPCIONES QUE SEAN CONVENIENTES

1. Me gusta

2. La mayoría lo usa

3. Para estar a la moda

4. Porque es más fácil

5. Mi publicación se ve más bonita

6. Porque me siento creativo

7. Porque practico mi inglés

8. Porque se ha vuelto parte de mi identidad

9. A veces no me doy ni cuenta que estoy mezclando

10. Otros: _____

12) ¿De qué tipo son estas publicaciones en inglés?

MARQUE CON UNA X TODAS LAS OPCIONES QUE SEAN CONVENIENTES

1. Pensamientos propios

2. Frases conocidas

3. Letras de canciones

4. Hashtags

5. Otros: _____

13) ¿Cree que el uso del inglés en Facebook le facilita el aprendizaje del idioma?

1. Si

2. No

Si la respuesta es afirmativa ¿Por qué cree eso?

Muchas gracias.

ANEXO 2

PLANTILLA DE OBSERVACIÓN DE MUROS DE FACEBOOK

	OBSERVACIÓN N°
Nombre del observador:	Fecha:
Nombre del participante:	Edad:
Ocupación:	Carrera:
DESCRIPCIÓN DE LA OBSERVACION DEL MURO DE FACEBOOK DEL PARTICIPANTE	
1. ¿Cada cuántos minutos, horas o días el participante realiza publicaciones en su muro?	
2. ¿Las publicaciones del participante están escritas totalmente en inglés, poseen una palabra en inglés o hace uso del Spanglish?	
3. ¿Con cuánta frecuencia sus publicaciones poseen términos en inglés?	
4. ¿El participante usa de manera correcta los términos empleados? Explicar.	
5. ¿Cuántas palabras en inglés usa como mínimo en cada publicación?	
6. ¿Las publicaciones realizadas por el participante son escritas por él/ ella mismo? (No hay influencia de canciones, poemas, frases en inglés)	
7. ¿El participante usa los hashtags con términos en inglés?	
8. ¿Las palabras empleadas son palabras de uso habitual o son términos rebuscados?	
9. ¿Cuándo se utilizan más las palabras en inglés? En fotos, en estados, en videos, en canciones.	
10. ¿Relacionadas a qué temas están las palabras: salud, estudios, amor, finanzas, etc?	
11. ¿Se utilizan más hashtags o palabras simples en inglés?	

ANEXO 3

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación:

Analizar el uso del inglés en la red social Facebook por jóvenes universitarios de 18 a 25 años de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) de Lima Metropolitana.

Objetivo de la investigación:

Analizar el uso del inglés en la red social Facebook por jóvenes universitarios de 18 a 25 años que vivan en Lima Metropolitana y que sean estudiantes de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. El presente estudio permitirá observar el empleo del inglés de manera consciente o no consciente por los alumnos universitarios de las carreras de la UPC dentro de la red social.

¿Qué se propone en este estudio?

Reflexionar sobre si el uso es el correcto y si los participantes se toman el tiempo adecuado para saber qué poner en inglés.

¿Como se seleccionarán a los participantes?

Los participantes deben ser alumnos de entre 18 a 25 años que asistan a la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Riesgos y beneficios:

El estudio no conlleva ningún riesgo y el participante no recibe ningún beneficio.

Compensación:

No se dará ninguna compensación económica.

Confidencialidad:

El proceso será estrictamente confidencial. Su nombre no será utilizado en ningún informe ni documento cuando los resultados del estudio sean publicados.

Participación voluntaria:

La participación es estrictamente voluntaria.

Derecho a retirarse del estudio:

El participante tiene el derecho de retirarse del estudio en cualquier momento. No habrá ningún tipo de sanción o represalia.

Consentimiento Informado para toma de fotografías a mi muro de Facebook

Mediante la firma de este documento, doy mi consentimiento para participar en el proyecto de investigación, aplicado por las estudiantes de la UPC como requisito para obtener la Licenciatura en Traducción e Interpretación. Asimismo, doy mi consentimiento para que puedan agregarme como amigo en Facebook y a tomar todas las fotografías que requieran de mi “muro” de Facebook.

Estoy consciente que fui elegido para participar en este estudio pues utilizo constantemente Facebook, hago varias publicaciones y utilizo el inglés en varias de ellas. Además, sé que estoy participando de manera voluntaria y que la información que apporto es confidencial. Por lo tanto, no será revelada a otras personas y no me afectará en lo absoluto. Asimismo, entiendo que puedo dejar de brindar dicha información en el momento en que desee. Finalmente, afirmo que me proporcionaron toda la información correspondiente sobre el proyecto de investigación, sobre los aspectos legales y éticos que involucra mi participación y que puedo solicitar más información, en caso lo requiera, con cualquiera de las alumnas mediante sus correos electrónicos y/o teléfonos celulares.

Nombre del participante

Firma

Fecha

ANEXO 4

Tabla 1 : Análisis de 250 encuestados	
Periodo de tiempo que tiene en Facebook	
Hace 6 - 8 años	56% (139)
Hace 3-5 años	40% (99)
Desde que Facebook fue creado	3% (08)
Hace 1 - 2 años	2% (04)
Motivo por el que creó una cuenta de Facebook (Respuestas múltiples)	
Por amigos	58% (146)
Para estar en contacto	40% (100)
Porque fue una novedad	32% (60)
Para pasar el tiempo	28% (69)
Para jugar	11% (28)
Para subir fotos	8% (21)
Por mi familia	8% (20)
Por trabajo	8% (19)
Para la Universidad	4% (09)
Uso que le brinda a Facebook (Respuestas múltiples)	
Conversar con amigos	77% (193)
Ver publicaciones de otros	42% (105)
Hacer publicaciones	34% (86)
Subir fotos	33% (82)
Mantener contacto familia lejana	27% (67)
Seguir a celebridades	10% (25)
Trabajos en la universidad	10% (26)
Jugar	6% (14)
Ver noticias de actualidad	4% (09)
Tiempo de uso de Facebook a la semana	
Diario	80% (199)
Interdiario	12% (31)
Entre 2 a 3 veces	6% (16)
Solo una vez	2% (4)
Promedio de horas diarias en Facebook	
Entre 7 a más horas	15% (37)
Entre 4 y 6 horas	35% (87)
Entre 1 y 3 horas	38% (96)
Menos de 1	12% (30)
Promedio de contactos en Facebook	
Entre 2000 a más	6% (14)
Entre 1000 a 2000	22% (56)
Entre 500 a 1000	40% (100)
Entre 300 a 500	18% (44)
Menos de 300	14% (36)
Veces que lee las publicaciones de sus contactos	
Cuando aparecen en noticias	60% (151)
Cada vez que entro a Facebook	37% (93)
Cuando quiero saber algo	18% (46)
Cuando busco a la persona	13% (33)