

## **CAPÍTULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN**

#### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

A lo largo de las últimas décadas las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han tenido un gran impacto en nuestra sociedad, provocando un cambio importante en la vida de las personas y en el funcionamiento de la sociedad. Pero probablemente la influencia más llamativa de las nuevas tecnologías se ha producido entre la población más joven. Cada vez es mayor el tiempo que adolescentes pasan conectados a internet, usando el móvil, con lo que otros pasatiempos y ocupaciones más tradicionales empiezan a quedar olvidadas. Esta nueva realidad ha despertado una considerable preocupación social acerca de la influencia que el uso de estas tecnologías puede tener sobre el desarrollo y ajuste personal, especialmente de adolescentes.

Se apuntan algunas consecuencias positivas en el uso de internet y las redes sociales como la constitución y mantenimiento de relaciones sociales derivadas de su uso. Pero, junto a los posibles beneficios, también hay datos y estudios que alertan de los riesgos derivados de la masiva presencia de las redes sociales en la vida cotidiana de adolescentes. (Echeburúa, Labrador y Becoña, 2009)<sup>1</sup>

El informe “Social media around the world”<sup>2</sup> elaborado entre diciembre de 2009 y enero 2012, por la empresa belga InSites Consulting en 14 países de siete regiones del mundo (Bélgica, Holanda, Inglaterra, España, Italia, Portugal, Francia, Alemania, Rumania, Estados Unidos, Brasil, Australia, Rusia y China), develó que el 72% de los usuarios de Internet pertenece al menos a una red social. El envío de mensajes, las conversaciones en la página de inicio y la incorporación a páginas y/o grupos, son las

---

<sup>1</sup> E. Echeburúa (2009). Becoña (eds.), “Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes” Madrid.

<sup>2</sup> InSites Consulting, (2012). Artículo: “Social Media around theWorld” Bélgica. e: 5/04/16.

<http://alfredoherandezdiaz.com/2012/10/10/10-conclusiones-sorprendentes-del-social-media-around-the-world-2012/>

actividades realizadas en las redes sociales más destacadas por los usuarios. El número medio de redes sociales utilizadas por los usuarios es de dos.

Según datos publicados por la empresa consultora Nielsen<sup>3</sup>, Brasil encabeza el ranking mundial de usuarios activos en redes sociales con un 86%, seguido por Italia con el 78%, España ocupa una destacada tercera posición con un porcentaje de 77%, en Japón, Estados Unidos, Reino Unido, Francia y Australia el porcentaje de usuarios activos en redes sociales se encuentra entre el 70% y el 75%, en Alemania se contabiliza un 63%, mientras que en Suiza la cifra llega al 59%.

Más de 850 millones de personas en todo el mundo, son parte de alguna Red Social. Las más populares que atraen a la gran mayoría son: Facebook: 400 millones, MySpace: 274 millones y Twitter: 105 millones.

En Bolivia el número de usuarios se incrementa, de los cuales la mayoría son adolescentes y jóvenes entre 13 y 25 años con un porcentaje de 85%. Uno de los datos más significativos de CIES Internacional realizado en Bolivia es que a diferencia de la evaluación del año 2009 en donde la búsqueda de información era el servicio más utilizado, en el estudio de 2012 las redes sociales son las más utilizadas. Entre las redes sociales la favorita en nuestro país es Facebook, con un 97%. Le siguen en popularidad: Google+ 27% y Twitter 10%. (CIES Internacional 2012)<sup>4</sup>.

En el 2009, Jeannette Durán Alemán en Argentina realizó una investigación, que se titula: “Expresiones de violencia interpersonal y social en el ciberespacio desde la vivencia del adolescente”. Esta investigación parte del reconocimiento del derecho que tienen los adolescentes, a los beneficios que ofrece las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y sobre todo al uso seguro, responsable.

Otro documento más reciente, es el realizado por el investigador Marco Fournier, titulado: “Conocimientos, actitudes y prácticas asociados al uso de Internet en adolescentes”, fue llevado a cabo en Chile y publicado en el 2013. Los resultados

---

<sup>3</sup> Nielsen (2010). Ranking mundial de usuarios. e: 05/04/16 /<http://www.nielsen.com/>

<sup>4</sup> Cies Internacional (2012). e: 05/04/16 <http://www.ciesinternacional.com/> La Paz – Bolivia.

obtenidos en esta investigación demuestran, que el uso de Internet se enfoca más en actividades sociales como: chatear, enviar y recibir correos; mientras que es poco aprovechado como apoyo para el estudio. Puso en evidencia algunas prácticas de riesgo; en especial en conductas que implican agresividad y violencia en las comunicaciones. (Fournier, 2010)<sup>5</sup>.

En nuestro país en abril de 2010, la Fundación REDES<sup>6</sup> presentó los resultados de la investigación titulada “Acceso y el uso social de internet en Bolivia” escrito por Eduardo Rojas. Los resultados revelaron que no existen iniciativas de promoción del uso responsable de internet que incorporen específicamente un enfoque de derechos humanos, esto demostró la extrema vulnerabilidad de niñas, niños, adolescentes y mujeres en el ciberespacio. El mismo autor en el año 2013 con la misma fundación realiza un taller titulado: “Prevención de la violencia digital en la escuela”. El contenido de este taller fue desarrollado por expertos en gobernanza de internet de la fundación REDES, basándose en la importancia de educar a las nuevas generaciones en el funcionamiento integral de internet para que puedan ejercer sus derechos humanos y también para reducir comportamientos peligrosos en línea.

Otra investigación llevada a cabo en nuestro país entre junio y septiembre de 2012 titulada “Adolescencia y medios de comunicación”<sup>7</sup> del autor René Zeballos en 31 colegios fiscales, privados y de convenio dio como resultado que los adolescentes de La Paz se acercan cada vez más a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC); las redes sociales y la música son las más concurridas. El 67,6% de los entrevistados aseguró no poder “vivir sin celular”, según el estudio.

Los datos y cifras en todo el mundo muestran que las redes sociales de internet se encuentran inmersas en la realidad social actual, no sólo en otros países, también en nuestro país se ve un alto número de usuarios, y son varios los investigadores que se

---

<sup>5</sup> Fournier, M. (2010). Conocimientos, actitudes y prácticas asociados al uso de Internet en adolescentes. Fundación Paniamor. e 5/04/16. <http://paniamor.org/interactivo/centrodoc/uit.html>.

<sup>6</sup> Fundación Redes. (2013). “Acceso y el uso social de internet en Bolivia” La Paz-Bolivia. e. 5/04/16. <http://www.fundacionredes.org>.

<sup>7</sup> La Razón (2012) “Los adolescentes de La Paz prefieren cada vez más las TIC”. e 5/04/16. [http://www.la-razon.com/sociedad/adolescentes-Paz-prefieren-vez-TIC\\_0\\_1910808975.html](http://www.la-razon.com/sociedad/adolescentes-Paz-prefieren-vez-TIC_0_1910808975.html).

preocupan por identificar las secuelas que produce el empleo de las redes sociales, en especial en adolescentes debido a la vulnerabilidad de los mismos, es así que existen varias investigaciones referidas a la problemática, en el país se realizaron algunas, pero en nuestro departamento aun no, es por tal motivo que se optó por realizar el presente trabajo y así obtener información de la realidad de nuestro entorno social en cuanto a la actitud de los adolescentes hacia las redes sociales de internet.

Así mismo cabe resaltar que el continuo desarrollo de las Tecnologías de la información y de la comunicación ha favorecido numerosos cambios en la forma de comunicarnos y relacionarnos en la sociedad. Dichos cambios han dado lugar a nuevos patrones de pensamiento y de comportamiento, sobre todo en los jóvenes, que son los mayores usuarios de las tecnologías. Esta adopción del medio interactivo supone el desarrollo de nuevas aptitudes y actitudes vinculadas a las nuevas tecnologías en general y especialmente aquellas relacionadas directamente con internet.

En relación a lo anterior surge la necesidad de conocer a fondo esta realidad e identificar posibles actitudes de los adolescentes hacia internet, en específico las redes sociales, no se trata de conocer esta realidad para alertar a los adolescentes contra la utilización de las nuevas tecnologías, sino, que a partir de este conocimiento brindar una descripción de la problemática para que los beneficiarios en específico adolescentes puedan aprovechar de manera satisfactoria las oportunidades y recursos que ofrecen estas nuevas tecnologías.

## 1.2. JUSTIFICACIÓN

Las redes sociales son el resultado del desarrollo tecnológico, debido a que vivimos en la era de la tercera revolución industrial en la que la ciencia y la tecnología se aplican al proceso de la producción, creando productos tales como computadoras personales, laptops, teléfonos celulares, etc. Estos productos nos permiten obtener información, entretenimiento y comunicación, de tal forma que podemos comunicarnos con el vecino de al lado y con personas que están al otro lado del mundo, utilizando internet a través de facebook, twitter, etc. Las redes sociales surgen en este contexto y ciertamente llegaron para quedarse.

Las redes sociales están siendo la principal revolución psicológica del siglo XXI ya que contribuyen a cambiar la forma de pensar y actuar de las nuevas generaciones. Su impacto social puede imaginarse al considerar que las redes sociales aumentan su número de usuarios a razón de un millón por semana, primordialmente jóvenes, por lo cual podemos inferir no solo un impacto cuantitativo, sino también cualitativo. (Domínguez, 2008)<sup>8</sup>.

En relación a lo antes mencionado es que esta investigación busca identificar cuál es la actitud a nivel cognitivo, afectivo y conductual que los adolescentes tienen sobre las redes sociales.

La ejecución del trabajo, tiene:

**Aporte teórico.** - Brinda referencias e información para poder conocer la actitud que tienen los adolescentes en la ciudad de Tarija hacia las redes sociales de internet, tema sobre el cual no se tiene ningún tipo de información sistematizada, por lo cual, la información recogida debe traducirse en un mejor conocimiento de la realidad, tanto para esta población como para que los futuros investigadores cuenten con un documento base de consulta.

---

<sup>8</sup> Domínguez Oscar "Impacto psicosocial de medios masivos de difusión y redes sociales". e 20/07/16.  
<http://www.monografias.com/trabajos98/impacto-psicosocial-medios-masivos-difusion-y-redes-sociales/impacto-psicosocial-medios-masivos-difusion-y-redes-sociales2.shtml#ixzz4HRPq5AVw>.

**Aporte metodológico.** - Se propone un instrumento que permite evaluar la actitud de los adolescentes hacia las redes sociales de internet que puede utilizarse como referencia para futuras investigaciones sobre el tema.

## **CAPÍTULO II**

### **DISEÑO TEÓRICO**

#### **2.1. PROBLEMA CIENTÍFICO**

¿Cuál es la actitud de los adolescentes de 15 a 17 años que asisten a los diferentes colegios de la ciudad de Tarija durante la gestión 2016 hacia las redes sociales de internet?

#### **2.2. OBJETIVOS**

##### **2.2.1. Objetivo General**

Identificar la actitud de los adolescentes de 15 a 17 años que asisten a los diferentes colegios de la ciudad de Tarija durante la gestión 2016 hacia las redes sociales de internet.

##### **2.2.2. Objetivos Específicos**

- Analizar los pensamientos y creencias que tienen los adolescentes sobre las redes sociales de internet.
- Conocer los sentimientos y emociones de los adolescentes hacia las redes sociales de internet.
- Determinar las conductas y acciones de los adolescentes frente a las redes sociales de internet.
- Realizar un análisis de la actitud que tienen los adolescentes hacia las redes sociales de internet según el sexo.
- Establecer la actitud de los adolescentes hacia las redes sociales de internet según la procedencia del colegio (fiscal, convenio y particular).

### 2.3. HIPÓTESIS.

- Los pensamientos y creencias que los adolescentes tienen en relación a las redes sociales de internet son favorables debido a que conocen aspectos como interactividad, sociabilidad, y que a través de los mismos se puede obtener información ilimitada.
- A nivel afectivo los adolescentes poseen agrado hacia las redes sociales, es decir, que estas generan sentimientos positivos en ellos en cuanto a sociabilidad, interactividad y la información que reciben en las redes sociales.
- Dentro del nivel conductual las redes sociales traen consigo aceptación en los adolescentes las mismas pueden llegar a movilizar acciones en cuanto a sociabilidad, interactividad y acceso a información ilimitada.
- De manera general las adolescentes mujeres son las que tienen una actitud más positiva hacia las redes sociales que los varones, es decir tienen pensamientos favorables, sentimientos de agrado y las mismas movilizan posibles acciones.
- Los adolescentes de los colegios privados presentan de manera general una actitud positiva hacia las redes sociales de internet, es decir, tienen pensamientos favorables, sentimientos de agrado y movilizan posibles acciones. en contraste con los otros dos estratos en donde la actitud es negativa.



## 2.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Concepto	Dimensión	Indicadores	Escala
Actitud hacia las redes sociales de internet.	La actitud hacia las redes sociales de internet, es la manera de pensar, sentir y actuar de los adolescentes con respecto a estos sitios virtuales en la red en donde se permite a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades.  Small G. (2009). "El cerebro digital" <sup>9</sup>	Cognitivo	Pensamientos y creencias que los adolescentes tienen sobre las redes sociales de internet.  - Totalmente en desacuerdo - En desacuerdo - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo - De acuerdo - Totalmente de acuerdo	Desfavorable  Intermedio  Favorable
		Afectivo	Nivel de apego, vínculo o simpatía que generan las redes sociales para el adolescente.  - Totalmente en desacuerdo - En desacuerdo - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo - De acuerdo - Totalmente de acuerdo	Desagrado  Indiferencia  Agrado
		Conductual	Acciones que movilizan las redes en los adolescentes.  - Totalmente en desacuerdo - En desacuerdo - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo - De acuerdo - Totalmente de acuerdo	Rechazo  Indecisión  Aceptación

<sup>9</sup> Small, G. (2009). "El cerebro digital". Edit. Urano. Barcelona.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **3.1. DEFINICIÓN DE ACTITUD.**

El estudio de las actitudes resulta pertinente para la comprensión de la conducta social humana, ya que nos proporcionan información sobre la forma cómo piensan y actúan las personas. Las actitudes constituyen evaluaciones globales y relativamente estables que los individuos realizan sobre otras personas, ideas, cosas o grupos y que algunos autores los denominan objetos de actitud o referentes actitudinales.

Para Allport (1935)<sup>10</sup>, una actitud es una disposición mental y neurológica, que se organiza a partir de la experiencia y que ejerce una influencia directriz o dinámica sobre las reacciones del individuo respecto de todos los objetos y a todas las situaciones que les corresponden.

Se puede definir una actitud como la tendencia o predisposición aprendida, más o menos generalizada y de tono afectivo, a responder de un modo bastante persistente y característico, por lo común positiva o negativamente (a favor o en contra), con referencia a una situación, idea, valor, objeto o clase de objetos materiales o a una persona o grupo de personas.

##### **3.1.1. COMPONENTES DE LA ACTITUD.**

Aiken plantea que una actitud es una predisposición aprendida que como tal, consiste en componentes cognoscitivos (de conocimientos o intelectuales), afectivos (emocionales o motivacionales) y de desempeño (conductuales o de acción).

Sheriff y otros (1965), han hecho diferentes definiciones de la actitud, manifestando que ésta, está determinada por tres componentes: el cognitivo, el afectivo y relativo a

---

<sup>10</sup> Allport, G. W. (1935). Actitudes. En: A Handbook of Social Psychology (págs. 798-844). Worcester, MA: Clark University Press.

la conducta. Así también Rosenberg y Hovland definieron igualmente como componentes de las actitudes los siguientes:

- 1) **Cognoscitivo:** es la idea, la categoría utilizada, al pensar, valorada cognoscitivamente y a él pertenecen primordialmente los conjuntos de opiniones, las categorías, los atributos y de los conceptos, es el conjunto de datos e información que el sujeto sabe acerca del objeto del cual toma su actitud. Un conocimiento detallado del objeto favorece la asociación al objeto, para que exista una actitud, es necesario que exista también una representación cognoscitiva del objeto. Está formada por las percepciones y creencias hacia un objeto, así como por la información que tenemos sobre un objeto.
- 2) **Afectivo:** emotividad que impregna los juicios. La valoración emocional, positiva o negativa, acompaña a las categorías asociándolas a lo agradable o a lo desagradable son las sensaciones y sentimientos que dicho objeto produce en el sujeto, es el sentimiento en favor o en contra de un objeto social. Es el componente más característico de las actitudes.
- 3) **Conductual:** inclinación a actuar de un modo determinado ante un objeto, un sujeto o acontecimiento. Resultado de la sucesión de los aspectos cognoscitivo y emocional. son las intenciones, disposiciones o tendencias hacia un objeto, es cuando surge una verdadera asociación entre objeto y sujeto, es la tendencia a reaccionar hacia los objetos de una determinada manera. Es el componente activo de la actitud.

### **3.1.2. FUNCIÓN DE LAS ACTITUDES.**

- **Función autodefensiva** se refiere a que las actitudes pueden proteger la autoestima ante posibles conflictos internos o externos.
- **Función del entendimiento,** alude a que las actitudes nos ayudan a entender el mundo que nos rodea tanto el contexto como nuestras relaciones. Mediante

patrones y estereotipos podemos actuar más rápidamente. Ello tiene también desventajas: si los estereotipos son inadecuados actuaremos, en consecuencia, de forma inadecuada.

- Función facilitadora de la expresión de valores, las actitudes ayudan a las personas a expresar sus valores fundamentales. Esto supone una gratificación, ya que ayuda a la realización de la identidad personal y a la autosatisfacción. Las personas suelen manifestar públicamente sus actitudes mediante opiniones y valoraciones sobre multitud de asuntos, mostrar sus principios y valores y, por tanto, permiten informar a los demás de quienes son, ayudándonos a conocernos y dándonos a conocer a los demás.
- Función utilitaria o adaptativa. Así, las actitudes ayudan a lograr objetivos como son las recompensas y a evitar objetivos no deseados como son las penalizaciones o castigos. De este modo la persona aprende a atribuir valores negativos a ciertos referentes, y valores positivos a otros. (Hogg y Vaughan, 2010)<sup>11</sup>,

### **3.1.3. FORMACIÓN DE LAS ACTITUDES.**

Las actitudes nacen, desaparecen, se transforman, se inscriben en la historia del individuo y pueden cambiar en función de las experiencias personales, ya que forman parte de su personalidad (Vergara, 2005)<sup>12</sup>. Las personas poseen actitudes hacia la mayoría de estímulos que les rodean, enseguida podemos evaluarlos en dimensión bueno-malo, o me gusta- no me gusta, algunas evaluaciones pueden estar influidas por aspectos genéticos que han favorecido a la especie en épocas ancestrales (serpientes, arañas, sonidos, sabores), pero la mayoría de las actitudes tiene sus raíces en el aprendizaje y el desarrollo social. (Briñol, Falces y Becerra, 2007)<sup>13</sup>.

Las actitudes se pueden adquirir de tres formas diversas:

---

<sup>11</sup> Hogg, M. A., y Vaughan, G. (2010). Psicología Social. Ed. Médica Panamericana. Madrid.

<sup>12</sup> Vergara, M. D. M.L. D. (2005). Enfermería psicosocial y salud mental. Ed. Elsevier. Madrid.

<sup>13</sup> Briñol, P., Falces, C., y Becerra, A. (2007). Actitudes. En Psicología Social (págs. 457-516). Ed. McGraw Hill. Madrid.

- Por condicionamiento instrumental, es decir, por medio de los premios y castigos que recibimos por nuestra conducta o experiencia personal. El efecto de la experiencia directa es más fuerte cuanto más larga y repetitiva es la exposición, o más traumática y decisiva sea (Ibáñez, 2004).
- Por modelado o imitación de otros, ya sean familiares, amigos, entorno educativo, grupos con los que nos relacionamos, o medios de comunicación, entre otros. Todos ellos son lugares de formación de valores y una amplia gama de creencias.
- Por refuerzo vicario u observación de las consecuencias de la conducta de otros. El mero hecho de ver lo que otros hacen y las consecuencias que tiene su comportamiento, sirve para aprender a repetir o evitar esa conducta. En definitiva, no es necesaria la experiencia personal para que se produzca el aprendizaje y la formación de actitudes.

En la construcción de actitudes cabe señalar que no todas las actitudes son iguales a la hora de influir sobre el procesamiento de la información y la conducta. Así pues, las actitudes, a las que denominamos fuertes son más extremas, accesibles, estables, resistentes y con mayor capacidad de producir una conducta, son menos ambivalentes, se mantienen con mayor confianza y seguridad que las débiles. La mayor o menor fuerza de las actitudes depende sobre todo de la cantidad de pensamiento y elaboración implicada en su formación. En términos generales, cuanto mayor es la elaboración mental, mayor será la fuerza de la actitud (Briñol et al., 2007).

#### **3.1.4. CAMBIOS DE ACTITUDES.**

- Cambio en el componente cognoscitivo: Componente cognitivo es el conjunto de datos e información que el sujeto sabe acerca del objeto del cual toma su actitud. Un conocimiento detallado del objeto favorece la asociación al objeto. Dado esto, si podemos inducir cambios en los conocimientos que una persona tiene acerca de algún objeto social, es probable que produzcamos un cambio en los sentimientos

y la manera de actuar que dicha persona muestra ante tal objeto. (Martín - Baró, 1989)<sup>14</sup>

- Cambio en el componente afectivo: Componente afectivo es el conjunto de sensaciones y sentimientos que dicho objeto produce en el sujeto. Y este mismo sujeto puede experimentar distintas experiencias con el objeto, estas pueden ser positivas o negativas. No sobra mencionar que afectos y cogniciones tienden a estar en armonía y que, si uno de esos elementos cambia, quizá cambie el otro. Un ejemplo de lo mencionado es cuando los que antes eran nuestros enemigos, se han vuelto amigos y viceversa. Esto debido a que cuando sucede, el cambio en el afecto liberará una búsqueda de apoyo cognoscitivo que esté en armonía con el sentimiento modificado. En la nueva amistad surgen una variedad de cosas buenas, mientras que en la enemistad surgen cosas malas. (Martín - Baró, 1989)
- Cambio en el componente conductual: No sólo el afecto y el conocimiento tienden a estar en armonía cuando se está trabajando de actitudes, sino también la actitud. Por lo consiguiente si modificamos los elementos afectivos y cognoscitivos de una actitud, es probable que la conducta cambie. Por ejemplo: Si una persona cambia sus creencias acerca de alguna religión, sentiría diferente hacia ésta y modificará su conducta religiosa expresando esta diferencia en distintas formas. (Martín - Baró, 1989).

### **3.2. LA ADOLESCENCIA**

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la adolescencia es un período comprendido entre los 10 y 19 años. La pubertad o adolescencia inicial es la primera fase, comienza normalmente a los 10 años en las niñas y a los 11 en los niños y llega hasta los 14-15 años. La adolescencia media y tardía se extiende desde los 15 a los 19 años<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> Martín Baró, I. (1989). Sistema grupo y poder. Psicología Social desde Centroamérica II. Edit. UCA San Salvador.

<sup>15</sup> OMS. (2000). La salud de los jóvenes: un desafío para la sociedad. Informe Salud para todos. Washington DC.

El concepto de adolescencia ha sido tratado por diferentes autores a lo largo del tiempo. Podemos destacar a Stanley Hall, que en su libro *Youth: Its Education, Regimen and Hygiene* (1906)<sup>16</sup> establece que la adolescencia es un periodo caracterizado por conflictos intergeneracionales, cambios de humor e interés por los comportamientos de riesgo. Por otro lado, Erik Erikson, en su obra *Identity: Youth and Crisis* (1968), define la adolescencia como un período crítico de formación de la identidad.

Con el fin de desarrollarse como adultos, los adolescentes se someten a una crisis en la que se abordan cuestiones clave sobre sus valores e ideales, sobre el futuro y sobre su identidad sexual. Así, vemos cómo la adolescencia se ha considerado como un período clave en la formación de la identidad de los individuos (Buckingham, 2008)<sup>17</sup>.

### **3.2.1 CAMBIOS DURANTE LA ADOLESCENCIA**

#### **3.2.1.1. DESARROLLO FÍSICO**

El desarrollo físico del adolescente no se da por igual en todos los individuos, por lo cual en muchos casos este desarrollo se inicia tempranamente o tardíamente. Los adolescentes que maduran prematuramente muestran mayor seguridad, son menos dependientes y manifiestan mejores relaciones interpersonales; por el contrario, quienes maduran tardíamente, tienden a poseer un auto-concepto negativo de sí mismos, sentimientos de rechazo, dependencia y rebeldía. De ahí la importancia de sus cambios y aceptación de tales transformaciones para un adecuado ajuste emocional y psicológico (Craig, 1997; Delval, 2000; Papalia et. al., 2001)<sup>18</sup>.

#### **3.2.1.2. DESARROLLO PSICOLÓGICO.**

Los cambios físicos en el adolescente siempre serán acompañados por cambios psicológicos, tanto a nivel cognitivo como a nivel comportamental, la aparición del

---

<sup>16</sup> G. Stanley Hall (1906). *Youth: Its Education, Regimen, and Hygiene*. Edit. D. Appleton and Company. Nueva York.

<sup>17</sup> Buckingham, D. (2008). *Youth, Identity, and Digital Media*. Edit. Cambridge, Massachusetts.

<sup>18</sup> Papalia, D.E., Olds, S.W Y Duskin, R. (2001). *Psicología del Desarrollo* (8ª ed.). Edit. Mc Graw Hill. Bogotá.

pensamiento abstracto influye directamente en la forma en como el adolescente se ve a sí mismo, se vuelve introspectivo, analítico, autocrítico; adquiere la capacidad de construir sistemas y teorías, además de estar interesado por los problemas inactuales, es decir, que no tienen relación con las realidades vívidas día a día. La inteligencia formal da paso a la libre actividad de la reflexión espontánea en el adolescente, y es así como éste toma una postura egocéntrica intelectualmente (Craig, 1997; Delval, 2000; Papalia et. al., 2001)<sup>19</sup>.

El equilibrio se alcanza cuando la reflexión comprende que la función que le corresponde no es la de contradecir sino la de anticiparse e interpretar la experiencia (Piaget, 1984)<sup>20</sup>. Mussen et. al., (1982), definen estos cambios psicológicos, de forma gradual más allá de operaciones formales de pensamiento, se alcanza la independencia respecto a la familia, y hay una mejor adaptación a la madurez sexual, además de establecerse relaciones viables y de cooperación con sus pares. Su vida toma rumbo y se adquiere el sentido de identidad, de tal forma que al final, logra adquirir las características psicológicas sobresalientes en un adulto: la independencia y la autonomía.

### **3.2.1.3. DESARROLLO EMOCIONAL.**

Durante el proceso del desarrollo psicológico y búsqueda de identidad, el adolescente experimentará dificultades emocionales. Conforme el desarrollo cognitivo avanza hacia las operaciones formales, los adolescentes se vuelven capaces de ver las incoherencias y los conflictos entre los roles que ellos realizan y los demás, incluyendo a los padres. La solución de estos conflictos ayuda al adolescente a elaborar su nueva identidad con la que permanecerá el resto de su vida. El desarrollo emocional, además, está influido por diversos factores que incluyen expectativas sociales, la imagen personal y el afrontamiento al estrés (Craig, 1997; Delval, 2000; Papalia et. al., 2001)<sup>21</sup>.

---

<sup>19</sup> Craig, G. (1997) Desarrollo Psicológico (7ª ed.). edit. Prentice Hall. México.

<sup>20</sup> Piaget, J (1978) La equilibración de las estructuras cognitivas. Edit. Siglo XXI. Madrid.

<sup>21</sup> Papalia, Diane E. (2001). "Psicología del desarrollo", ediciones Mc Graw Hill. México.



### **3.2.1.4. DESARROLLO SOCIAL.**

En la adquisición de actitudes, normas y comportamientos, la sociedad es de gran influencia, este proceso se denomina socialización, el cual pasa por una etapa conflictiva durante la adolescencia. El desarrollo social y las relaciones de los adolescentes abarcan al menos seis necesidades importantes (Rice, 2000)<sup>22</sup>:

1. Necesidad de formar relaciones afectivas significativas, satisfactorias.
2. Necesidad de ampliar las amistades de la niñez conociendo a personas de diferente condición social, experiencias e ideas.
3. Necesidad de encontrar aceptación, reconocimiento y estatus social en los grupos.
4. Necesidad de pasar del interés homosocial y de los compañeros de juegos de la niñez mediana a los intereses y las amistades heterosociales.
5. Necesidad de aprender, adoptar y practicar patrones y habilidades en las citas, de forma que contribuyan al desarrollo personal y social, a la selección inteligente de pareja y un matrimonio con éxito.
6. Necesidad de encontrar un rol sexual masculino o femenino y aprender la conducta apropiada al sexo.

Los nuevos sentimientos y necesidades emocionales, la búsqueda de la independencia, la emancipación de los padres, ocasiona que el apoyo que antes era proporcionado por la familia se busque en otros adolescentes comúnmente de su misma edad. Lo anterior está muy ligado a la dinámica familiar que él adolescente presente, ya que, si el menor cuenta con un buena dinámica familiar y buena comunicación con sus padres, tendrá menor necesidad de acceder a las demandas de otros adolescentes, de igual forma aceptará las opiniones de los padres por encima de sus compañeros, por lo menos en algunas áreas (Rice, 2000). En relación de

---

<sup>22</sup> Rice F. P. (2000). Adolescencia. Desarrollo, relaciones y cultura (9ª ed.). Edit. Prentice-Hall. Madrid.

pertenecer a un grupo social, se convierte en un asunto de importancia en esta etapa, debido a que de esta manera los adolescentes buscan formar relaciones y compartir intereses comunes (Rice, 2000).

Esta búsqueda de pertenencia refuerza la imagen propia, por lo cual al ser rechazado por los demás se convierte en un grave problema. De tal forma, la meta es ser aceptado por los miembros de una pandilla o de un grupo al que admiran. Como consecuencia, este grupo les ayudara a establecer límites personales y en ocasiones aprender habilidades sociales necesarias para obtener un auto-concepto de la sociedad que le ayudará a formar parte del mundo adulto más adelante (Rice, 2000)<sup>23</sup>.

### **3.2.3. ADOLESCENCIA NORMAL**

Etiquetar a un adolescente como “normal” es una tarea complicada debido a la subjetividad de la misma, y a que se necesita un proceso de razonamiento que, en numerosas ocasiones, no queda libre de la influencia del ambiente que rodea al adolescente. De esta manera, lo que se busca establecer como normales son los procesos psicológicos y patrones de conducta del adolescente, los cuales señalan su carácter adaptativo.

Esto implica que los adolescentes etiquetados como “normales” en cualquier cultura o sociedad son aquellos que piensan, hacen cosas, sienten y proceden como sus pares en el afán de realizar las tareas que les ayudarán a adaptarse bio-psicosocialmente en las diferentes etapas de su desarrollo (Dulanto, 2000). Para llegar a esta conclusión, se debe entender y aceptar que el adolescente se encuentra en una etapa de búsqueda, la que produce ansiedad, inseguridad, soledad e inestabilidad. Dicha inestabilidad, genera diferentes conductas que pueden ser vistas o calificadas como normales. Esas conductas, a su vez, no necesariamente dañan al adolescente, sino que lo motivan a seguir buscando opciones, formas de ser y soluciones, ayudándole a encontrar nuevos esquemas de funcionamiento personal y social (Dulanto, 2000)<sup>24</sup>.

---

<sup>23</sup> Rice F. P. (2000). Adolescencia. Desarrollo, relaciones y cultura (9ª ed.). Edit. Prentice-Hall. Madrid.

<sup>24</sup> Dulanto Enrique. (2000) “El adolescente”, Editorial Mc Graw Hill. Bogotá.

Se puede ubicar a un adolescente dentro de los parámetros normales, siempre y cuando, su conducta adaptativa domine su acción, de tal forma que cuando el menor se encuentre estable y pase subsecuentemente a un periodo de inestabilidad, éste se recupere sin necesidad de ninguna intervención, provista ya sea por algún adulto o terapeuta. Dulanto (2000) concluye que los adolescentes normales presentan conductas que manifiestan una abierta confianza en sí mismos, establecen buenas relaciones con sus pares, son leales en las relaciones afectivas, pero también exhiben la habilidad para “prenderse” y “desprenderse” de los padres, compañeros y amigos con asombrosa rapidez y sin sentir angustia.

La “normalidad” en este proceder consiste en la capacidad de adaptación al grupo y el vivir en armonía con la mayoría de los pares, en lugar de crear conflictos. De manera que el adolescente adquiera y desarrolle una autoestima que le proporcione confianza para desplegar conductas seguras y participativas, tanto con la familia como la sociedad.

#### **3.2.4. PROBLEMAS DE LA ADOLESCENCIA.**

El grado de anormalidad en las conductas de los adolescentes es una función de los daños que éstas puedan ocasionar tanto a la sociedad como a él/ella mismo(a). Los jóvenes que son incapaces de abordar de una forma adecuada los problemas que se les presentan posiblemente padecen un trastorno.

Uno de los mayores problemas que enfrentan los adolescentes y que tienen que resolver continuamente es el aislamiento, el cual se presenta en mayor prevalencia en los varones, probablemente porque es más difícil para ellos expresar sus sentimientos (Rice, 2000). Los adolescentes padecen soledad por diversas razones. Algunos presentan problemas para relacionarse, otros tienen dificultades para mostrar una conducta adecuada y para aprender cómo comportarse o adaptarse a situaciones diversas; algunos padecen baja autoestima y se sienten muy vulnerables a la crítica,

anticipan el rechazo evitando las situaciones que podrían provocarles vergüenza (Rice, 2000)<sup>25</sup>.

Otro problema es el estrés, y las pocas habilidades para enfrentarlo, lo cual puede ocasionar patologías como depresión, empujamiento, rebeldía, drogadicción o comportamiento suicida. Éstos, pueden ocasionar consecuencias graves y suelen ocurrir en combinación con otros problemas, como los desórdenes de nutrición y la agresividad. La depresión, está vinculada a la forma negativa y pesimista de interpretar los fracasos, y afecta en gran medida a la conducta del adolescente, manifestando su estado de ánimo al exterior, lo que propicia un rechazo social (Myers, 2000). Algunos adolescentes se avergüenzan con facilidad y sienten ansiedad al pensar que están siendo evaluados.

Ante esta situación la tendencia natural es protegerse a sí mismos: hablar menos, evitar los temas que revelen ignorancia y controlar las emociones. La timidez es una forma de ansiedad social que está constituida por la inhibición y la preocupación por lo que los demás puedan pensar. Lo anterior, somete al adolescente a situaciones de estrés, el cual afecta el sistema inmunológico, dejándolo vulnerable, además de producir desesperanza y con ello reforzar la conducta depresiva (Myers, 2000)<sup>26</sup>.

En relación a la muerte, los adolescentes no piensan mucho a menos que se haya enfrentado a la misma (Papalia et. al., 2001), siendo que en su preocupación de descubrir su identidad, se preocuparán más de cómo viven que de cuánto vivirán, sin embargo, el suicidio consumado es la tercera causa de muerte en adolescentes en la etapa tardía, siendo los varones quienes presentan un riesgo 5 veces mayor que las mujeres, estos jóvenes tienen un antecedente relacionado a la depresión, trastornos adictivos, comportamiento antisocial o personalidad inestable, además de antecedentes familiares en relación a la conducta, siendo la baja autoestima, el pobre control de impulsos, la poca tolerancia a la frustración y la ansiedad, trastornos que se

---

<sup>25</sup> Rice F.P. (2000). Adolescencia. Desarrollo, relaciones y cultura (9ª ed.). Edit. Prentice-Hall. Madrid.

<sup>26</sup> Myers, D.G. Psicología Social. (2000). Edit. McGraw Hill. México.

asocian al problema en relación a la familia el alejamiento de los padres, el maltrato y rechazo de la familia (Papalia et. al., 2001)<sup>27</sup>.

El adolescente se vuelve vulnerable a trastornos diversos; trastornos que experimentarán con el tiempo, pero que podrán ser resueltos si la adolescencia se vive dentro de la normalidad y de aquí la importancia de que esta etapa se encuadre en un proceso e ir consiguiendo en cada momento una adecuada adaptación en su ambiente, logrando tanto una estabilidad emocional como una integración de su persona a la vida social.

### **3.3. DEFINICIÓN DE REDES SOCIALES.**

Existen múltiples definiciones y teorías sobre qué son y qué no son las redes sociales, pero existe poco consenso todavía sobre las mismas. La gran mayoría de autores coinciden en que una red social es: “un sitio en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades”, o como una herramienta de “democratización de la información que transforma a las personas en receptores y en productores de contenidos”.

En el año 2007, fue publicado un artículo en el *Journal of Computer Mediated Communication*<sup>28</sup> que arrojaba interesante información sobre el fenómeno de las redes sociales en Internet. En dicho trabajo se definieron las redes sociales como: “servicios dentro de las webs que permiten al usuario 1) construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema limitado, 2) articular una lista de otros usuarios con los que comparte una conexión y 3) visualizar y rastrear su lista de contactos y las elaboradas por otros usuarios dentro del sistema. La naturaleza y nomenclatura de estas conexiones suele variar de una red social a otra”.

De esta forma, la explosión tecnológica ha dado lugar a cuatro tipos de redes sociales cuyos objetivos son, a su vez, distintos:

---

<sup>27</sup> Papalia, Diane E. (2001). “Psicología del desarrollo”, ediciones Mc Graw Hill. México.

<sup>28</sup> M.Bold, Danah y B. Ellison Nicole, (2007). "Sitios de redes sociales: Definición, historia y becas", Revista de Comunicación mediada por ordenador. New York.

- a) Redes sociales de carácter personal (Facebook, MySpace y Twitter).
- b) Redes sociales profesionales (LinkedIn, Xing, Viadeo y Plaxo).
- c) Redes sociales temáticas (cuentatuviaje.net, Musicmakesfriends.com).

### **3.3.1. SURGIMIENTO DE LAS REDES SOCIALES.**

El primer antecedente se remonta a **1995**, cuando un ex estudiante universitario de los Estados Unidos creó una red social en Internet, a la que llamó **classmates.com** (compañeros de clase.com), justamente para mantener el contacto con sus antiguos compañeros de estudio.

Pero recién dos años más tarde, en **1997**, cuando aparece **SixDegrees.com** (seis grados.com) se genera en realidad el primer sitio de redes sociales, tal y como lo conocemos hoy, que permite crear perfiles de usuarios y listas de “amigos”.

A comienzos del año 2000, especialmente entre el 2001 y el 2002, aparecen los primeros sitios Web que promueven el armado de redes basados en **círculos de amigos en línea**. Este era precisamente el nombre que se utilizaba para describir a las relaciones sociales en las comunidades virtuales. Estos círculos se popularizaron en el **2003**, con la llegada de redes sociales específicas, que se ofrecían ya no sólo para re encontrarse con amigos o crear nuevas amistades, sino como espacios de intereses afines.

**2004:** Se lanza **Facebook**, concebida originalmente como una plataforma para conectar a estudiantes universitarios. Tuvo lugar en la Universidad de Harvard y más de la mitad de sus 19.500 estudiantes se suscribieron a ella durante su primer mes de funcionamiento. **2006:** Se inaugura la red de microblogging **Twitter**. En la actualidad existen **más de 200 redes sociales**, con más de 800 millones de usuarios en todo el

mundo. Una tendencia que crece cada mes. (Morduchowicz Roxana, “Los Adolescentes y las Redes Sociales”)<sup>29</sup>

### **3.3.2. CARACTERÍSTICAS Y USOS PRINCIPALES DE LAS REDES SOCIALES.**

Caldevilla (2009) afirma que las redes sociales son una especie de interconexiones surgidas desde los propios usuarios. De esta forma, pueden: estar en contacto con sus amistades, conocer a otras personas, jugar con las aplicaciones, mover a las personas ante una causa, comentar y dar a conocer sus opiniones, conocer gente nueva, entretenerse, crear conjuntamente movimientos, compartir fotografías, comentar nuevos estados de ánimo. Las redes sociales nacen: “...como una reunión de personas, conocidas o desconocidas, que interactuarán entre sí, redefiniendo al grupo y retroalimentándolo”. Existen varias palabras claves que a su vez son características de las redes sociales. Caldevilla (2009)<sup>30</sup> plantea las siguientes como principales:

**Interactividad:** Las tecnologías permiten lo que hace unos años era impensable. A miles de kilómetros podemos enviar caracteres textuales de longitud limitada a través del móvil (sms), podemos obtener fotografías con nuestros propios terminales y enviarlas a la otra punta del mundo (mms), podemos emitir en directo y redirigir la señal de televisión vía satélite, e incluso somos capaces de que esas mismas imágenes, mientras se reproducen en el televisor sean grabadas en un disco duro y ‘subidas’ a un servidor de Internet donde pueden ofrecerse en diferido vía streaming...Esta ‘macrored’ creada por todos los hombres, a nivel mundial, es el resultado inequívoco del esfuerzo conjunto de todos los países por reducir el coste de las transmisiones y por conseguir, paralelamente, el aumento de capacidad de los dispositivos que almacenan la información que, paradójicamente, van reduciéndose hasta el volumen de un microchip. Ingentes cantidades de datos se transmiten en todo el planeta gracias a la tecnología. Como consecuencia, se producen intercambios de

---

<sup>29</sup> Morduchowicz R, Marcon, Sylvestre. (2010). Artículo “los adolescentes y las redes sociales” Argentina.

<sup>30</sup> Caldevilla Domínguez, David. (2009) La sociedad digital que crea redes. Revista Icono 14, nº 2. e. 5/04/16. <http://www.icono14.net/index.php/eventos/i-ci-sociedad-digital>.

información simultáneos en todo el globo sin que seamos conscientes de la energía y el espacio de los recursos necesarios para éstos.

La instantaneidad es el gran avance al que todos nos hemos habituado sin dificultad. Lo asumimos como lógico, como natural, mientras que hace dos mil años, cualquiera de estas transmisiones de información hubiera supuesto meses a caballo o desplazamientos eternos en barcos o ferrocarriles. La incesante evolución y el progreso hacen que todo el mundo quiera participar y aprovecharse de la tecnología de forma inmediata. Esa accesibilidad al medio permite a cientos, miles de personas interactuar en páginas web, blogs, foros, chat, redes sociales, conferencias a distancia, etc. El grupo de usuarios alimenta el medio y el mensaje y lo hace crecer. Convenimos en que supone una buena definición de ‘interactividad’ la que aporta el profesor israelí Sheizaf Rafaeli<sup>31</sup> quien la define como "una expresión extensiva que en una serie de intercambios comunicacionales implica que el último mensaje se relaciona con mensajes anteriores a su vez relativos a otros previos".

**Personalización:** Las redes sociales permiten tener un mayor control sobre qué información se quiere recibir y compartir, de acuerdo con las preferencias del usuario. Dicha posibilidad fomenta una mayor confianza y seguridad en el individuo, dado que le permiten determinar: con quién, cómo y cuándo iniciar una conversación, y por supuesto, cuándo acabarla de forma natural o a través de herramientas como “el bloqueo de usuarios”. Los individuos necesitan adaptarlo todo de acuerdo con su personalidad e identidad, y dichas plataformas lo hacen posible. Desde crear un blog “al gusto” para compartir pensamientos y creaciones, hasta crear un personaje o avatar que identifique al usuario en el entorno virtual.

**Multimedialidad:** La innovadora forma de interacción de las redes sociales, comparada con la navegación de tan sólo hace unos años y combinada con los nuevos formatos digitales -que nutren un ambiente descentralizado y no jerárquico dirigido por los nuevos usuarios- hacen que el uso de Internet haya adquirido nuevas

---

<sup>31</sup> Rafaeli, Sheizaf. (1990) La interactividad: A partir de los nuevos medios de comunicación. Edit. R. P. Hawkins, J. M. Wiemann, y S. Pingree. Nueva Jersey.



dimensiones y metas. Convenimos con lo descrito en el artículo “La Nueva Narrativa en el Periodismo Binario”<sup>32</sup>:

“La narración digital permite una brecha con la forma narrativa que yuxtapone contenidos de los medios convencionales porque favorece la combinación de elementos de varios tipos: videos, audios, imágenes fijas o modelos 3-D. Mientras los medios convencionales trabajan de forma lineal, la lógica estructural en el mundo digital trabaja de forma modular y en constante evolución.”

**Multi-edición y Retroalimentación:** Defendemos que estas dos características definitorias de las redes sociales, están ligadas sin duda alguna a la primera descrita: la interactividad. La tendencia actual es que los contenidos publicados en Internet no se conciben sólo para ser leídos y olvidados. Al ser un medio virtual la información puede ser analizada y estudiada por millones de usuarios y, por consiguiente, puede ser editada y complementada, para el común empleo. La actualización permanente de la información, en sistemas de enciclopedia virtuales como por ejemplo la Wikipedia (y toda la cultura Wiki) permite, por un lado, obtener información muy completa y fiable ya que cientos de usuarios la juzgan y completan, pero por otro, se impone como necesario el contraste con otras fuentes y soportes ya que cualquier persona puede editar una entrada, lo cual también supone un riesgo de segmentación de la información o pérdida de información objetiva amén de una voluntad torticera que tampoco le debe ser ajena.

**Revolución lingüística-Revolución legal:** Otro de los puntos que cita Caldevilla (2009)<sup>33</sup>, como característica de las redes sociales es la escasa legislación y normativa, que existe en este sentido, pues no hay un control riguroso de datos de dichas redes. La falta de jurisdicción y normativa reguladora de las nuevas tecnologías hace del medio, un lugar con un código propio en el que impera el sentido común y la inteligencia colectiva, pero que, por desgracia, también es susceptible de

---

<sup>32</sup> González Oñate, Cristina y Caldevilla Domínguez, David. (2010). La Nueva Narrativa en el Periodismo Binario, en El periodismo Digital desde la perspectiva de la investigación universitaria, Ed. De la Asociación de la Prensa de Aragón. España.

<sup>33</sup> Caldevilla Domínguez, David. (2009) La sociedad digital que crea redes. Revista Icono 14, nº 2. e: 05/04/16 <http://www.icono14.net/index.php/eventos/i-ci-sociedad-digital>.

ser injusto, amenazante o perjudicial. Por supuesto, en la mayoría de los casos, los usuarios son moderadores de sus propias opiniones y actuaciones y muchas publicaciones y webs renuncian a responsabilizarse de los contenidos emitidos por terceros, pero convienen en la necesidad de una normativa para expulsar o expedientar al internauta que obró de mala fe. Existe una carencia enorme en cuanto al control de datos en las redes sociales. Cada información que introducimos puede ser vista por muchas personas y según un informe reciente de la Agencia Española de Protección de Datos, el 43% de los usuarios tiene configurado su perfil sin limitación alguna. Por desconocimiento o imprudencia, cedemos nuestra intimidad a miles de internautas que pueden hacerse con los contenidos e imágenes de nuestras cuentas y darles un uso peligroso.

Destacamos cuatro empleos generales que fomentan el uso y, en ocasiones, abuso de las redes sociales. Son varios los perfiles de los usuarios en cuanto a nivel cultural, sociológico, geográfico, etc... Sin embargo, cualquier usuario converge en la necesidad de interactuar con otra gran masa de internautas a los que se quiere sentir psicológicamente unido. Estos cuatro fines es la clasificación realizada por Del Moral (2005)<sup>34</sup>:

- **Mantenimiento de amistades:** significa seguir en contacto con amigos, colegas o excompañeros de trabajo, conocidos de verano, etc., quienes, de no ser por estos servicios, irían perdiendo relación como ha ocurrido desde tiempos inmemoriales previos al despunte de las redes sociales.

- **Nueva creación de amistades:** Si bien las redes mantienen el contacto entre personas que se conocen, cada una de las personas que participa, relaciona de una forma u otra, a sus contactos con segundas o terceras personas, que pueden a su vez interactuar y conocerse. Así el amigo de un amigo, puede llegar a ser contacto y posteriormente amigo de un tercero. Esto converge en la teoría de “Seis grados de separación” de Frigyes Karinthy. El cual apuntaba que no requeriríamos contactar

---

<sup>34</sup> Del Moral, J.A (2005). Redes Sociales ¿Moda o nuevo paradigma? Asociación de usuarios de Internet. Madrid.

con más de seis personas para encontrar a alguien siguiendo sus redes de amigos y conocidos. Lo que equivale a afirmar que cualesquiera dos personas del planeta están vinculadas, sin saberlo y sólo habría que recurrir a seis “pasos intermedios” para establecer dicha relación.

- **Entretenimiento:** Aunque las redes sociales sirven para interactuar y acrecentar las relaciones, también hay un perfil de usuarios de éstas que las usa como portal de entretenimiento, sin más pretensiones. Exploran las actualizaciones del estado de algunos usuarios, se ponen al día sobre vidas ajenas, descubren los nuevos colegas de antiguos compañeros de clase, etc. Es el recurso de observar lo que acontece sin ser visto (voyeurismo). Este Cotilleo 2.0, como podríamos llamarlo, supone una forma de relación específica de este tipo de comunicación. Pero no sólo estas posibilidades nos ofrecen el mundo 2.0 sino que existen otras aplicaciones creadas por las propias redes sociales, que hacen que el usuario participe más activamente o pase más tiempo conectado fomentando la interacción, casi segura, con algún otro contacto. Un buen ejemplo de esto, es la famosa granja de Facebook. Una aplicación que compromete al usuario a la creación y cuidado de una “granja en línea” que requiere de una constante atención y control.

- **Gestión interna de organizaciones empresariales:** sin duda, este uso está circunscrito a empresas dentro de cuya estructura se crean redes sociales privadas para agilizar trámites, comunicaciones, conferencias, informes o se crean otras redes simplemente para poder estar en contacto con profesionales del sector, tanto a nivel laboral como personal.

#### **3.4. ASPECTOS PSICOSOCIALES DE INTERNET Y LAS REDES SOCIALES**

A través de Internet, se puede tener acceso a múltiples servicios: información en la World Wide Web (www), correo electrónico, IRC o Chat, newsgroups, videoconferencia, etc. Las posibilidades de uso de estos servicios son muy extensas y en muchos casos va a depender del propio interés del usuario. Desde un punto de

vista psicosocial, el uso de Internet puede ser planteado en dos vertientes socialmente distintas (Moral, 2000)<sup>35</sup>:

1. Un uso <<menos social>>. Básicamente, consistiría en la búsqueda de información a través de la red, navegar por el entramado de la www. Esto puede tener un efecto similar al de ver la televisión, ya que la persona se expone ante una pantalla con contenidos e imágenes diferentes.

2. Un uso con un sentido <<más social>>. Supone la interacción o intercambio comunicativo con otras personas que se encuentran conectadas a la red en cualquier parte del mundo. Ocurre cuando se utilizan los servicios de correo electrónico, chat, newsgroups y telefonía, que van a traer consigo nuevas formas de relaciones sociales.

Entre las motivaciones sociales estaría la existencia de ansiedad social, unida en muchos casos a la soledad del individuo. Ambas causas han sido encontradas como fuertes predictores de la formación de relaciones en Internet (McKenna y Bargh 1999).

Entre las motivaciones individuales para acudir a Internet, estaría la propia identidad del individuo, ya que es muy importante para cada persona cómo se ve a sí mismo y cómo lo ven los demás socialmente. En algunas ocasiones, determinados aspectos de la personalidad, como es el caso de identidades estigmatizadas o sancionadas socialmente (físicas, sexuales o ideológicas), que tratan de ocultarse por miedo a tener consecuencias negativas, junto a la posible dificultad para encontrar personas con identidades similares en contextos sociales cercanos, hacen que las personas se sientan muy motivadas a buscar personas o grupos en Internet, donde poder manifestar al completo su identidad.

La otra cuestión planteada hace referencia a las consecuencias sociales e individuales derivadas de la interacción en Internet: las personas pueden verse afectadas

---

<sup>35</sup> Moral Félix. (2001). Aspectos psicosociales de la comunicación y de las relaciones personales en Internet. Anuario de Psicología. Barcelona.

socialmente en distintos ámbitos. En el estudio que llevaron a cabo Kraut et al. (1998), titulado <<La paradoja de Internet. ¿Una tecnología social que reduce la participación social y el bienestar psicológico?>>, encontraron que, después de dos años del uso de Internet, existía una menor participación social (comunicación familiar, red social y apoyo social) y una disminución del bienestar psicológico (aumento de la soledad y de la depresión) en sus participantes. Este estudio, que tuvo una importante resonancia periodística, ha sido cuestionado posteriormente en su desarrollo y metodología (Rierdan, 1999; Shapiro, 1999; Silverman, 1999). En contraste con estos datos, las investigaciones llevadas a cabo por McKenna y Bargh (1999a) encuentran que las personas no creen que el uso de Internet aumente su estado de soledad o depresión, sino más bien lo contrario. Al concluir el estudio después de dos años, el 51% de los sujetos respondió que su nivel de soledad había disminuido, el 43% no había experimentado efecto sobre la soledad y únicamente el 6% de los sujetos se sintió más solo como consecuencia del uso de Internet. Respecto al grado de depresión experimentada, solo el 2% respondió que el uso de Internet había aumentado su grado de depresión, el 21 % informó de que el uso de Internet les había hecho disminuir sus sentimientos de depresión, y el 77% restante no informó de ningún efecto del uso de Internet sobre la depresión.

Por otro lado, se ha podido comprobar que, de aquellos sujetos que interaccionan en Internet, se obtiene una mejor valoración y aceptación social por parte de sus compañeros del medio que cuando la interacción se produce en una situación cara a cara, como resultado, fundamentalmente, de la presentación de su <<yo ideal>> (McKenna y Bargh, 1999b; Walther, 1996). Las consecuencias sobre el total del círculo social de los usuarios de Internet son positivas, incluyéndose en este círculo tanto la red social próxima como la distante.

En su estudio, McKenna y Bargh (1999a)<sup>36</sup> informan de que, sobre un total de 600 usuarios de Internet entrevistados, el 67% contestó que su círculo social había

---

<sup>36</sup> McKenna KYA, Bargh JA. (1999). ¿Puedes ver mi yo real? la formación de la relación y el desarrollo en Internet. *Diario de la personalidad y psicología social* 75: 681-94. New York University.

aumentado, y solo el 4% informó de que tenían menos conocidos y amigos como resultado de usar Internet. En esta misma línea, da resultados el estudio comparativo entre usuarios y no usuarios de Internet realizado por Katz y Aspden (1997). No encontraron ninguna diferencia entre ambos grupos respecto al tiempo dedicado a la familia, a los amigos y a actividades de participación comunitaria.

Entre las consecuencias individuales del uso de Internet, está el incremento en la auto aceptación. Los participantes en newsgroup con identidades estigmatizadas han aumentado su auto aceptación personal y, por consiguiente, su autoestima (Turkle, 1997). El desarrollo y la identificación de las personas con un grupo de discusión, en el que participan y donde comparten un mismo tema de interés, ejercen un papel mediador positivo en su autoestima personal. Esto va a traer consigo una mayor apertura o exteriorización de los individuos. McKenna y Bargh (1998)<sup>37</sup> comprobaron que el 50% de las personas que presentaban algún estigma (sexual o ideológico) y que participaron en newsgroup reveló a su familia y amigos aquello que habían ocultado durante tanto tiempo y estuvo motivado para integrar estas identidades en su <<vida real>> al mismo tiempo, se produjo en ellos una disminución en los sentimientos de aislamiento y alejamiento.

### **3.5. LOS ADOLESCENTES FRENTE A LAS REDES SOCIALES.**

Asegura el doctor Gary Small en su libro “El cerebro digital”<sup>38</sup>, que “la actual eclosión de la tecnología digital no solo está cambiando nuestra forma de vivir y comunicarnos, sino que está alterando, rápida y profundamente, nuestro cerebro”. Y entre las consecuencias prácticas de este hecho menciona una que nos interesa destacar: “además de influir en cómo pensamos, nos está cambiando la forma de sentir y comportarnos”. Los adolescentes que forman parte de la Generación Interactiva, caracterizada por la alta posesión de pantallas y tecnologías digitales, utilizan e incluso dominan los medios de producción digital: cámaras de foto y vídeo,

---

<sup>37</sup> McKenna KYA, Bargh JA. (1998). Al salir de la era de Internet: la identidad 'demarginalization' a través de la participación del grupo virtual. *J. personal. Diario de la personalidad y psicología social* 75: 681-94. New York University.

<sup>38</sup> Small, G. (2009). “El cerebro digital”. Edit. Urano. Barcelona.

programas para el tratamiento fotográfico, la edición de vídeo o la creación de páginas web. Es decir, no son solo consumidores digitales, como muchos adultos, sino que también producen. Y sus producciones acaban en Internet para el consumo de otros internautas.

Podríamos preguntarnos por qué razones los medios sociales en Internet han alcanzado tal grado de popularidad entre los más jóvenes en tan poco tiempo. Y la respuesta podríamos darla recuperando la propuesta de Izco, que señala cinco características para explicarlo:

- **Interactividad:** que permite desarrollar una comunicación activa (Gros, B. 2005)<sup>39</sup>. Los jóvenes prefieren una situación de comunicación donde puedan tener un papel activo frente a un medio o una situación unidireccional pueden hacer cosas manteniéndose activos.

- **Sociabilidad:** La segunda cualidad es la sociabilidad, la tecnología interactiva les permite fomentar esa necesidad de mantener un continuo contacto con sus pares. De acuerdo con el estudio realizado por Bringué y Sádaba, (2009)<sup>40</sup>, en opinión de los adolescentes de 15 a 18 años las nuevas tecnologías ayudan a relacionarse con los amigos. El hecho de dedicar más tiempo a estas tecnologías no supone, para ellos, quitar tiempo a estar con sus amigos. Es más, reconocen que en muchos casos sirve para seguir en contacto una vez que la presencia no es posible (chatear por la noche, enviar mensajes durante el tiempo de estudio, etc.).

Los especialistas aseguran que, para los adolescentes afectados por las tecnologías les resulta muy fácil expresarse y socializar a través de ellas, pero les resulta muy difícil hacerlo personalmente. Han perdido la costumbre de hacerlo de esa manera e incluso

---

<sup>39</sup> Gros, B. (2005): "Pantallas y juegos: de la observación de modelos a la participación". Revista de Estudios de Juventud, nº 68, MTAS, Injuve Madrid.

<sup>40</sup> - Bringué, X. y Sádaba, Ch. (2009) La Generación Interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas. Edit. Ariel. Barcelona.

rechazan la idea de integrarse a grupos, talleres o actividades deportivas en donde puedan interactuar y esta es una problemática. (Sosa, 2013)<sup>41</sup>.

- Creación de espacios de intimidad y privacidad: se trata de una necesidad específica de este grupo de edad, que requiere y busca sus espacios como un modo de diferenciarse del mundo adulto y reafirmar su identidad.
- Personalización: pueden sentirse diferentes. sería un cuarto motivo que explica esta afinidad les permite cubrir una necesidad propia de este grupo de edad sentirse diferentes.
- Información ilimitada: acceso a fuentes muy diversas para satisfacer su curiosidad, sus dudas o problemas.

*Generación Digital, Generación @, Nativos Digitales o Generación del Pulgar* son algunos de los términos con los que se designa a la juventud que ha crecido rodeada de nuevos medios electrónicos, que utilizan cada día para comunicarse, formarse, o simplemente entretenerse, y que representan el segmento de la población más activo en su uso. De este modo, el cambio de la vida social por la virtual a través de las redes sociales es uno de los mayores peligros, el uso abusivo de las nuevas tecnologías especialmente para los jóvenes. En estas tecnologías consiguen una destreza muy superior a la de sus progenitores, lo que les ha llevado a entender las redes digitales como una oportunidad y una forma de independencia. Todo ello “salvando no sólo las diferencias entre países o las fronteras, sino las propias diferencias culturales y socioeconómicas” (Bringué y Sádaba, 2008; Rubio, 2009)<sup>42</sup>.

Todos estos factores los distancian desde el punto de vista cognitivo, ejecutivo y procesal de las generaciones anteriores, y que repercutirá en la forma de pensar, aprender, reflexionar (en su capacidad de abstracción), trabajar y desenvolverse. En esta línea, autores ya clásicos apuntan que se trata de una generación atrevida,

---

<sup>41</sup> Sosa, L. (2013). Uso excesivo de las redes sociales causa aislamiento. e: 26/07/16. [http://diario.mx/Local/2013-03-19\\_577ef518/uso-excesivo-de-redes-sociales-causa-aislamiento-advierte-experta/](http://diario.mx/Local/2013-03-19_577ef518/uso-excesivo-de-redes-sociales-causa-aislamiento-advierte-experta/)

<sup>42</sup> Bringué, X. y Sádaba, Ch. (2008). La Generación interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas. Edit. Ariel. Barcelona.



impetuosa, desafiante, independiente, segura de sí misma, adaptable, con autoestima alta y orientación global (Tapscott, 1998; Sartori, 1998)<sup>43</sup>, pero que desconfía de la postergación de objetivos (quiere todo rápido y sin mucho esfuerzo), con menores habilidades para la comunicación verbal y unas relaciones amistosas más laxas Bauman (2005)<sup>44</sup>, aunque con mayor capacidad para organizarse telemáticamente.

Por lo tanto, las áreas de cambio para los nativos digitales serían las siguientes: comunican diferente (e-mail, chat), comparten de forma diferente (blogs, webcams, smartpone), compran y venden diferente (eBay, milanuncios), intercambian de forma diferente (música, películas), crean diferente (sites online, avatares), aprenden y se informan de forma diferente (Wikipedia), socializan de forma diferente (redes sociales, whatsapp), etc. Esos son sólo algunos de los muchos cambios que se están produciendo en la población preadolescente y adolescente.

Por otro lado Espino (2010)<sup>45</sup> asegura que “las redes sociales, la mensajería instantánea y la falta de interés tienen como cómplices a los jóvenes en la desaparición de un español correcto”; desde este punto de vista, las redes sociales están directamente implicadas, ya que los usuarios procuran sentirse en confianza, conversar coloquialmente y hacerlo de forma ágil, simplificando palabras, insertando íconos, dando sentido a sus oraciones (suprimiendo o añadiendo más letras de las necesarias) y sobresaliendo ante los demás con un toque personal (escritura intencional) y uso desmedido de letras diferentes de la escritura convencional. De esta forma, esta tendencia debe ser ante todo una alarma que, poco a poco, afectará el aspecto educativo, porque los estudiantes aplicarán este “lenguaje de internet” a todos los campos de sus vidas, desconociendo las reglas gramaticales y estableciendo cambios inapropiados en la ortografía.

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación son muy positivas, una magnífica oportunidad para los adolescentes, que ponen a su alcance un gran

---

<sup>43</sup> Tapscott, D. (1998). Creciendo en un entorno digital. Edit. Mc Graw-Hill. Madrid.

<sup>44</sup> Bauman, Zygmunt. (2005). Amor líquido, acerca de la fragilidad de los vínculos humanos. Edit. FCE. Madrid.

<sup>45</sup> Espino, Fátima (2013) Distorsión del español en internet. Blog. Internet. e: 26/07/16. <http://suite101.net/article/distorsiondel-espanol-en-internet-a12626>.

volumen de conocimientos y nuevos retos. Sin embargo, con un uso inadecuado de las mismas se pueden generar problemas y riesgos para el adolescente y su familia. Por lo tanto, podemos considerar que la pre-adolescencia y adolescencia es un grupo de riesgo y merecen una atención especial respecto a sus relaciones con las nuevas tecnologías de información y comunicación, ya que son colectivos muy sensibles al momento y entorno social en el que viven y porque las tecnologías están muy presentes en sus vidas.

Con el concepto de riesgo nos referimos, en este caso, a una posibilidad de daño para los menores, bien sea esta alta o baja, y al daño que puedan sufrir en función de su propio criterio (Garmendia, 2011)<sup>46</sup>.

La red europea de investigación *EUKids Online* clasificó los riesgos derivados de las actividades de los menores con las nuevas tecnologías de información y comunicación en los siguientes términos:

- **Riesgo de contenido.** El menor es receptor de contenidos violentos o agresivos, pornográficos, racistas o que inciten al odio, así como de marketing en cubierto.
- **Riesgos de contacto.** El menor participa de algún modo, aunque sea involuntario, en situaciones de acoso, *grooming*, persuasión ideológica y uso indebido de los datos personales.
- **Riesgos de conducta:** El menor es actor de *bullying*, acoso sexual, contenido generado por usuarios potencialmente peligrosos y violación de los derechos de autor.

También podemos destacar la ciber-adicción (*Internet Adicction Disorder, IAD*) en el adolescente. Hablamos de ciber-adicción cuando el uso de Internet interfiere de un modo significativo en las actividades habituales de una persona. John Suler, profesor de Psicología de la *Rider University* de Estados Unidos, identifica dos perfiles de ciberadictos:

---

<sup>46</sup> García, F., Portillo, J., Romo, J. Y Benito, M. (2007). "Nativos digitales y modelos de aprendizaje". e 10/05/16. <http://spdece07.ehu.es/actas/Garcia>.

- Los devotos de los recursos de la Red para recoger información, jugar, conseguir nuevos programas, etc.
- Los que buscan establecer relaciones con otras personas a través de redes sociales, chats o programas de mensajería instantánea.

Hay autores que establecen que para los menores el espacio de Internet es público y su utilización se despliega en términos de socialización y generación de amistades. Así, su mayor preocupación gira en torno a la privacidad en la red en relación a sus padres, educadores o cualquier persona adulta. Es decir, el mayor riesgo que perciben es el que los mayores puedan irrumpir en su intimidad (Livingsstone, 2009; Hope, 2007).

Según el Estudio sobre la seguridad de la información y de la e-confianza de los hogares españoles del Instituto Nacional de Tecnologías de Comunicación (INTECO)<sup>47</sup>, los ciudadanos españoles mayores de 15 años tienen unos buenos hábitos cuando navegan por Internet, utilizan el email, se comunican mediante chat o mensajería instantánea. Más del 80% evita pinchar en anuncios o seguir enlaces sospechosos cuando utiliza alguno de estos servicios. Asimismo, el correo electrónico no deseado o *spam* es reconocido como el incidente de seguridad más percibido por los encuestados. Si hablamos de consecuencias de incidentes de seguridad en la Red, tras un incidente relacionado con la suplantación de identidad más del 40% de los encuestados afirma que sigue la pauta de modificar las contraseñas. Además, el 38% actualiza sus herramientas de seguridad con el objeto de evitar otro incidente en el futuro (INTECO, 2012).

Por último, podríamos destacar el trabajo realizado por Frutos y Vázquez, en el que se establece que existen diferencias en relación a la percepción del riesgo en el segmento de adolescentes. Hay menores que, de forma espontánea, reconocen tener muy presentes los riesgos que implica el uso de Internet, especialmente de las redes

---

<sup>47</sup> INTECO (2012). Estudio sobre la seguridad de la información y la e-confianza de los hogares españoles. e: 10/05/2016. [http://www.inteco.es/Estudios/Estudio\\_hogares\\_1C](http://www.inteco.es/Estudios/Estudio_hogares_1C) 2012.

sociales. Frente a estos nos encontramos con otros que afirman utilizar de forma intuitiva e impulsiva las tecnologías, sin pensar en los riesgos potenciales. Algunos de los peligros que destacan los menores son la dificultad para eliminar contenidos (fotos, información, etc.) subidos a la Red o para comprobar la información y la identidad de las personas (Frutos y Vázquez, 2011).

## **CAPITULO IV**

### **DISEÑO METODOLÓGICO**

#### **4. 1. METODOLOGÍA**

##### **4.1.1. TIPIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente estudio de investigación corresponde al área de psicología social ya que como sostiene Gordon W. Allport “La psicología social tiene por objeto comprender, explicar, y predecir cómo los pensamientos, sentimientos y acciones de los individuos son influidos por los pensamientos, sentimientos y acciones de los demás, cuya presencia puede ser real, implícita o imaginaria” en esta área el individuo es la principal unidad de estudio. En el cual se intenta descubrir las leyes por las que rige su comportamiento. “Es la ciencia del conflicto entre el individuo y la sociedad” como sostiene Moscovici (1991).<sup>48</sup>

La psicología social analiza y explica los fenómenos que son simultáneamente psicológicos y sociales. Este es el caso de las comunicaciones de masas, del lenguaje, de las influencias que ejercemos los unos sobre los otros, de las representaciones sociales que compartimos y así sucesivamente. En específico en esta investigación se tratará la actitud del individuo hacia las “redes sociales” en distintos aspectos a nivel cognoscitivo como piensan los adolescentes de las redes sociales, a nivel afectivo la simpatía hacia las redes sociales y a nivel conductual si las mismas movilizan acciones en los adolescentes.

El presente trabajo de investigación está realizado en base al modelo descriptivo, el mismo que caracteriza un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores, y de corte no - experimental, porque se realiza sin manipular deliberadamente las variables. En la investigación se analiza y describe la actitud de los adolescentes hacia las redes sociales de internet, y por otro lado

---

<sup>48</sup> Moscovici, S. (1991). Psicología social, I: influencia y cambios de actitudes individuos y grupos. Segunda reimpresión. Edit. Paidós Ibérica, S. A. Barcelona.

identifica la diferencia de la actitud hacia las redes sociales de internet entre hombres y mujeres, así también entre los diferentes estratos, por lo tanto, es también de tipo comparativo.

#### 4.2. POBLACIÓN.

La población tomada en cuenta para esta investigación está constituida por todos los estudiantes de los grados 5to y 6to de secundaria que asisten de manera regular a los colegios del área concentrada de la ciudad de Tarija siendo un total de 53 establecimientos entre fiscales particulares y de convenio con un total de 6440 estudiantes.

**CUADRO N° 1**  
**POBLACIÓN**

N°	Unidades Educativas	Tipo	5to y 6to	N°	Unidades Educativas	Tipo	5to y 6to
1	Castelfort Castellanos	Fiscal	51	28	Jesus De Nazareth	Convenio	203
2	Juana Azurduy De Padilla 1	Fiscal	81	29	Jose Maria Velaz 2	Convenio	58
3	Tarija 1	Fiscal	59	30	Nacional Eustaquio Mendez	Fiscal	189
4	Lidia De Campos	Fiscal	99	31	Nacional Eustaquio Mendez (Noche)	Fiscal	188
5	Octavio Campero Echazu	Fiscal	52	32	Julio Calvo	Fiscal	103
6	Carmen Mealla	Fiscal	53	33	Jose Manuel Belgrano Mañana 4	Fiscal	216
7	Jose Manuel Avila 1	Fiscal	50	34	Jose Manuel Belgrano Tarde 4	Fiscal	184
8	Jose Manuel Avila 2	Fiscal	73	35	Candy Colodro De Reyes	Fiscal	52
9	Esteban Migliacci Tarde	Fiscal	63	36	Lindauro Anzoategui De Campero 2	Fiscal	274
10	Esteban Migliacci Mañana	Fiscal	67	37	Tarija	Fiscal	220
11	Tercera Orden Franciscana	Convenio	137	38	Avelina Raña 2	Fiscal	183
12	Narciso Campero 2	Fiscal	164	39	Nacional San Luis	Fiscal	314
13	Jorge Araoz Campero	Convenio	131	40	Nacional San Luis Nocturno	Fiscal	90
14	Nazaria Ignacia March	Convenio	87	41	Santa Ana 3	Convenio	141
15	La Salle Convenio	Convenio	275	42	Aleman Del Sud	Privada	42
16	La Paz	Fiscal	75	43	Hno. Felipe Palazon	Privada	134
17	Juan Xxiii 2	Fiscal	86	44	La Salle	Privada	256
18	Eulogio Ruiz	Fiscal	78	45	San Bernardo De Tarija	Privada	241
19	San Roque	Fiscal	124	46	Cristo Rey	Privada	41
20	Maria Laura Justiniano 2	Fiscal	206	47	Evangelica Bautista	Privada	80
21	San Jorge 1	Fiscal	55	48	Bancario 2	Privada	101
22	San Jorge 2	Fiscal	85	49	Hermann Gmeiner	Fiscal	123
23	Lindauro A. De Campero 1	Fiscal	207	50	Castelfort Castellanos I	Fiscal	64
24	Hna. Teresa De Calcuta	Convenio	114	51	Tarija 3	Fiscal	54
25	Juan Pablo Ii	Convenio	123	52	American School Tarija	Privada	47
26	Dr. Alberto Baldvieso	Fiscal	22	53	Bolivia 2	Fiscal	109
27	Humberto Portocarrero 2	Convenio	116	<b>Total</b>			<b>6440</b>

**Fuente:** SEDUCA (2016)

**Elaboración:** Propia

### 4.3. MUESTRA.

El tipo de muestreo utilizado es el aleatorio simple. Este es un método en el cual todos los miembros de la población tienen la probabilidad de ser elegidos para formar parte del estudio y, por otro lado, estratificado con afijación proporcional, en este caso los estratos están comprendidos por los colegios fiscales, de convenio y particulares, la afijación proporcional consiste en asignar a cada estrato un número de unidades muestrales proporcional a su tamaño.

En primer lugar, se ha calculado la muestra general del total de la población con la fórmula del muestreo aleatorio simple, luego se procedió a realizar el cálculo de la afijación proporcional de cada estrato.

#### 4.3.1. Cálculo de la muestra.

La siguiente fórmula se utiliza para el cálculo del muestreo aleatorio simple para datos globales: El tamaño de muestra cuando se conoce la población.

$$n = \frac{K^2 p q N}{E^2 (N-1) + K^2 p q}$$

**N:** Es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

**k:** El nivel de confianza, indica cuán confiable es una medida. Los investigadores utilizan estándares comunes del 90%, el 95% y el 99%. Un nivel de confianza del 95% significa que, si la misma encuesta se repitiera 100 veces en las mismas condiciones, en 95 de cada 100 veces la medida estaría dentro del margen de error.

Los valores de *k* más utilizados y sus niveles de confianza son:

Valor de <i>k</i>	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2,24	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	97,5%	99%

**p:** Proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que  $p=q=0.5$  que es la opción más segura.

**q:** Proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es  $1 - p$ .

**n:** Tamaño de la muestra (número de encuestas que se realizará).

**e:** Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

### Datos

k	1,96
e	0,05
p	0,5
q	0,5
N	6440

### Estimación de parámetros

$$n = \frac{K^2 p q N}{E^2 (N-1) + K^2 p q}$$

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)(6440)}{(0.05^2)(6440-1) + (1.96^2)(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(0.9604)(6440)}{(16.0975) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{6184.976}{17.0579}$$

$$n = 362.58$$



Según la fórmula del muestreo aleatorio simple la muestra es de:  $n=362.58$  redondeo a  $n=363$  estudiantes de 5to y 6to de secundaria.

Para proceder a calcular la afijación proporcional:

Se da el nombre de afijación al reparto de la muestra, asignación o distribución de la muestra ( $n$ ) entre los diferentes estratos. Tal que:

$$n_1 + n_2 + n_3 + \dots + n_L = n$$

Para calcular la afijación proporcional en cada estrato se necesita la siguiente formula:

$$n_h = n \left( \frac{N_h}{N} \right) = nW_h$$

$$\Rightarrow \frac{n_h}{n} = \frac{N_h}{N} \quad o \quad \frac{n_h}{N_h} = \frac{n}{N}$$

Datos:

	<b>Colegios fiscales</b>	<b>Colegios de convenio</b>	<b>Colegios particulares</b>	<b>TOTAL</b>
Población	4113	1385	942	6440
Muestra	x	y	z	363

Se expresa la proporcionalidad:

$$\frac{4113}{x} = \frac{1385}{y} = \frac{942}{z} = \frac{6440}{363}$$

Para calcular cualquiera de las incógnitas, se busca una proporción donde se conozca 3 de los 4 datos:

$$\frac{4113}{x} = \frac{6440}{363} \Rightarrow x = \frac{4113 \times 363}{6440} = 232$$

$$\frac{1385}{y} = \frac{6440}{363} \Rightarrow y = \frac{1385 \times 363}{6440} = 78$$

$$\frac{942}{z} = \frac{6440}{363} \Rightarrow z = \frac{942 \times 363}{6440} = 53$$

Por tanto, en la muestra se toma la siguiente cantidad de estudiantes 232 de fiscales, 78 de convenio y 53 de particulares.

A continuación, se muestra en detalle los colegios que fueron seleccionados de manera aleatoria, es decir que cualquiera podría haber sido seleccionado de cada estrato, cabe mencionar que los instrumentos se aplicaron a todos los estudiantes de 5to y 6to de los colegios elegidos para no generar susceptibilidad, siendo un total de 274 en el Lindaura Anzoategui de Campero, 131 en el Jorge Araoz Campero y 80 en la unidad educativa Evangélica Bautista, pero finalmente se eligió al azar el número de cuestionarios que se requería para la muestra según cada estrato:

**CUADRO N° 2**  
**MUESTRA**

N°	Tipo	Colegio	Frecuencia	Porcentaje
1	Fiscal	Lindaura Anzoategui de Campero 2	232	64%
2	Convenio	Jorge Araoz Campero	78	21%
3	Privada	Evangélica Bautista	53	15%
<b>TOTAL</b>			<b>363</b>	<b>100%</b>

*Fuente: SEDUCA*

*Elaboración: Propia*

#### **4.4. METODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

##### **4.4.1. MÉTODOS**

Se utilizaron los métodos que permitieron la realización de la investigación a lo largo de todo el proceso de la investigación.

**Método teórico:** este método consiste en el análisis de información, la deducción, generalización y síntesis que sirvieron para la construcción especialmente del marco

teórico, en la interpretación de los datos obtenidos y de manera general en todo el proceso de construcción de la investigación.

**Método empírico:** permitió la obtención y elaboración de los datos empíricos y el conocimiento de los hechos fundamentales que caracterizan a los fenómenos, este método fue empleado en la recolección de los datos a través de las técnicas e instrumentos.

**Método estadístico:** cumple una función relevante, ya que contribuye a determinar la muestra de sujetos a estudiar, tabular los datos empíricos obtenidos y establecer las generalizaciones apropiadas, permitió el análisis de la información a través de la estadística descriptiva e inferencial.

#### **4.4.2. TÉCNICAS**

Las técnicas que se utilizaron fueron las siguientes:

**Escala de actitudes.** Esta escala conformada por los tres componentes de la actitud los cuales son: cognoscitivo, afectivo, conductual, se nos presenta como un conjunto de preguntas que tienen una estructura de ítems o proposiciones utilizados para cuantificar características o variables del comportamiento social.

El sujeto responde eligiendo uno de los cinco niveles de la escala presentada. A cada nivel se le asigna un valor numérico. En donde el sujeto obtiene una puntuación respecto a la afirmación y al final se obtiene su puntuación total sumando las puntuaciones obtenidas en relación a todas las afirmaciones, para este caso se utilizó para valorar las actitudes de los adolescentes frente a las redes sociales de internet.

**Escala Likert.** Es un tipo de escala que mide actitudes, es decir, que se emplea para medir el grado en que se da una actitud o disposición de los encuestados sujetos o individuos en los contextos sociales particulares. El objetivo es agrupar numéricamente los datos que se expresen en forma verbal, para poder luego operar con ellos, como si se tratara de datos cuantitativos para poder analizarlos

correctamente. En esta investigación se utilizó para determinar la actitud de los adolescentes hacia las redes sociales.

**El diferencial semántico o prueba del diferencial semántico.** Se plantea que un concepto adquiere significado cuando un signo (palabra) puede provocar la respuesta que está asociada al objeto que representa; es decir, se reacciona ante el objeto simbolizado. El interés principal de la escala de Osgood es estudiar la estructura del significado, concluyendo que éste tiene tres dimensiones: evaluación, potencia y actividad.

#### **4.4.3. INSTRUMENTOS.**

- **Escala de actitudes frente a las redes sociales de internet.** La misma consta de una escala tipo Likert que evalúa la intensidad de la actitud compuesta por cinco niveles los cuales son 1=Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo.

Este instrumento se manejó con una valoración de favorable, intermedio y desfavorable en cuanto a la percepción que se tiene sobre las redes sociales; una valoración de agrado indiferencia o desagrado al nivel de apego hacia las redes sociales, y finalmente se valoró la conducta en aceptación, indecisión, rechazo hacia las redes sociales de internet. Este instrumento fue elaborado con la finalidad de responder a los objetivos planteados.

- **Escala de Osgood** Se desarrolla proponiendo una lista de adjetivos al sujeto, que ha de relacionar con los conceptos propuestos. Los adjetivos se presentan en forma bipolar, mediando entre ambos extremos una serie de valores intermedios en la que el sujeto debe marcar cómo ubica el concepto en relación con ambos polos, en este caso referido a las redes sociales de internet, el sujeto marca donde considere conveniente. Se trata de una prueba semi-objetiva, pero no es un test, ya

que se amolda a lo que el investigador quiera evaluar, por lo que no hay conceptos ni escalas tipificadas<sup>49</sup>.

#### **4. 5. PROCEDIMIENTO**

**Fase 1. Revisión bibliográfica:** La primera etapa está destinada a la revisión de material bibliográfico con la finalidad de conocer a fondo la problemática e interiorizarme con todos los conceptos vinculados al tema de investigación.

**Fase 2. Elaboración y validación del instrumento:** Elaboración de un cuestionario para medir la actitud de los adolescentes hacia las redes sociales de internet para poder alcanzar este objetivo se vio la necesidad de realizarlo para posteriormente hacerlo validar.

**Fase 3. Estudio Piloto:** En esta fase se puso a prueba el instrumento elaborado lo cual consiste en la aplicación del mismo a un reducido número de personas con las mismas características a los componentes de la muestra.

**Fase 4. Solicitud de permiso:** En esta fase se procedió a pedir autorización y permisos pertinentes firmados por el director de SEDUCA con el propósito de recurrir a las distintas unidades educativas para poder planificar con los distintos directores de los establecimientos las distintas fechas para la aplicación de los instrumentos seleccionados.

**Fase 5. Aplicación de los instrumentos:** En esta fase se procedió a aplicar los instrumentos en este caso la escala de actitud hacia las redes sociales tomando en cuenta la planificación antes establecida.

**Fase 6. Análisis de los resultados:** En esta fase se realizó la revisión y corrección de los distintos instrumentos aplicados para el posterior análisis de los datos.

---

<sup>49</sup> Osgood, C., Suci, G., Tannenbaum, P. (1976) "El diferencial semántico como instrumento de medida". Edit. Wainerman, C. Escalas de medición en ciencias sociales. Buenos Aires.

**Fase 7. Elaboración del informe final:** Como última etapa de la investigación se procedió a la elaboración del informe final, el cual constituye el punto final de la investigación.

## CAPITULO V

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El siguiente capítulo muestra los resultados y la interpretación de los instrumentos que fueron aplicados a los adolescentes para determinar la actitud hacia las redes sociales de internet.

Se presentan los resultados con el análisis de los puntajes más significativos de acuerdo al orden en que fueron planteados los objetivos específicos para finalmente concluir con el objetivo general.

En primer lugar, está el *componente cognitivo*, es decir, los pensamientos y conocimientos que tienen los adolescentes de las redes sociales de internet, luego se encuentra el *componente afectivo*, es decir, los sentimientos y emociones que se generan en los adolescentes, posteriormente el *componente conductual* referido a las posibles acciones que se generan en los adolescentes a partir de su uso.

A continuación, también se llevó a cabo una comparación de la actitud según el sexo de los adolescentes frente a la problemática, posterior a esto se efectuó una comparación de acuerdo al tipo de colegio para finalmente realizar un análisis de la actitud en general de los adolescentes hacia las redes sociales de internet.

#### 5.1. COMPONENTE COGNITIVO.

Dando respuesta al primer objetivo que señala lo siguiente: “*Analizar los pensamientos y creencias que tienen los adolescentes sobre las redes sociales de internet*” se presenta la siguiente información:

**CUADRO N° 3**  
**COMPONENTE COGNITIVO**

Afirmación	Desacuerdo		Indiferencia		Acuerdo		Total	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
A través de las redes sociales se puede interactuar y compartir contenido con los demás a través de mensajes, fotos, videos, etc.	30	8%	74	20%	259	72%	363	100%
Las redes sociales van cambiando el vocabulario de los adolescentes.	43	11%	67	18%	253	71%	363	100%
Las redes sociales son un medio para conocer y relacionarse con nuevos amigos.	38	10%	74	20%	251	70%	363	100%
Considero que las redes sociales son un buen medio para conocer una pareja.	229	63%	88	24%	46	13%	363	100%
Con las redes sociales se puede crear o contactarse con grupos o comunidades virtuales.	45	12%	82	23%	236	65%	363	100%
En las redes sociales es más fácil expresarse y publicar lo que uno piensa a hacerlo personalmente.	80	22%	106	29%	177	49%	363	100%
Las redes sociales permiten ver e intercambiar algunos contenidos de tipo sexual con los demás.	138	38%	85	23%	140	39%	363	100%
En las redes sociales mis datos, fotos, etc. están seguros y protegidos.	234	64%	74	20%	55	15%	363	100%
Las redes sociales son seguras, a pesar de tener desconocidos en la relación virtual.	259	71%	68	19%	36	10%	363	100%
Pienso que las redes sociales son un entretenimiento para los adolescentes que no interfiere en los estudios u otras actividades.	150	41%	112	31%	101	28%	363	100

*Elaboración: Propia*



Ivancevich (2006)<sup>50</sup> entiende por cognición los “conocimientos básicos de los individuos sobre sí mismos y su entorno lo cual supone un proceso consciente de adquisición de conocimientos”. El componente cognitivo es la introducción al fundamento principal de la actitud. Es el conocimiento que la persona tiene del objeto. También se refiere al conjunto de información, conocimientos y creencias que un individuo posee respecto a un objeto actitudinal; así como la capacidad intelectual de la persona, adquirida gracias a su interacción con el ambiente.

Por otro lado, Rodríguez (1991)<sup>51</sup> sostiene que para que exista una actitud, es necesario que exista también una representación cognoscitiva del objeto, la misma está formada por las percepciones y creencias hacia un objeto, así como por la información que tenemos. En este caso se habla de modelos actitudinales de expectativa por valor. Los objetos no conocidos o sobre los que no se posee información no pueden generar actitudes.

Tomando en cuenta los pensamientos y conocimientos de los adolescentes sobre las redes sociales de internet se obtuvo los siguientes resultados:

Con respecto a la afirmación: “***A través de las redes sociales se puede interactuar y compartir contenido con los demás a través de mensajes, fotos, videos, etc.***” el 72% está de acuerdo, lo cual se traduce en que los adolescentes conocen que en estos medios se puede realizar estas actividades.

Al respecto podemos argumentar que es tan grande la popularidad de las redes sociales que propios y extraños conocen sus características, como indica Caldevilla (2006)<sup>52</sup> que una de sus características es la interactividad, la accesibilidad al medio permite a miles de personas el poder interactuar en: páginas Web, blogs, foros, chat, redes sociales, conferencias a distancia; entre otros. El grupo de usuarios alimenta el

---

<sup>50</sup> Ivancevich, J.; Konopaske, R. y Matteson, M. (2006). Comportamiento organizacional. Edit. Mc Graw-Hill Interamericana. México.

<sup>51</sup> Rodríguez, A. (1991). Psicología Social. Edit. Trillas. ISBN. México.

<sup>52</sup> Caldevilla Domínguez, D. (2010), Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. Universidad Complutense Madrid. e 10/05/16. <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110045A/18656>.

medio y el mensaje, y lo hace crecer. En resumen, ahora existe la ventaja de que lo que alguna persona quiso compartir a través de internet, pueda ser visto o leído por muchas otras en un periodo relativamente corto. De esta forma, se pueden generar la retroalimentación, la respuesta, la discrepancia o bien; que un usuario comparta lo producido por otro porque le gustó. Gracias a la red y las redes sociales, la conducta y la opinión pueden modificarse, incluso al hecho de generar manifestaciones, grupos o modas.

Añadiéndole a esto, podemos señalar que los adolescentes al ser nativos digitales tienen un conocimiento más profundo de estas plataformas virtuales así como señala el autor: Bringué y Sádaba<sup>53</sup>, Generación Digital, Generación @, Nativos Digitales o Generación del Pulgar son algunos de los términos con los que se designa a la juventud que ha crecido rodeada de nuevos medios electrónicos, que utilizan cada día para comunicarse, formarse, o simplemente entretenerse, y que representan el segmento de la población más activo en su uso. En estas tecnologías consiguen una destreza muy superior a la de sus progenitores, lo que les ha llevado a entender las redes digitales como una oportunidad y una forma de independencia. Todo ello “salvando no sólo las diferencias entre países o las fronteras, sino las propias diferencias culturales y socioeconómicas”

Las redes sociales desde que aparecieron en nuestro medio han ido ganando popularidad, generando así un impacto entre toda la población específicamente entre la población más joven siendo estos los principales usuarios, los mismos nacieron con estas por lo cual conocen de manera apropiada sus características, esto es corroborado al obtener un porcentaje alto de adolescentes que saben sobre la interactividad que existe en estos medios sociales.

En cuanto a la afirmación “*Las redes sociales van cambiando el vocabulario de los adolescentes*” el 71% de los adolescentes está de acuerdo con la misma, es decir,

---

<sup>53</sup> Bringué, X. y Sádaba, Ch. (2008). La Generación interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas. Barcelona.

conocen que las redes sociales están cambiando el vocabulario con el que se comunican.

Esto a su vez es corroborado con los señalamientos de diversos autores uno de ellos es Mogni (2011)<sup>54</sup>, que afirma que de forma inevitable, con el progreso de las diferentes plataformas (redes sociales), también se modificó el lenguaje y la ortografía; quiere decir, que las herramientas de comunicación empleadas actualmente, la carencia de ortografía, los errores tipográficos, las contracciones y las abreviaciones son problemas del mundo moderno; donde las alteraciones lingüísticas y el “lenguaje de internet” implican una carga emocional, creativa e imaginativa, nuevas formas y códigos de comunicación.

Es así que términos como “tuitear”, “nick”, “etiquetar” o “haceme un RT”, por ejemplo, no son familiares para quienes no están dentro de las redes sociales. El uso de los “emojiconos” también es otro de los ejemplos en los que la web incidió en la forma de escribir.

Por otro lado Espino (2010)<sup>55</sup> asegura que “las redes sociales, la mensajería instantánea y la falta de interés tienen como cómplices a los jóvenes en la desaparición de un español correcto”; desde este punto de vista, las redes sociales están directamente implicadas, ya que los usuarios procuran sentirse en confianza, conversar coloquialmente y hacerlo de forma ágil, simplificando palabras, insertando íconos, dando sentido a sus oraciones (suprimiendo o añadiendo más letras de las necesarias) y sobresaliendo ante los demás con un toque personal (escritura intencional) y uso desmedido de letras diferentes de la escritura convencional. De esta forma, esta tendencia debe ser ante todo una alarma que, poco a poco, afectará el aspecto educativo, porque los estudiantes aplicarán este “lenguaje de internet” a todos los campos de sus vidas, desconociendo las reglas gramaticales y estableciendo cambios inapropiados en la ortografía.

---

<sup>54</sup> Mogni, Mariano (2011). Las nuevas formas de escritura en las redes sociales. (artículo). e /26-07-16. <http://notio.com.ar/internet/la-nuevas-formas-de-escritura-en-las-redes-sociales-8358>.

<sup>55</sup> Espino, Fátima (2013). Distorsión del español en internet. Blog. Internet. e: 26/07/16. <http://suite101.net/article/distorsiondel-espanol-en-internet-a12626>.

Ahora bien, con todo lo antes argumentado podemos decir, que los adolescentes conocen que las redes sociales van cambiando el vocabulario, más aún al estar ellos inmersos dentro de esta realidad que se originó en la comodidad y la inmediatez con la que se comunican dentro de las mismas, donde cada vez aparece algo nuevo a lo que los adolescentes deben adaptarse para estar al día con sus pares. Esta situación genera ventajas y desventajas siendo una de sus ventajas la creatividad en los adolescentes al innovar nuevas formas de comunicación, por otro lado, una de sus desventajas y como también lo objetaban los autores es la aplicación de esta forma de escritura en todos los ámbitos de la vida lo cual no sería productivo a lo menos en lo académico.

Un 70% de adolescentes están de acuerdo con la afirmación ***“Las redes sociales son un medio para conocer y relacionarse con nuevos amigos”*** y así también un 65% considera que: ***“Con las redes sociales se puede crear o contactarse con grupos o comunidades virtuales”*** es decir que los adolescentes conocen estas dos características importantes de las redes sociales.

Las redes sociales son “comunidades virtuales”. Es decir, plataformas de Internet que agrupan a personas que se relacionan entre sí y comparten información e intereses comunes. Este es justamente su principal objetivo: entablar contactos con gente, ya sea para re encontrarse con antiguos vínculos o para generar nuevas amistades. Pertenecer a una red social, le permite al usuario construir un grupo de contactos, que puede exhibir como su “lista de amigos”. Estos amigos pueden ser amigos personales que él conoce, o amigos de amigos. A veces, también, son contactos que se conocieron por Internet así lo señala Roxana Morduchowicz (2010)<sup>56</sup>.

Así también Caldevilla (2010)<sup>57</sup>, afirma que las redes sociales son una especie de interconexiones surgidas desde los propios usuarios. De esta forma, pueden: estar en contacto con sus amistades, conocer gente nueva, jugar con las aplicaciones, mover a

---

<sup>56</sup> Morduchowicz R, Marcon, Sylvestre. (2010). Artículo “los adolescentes y las redes sociales” Argentina

<sup>57</sup> Caldevilla Domínguez, D. (2010), Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. Universidad Complutense Madrid. e 26/07/16. <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110045A/18656>

las personas ante una causa, comentar y dar a conocer sus opiniones, entretenerse, crear conjuntamente movimientos, compartir fotografías, comentar nuevos estados de ánimo. Las redes sociales nacen: “...como una reunión de personas, conocidas o desconocidas, que interactuarán entre sí, redefiniendo al grupo y retroalimentándolo”.

A lo antes expuesto podemos señalar que los adolescentes admiten conocer que estos medios sirven para crear o contactarse con grupos o comunidades virtuales siendo este una de sus características principales así también, piensan que dentro de las redes sociales se pueden conocer nuevas amistades, lo cual no es la finalidad de las redes sociales, pero que varias personas lo utilizan para ello, esta creencia tiene su origen debido a que la mayoría de las actitudes radican en el aprendizaje y el desarrollo social, como lo señala Briñol (2007)<sup>58</sup> específicamente nos referimos al “modelado o imitación de otros”, ya sean familiares, amigos, entorno educativo, grupos con los que nos relacionamos, o medios de comunicación, entre otros. Todos ellos son lugares de formación de valores y una amplia gama de creencias. Es decir que los adolescentes tienen este conocimiento porque lo escucharon o lo vieron, siendo común que se utilice este medio para conocer nuevas amistades.

Para terminar con el componente cognitivo ante la afirmación que dice: ***“En las redes sociales es más fácil expresarse y publicar lo que uno piensa a hacerlo personalmente”*** el 49% de adolescentes está de acuerdo con esta afirmación.

Los especialistas aseguran que, para los adolescentes afectados por las tecnologías les resulta muy fácil expresarse y socializar a través de ellas, pero les resulta muy difícil hacerlo personalmente. Han perdido la costumbre de hacerlo de esa manera e incluso rechazan la idea de integrarse a grupos, talleres o actividades deportivas en donde puedan interactuar y esta es una problemática, ya que, sin saberlo, los padres contribuyen a ello, dotándolos de aparatos para su entretenimiento (Sosa, 2013)<sup>59</sup>.

---

<sup>58</sup> Briñol, P. Falces, C., y Becerra, A. (2007). Actitudes. En Psicología Social (págs. 457-516). Edit. McGraw Hill. Madrid.

<sup>59</sup> Sosa, L. (2013). Artículo. Uso excesivo de las redes sociales causa aislamiento. e: 26/07/16. [http://diario.mx/Local/2013-03-19\\_577ef518/uso-excesivo-de-redes-sociales-causa-aislamiento-advierte-experta/](http://diario.mx/Local/2013-03-19_577ef518/uso-excesivo-de-redes-sociales-causa-aislamiento-advierte-experta/)

También podemos señalar que, de un tiempo a esta parte, la comunicación digital ha avanzado, sobre todo en los nativos digitales que han crecido rodeados de internet, como una manera de comunicar temas de toda índole. Al contacto cara a cara y al teléfono se suman las video-llamadas, las conversaciones por chat, correo electrónico, las redes sociales y mensajes de texto. Este tema fue abordado por investigadores del Centro de Medios Digitales Infantiles de la U. de California en Los Ángeles (UCLA)<sup>60</sup>, Allí dieron a conocer los resultados de un estudio que demostró que los adolescentes están más cómodos tratando ciertos temas difíciles a través de plataformas digitales, aunque se sienten emocionalmente más conectados o unidos a los amigos al conversar en persona que al hacerlo usando la comunicación virtual.

Por otra parte, según los autores McKenna y Bargh (1999)<sup>61</sup> aquellos sujetos que interaccionan en internet, obtienen una mejor valoración y aceptación social por parte de sus compañeros del medio que cuando la interacción se produce en una situación cara a cara, como resultado, fundamentalmente, de la presentación de su “yo ideal”.

Analizando la teoría la cual corrobora que en la actualidad, es una realidad que los adolescentes consideren que en las redes sociales es más fácil expresarse y publicar lo que uno piensa a hacerlo personalmente, podemos señalar que esta es una creencia que nos indica que los adolescentes ven a las redes como un medio que facilita la difusión de ideas y es más cómodo hacerlo por este medio que de manera personal, este pensamiento que tienen los adolescentes a su vez puede acarrear consecuencias positivas y negativas sobre todo negativas porque se estarían dejando de lado las habilidades interpersonales, dándole énfasis a las virtuales.

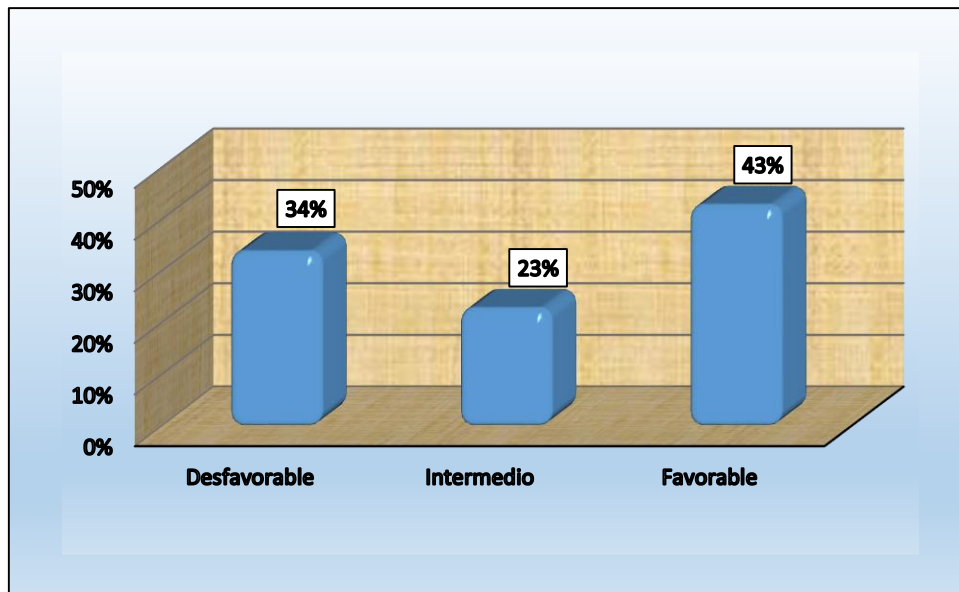
---

<sup>60</sup> Sherman Lauren (2013). Fundación QueVeo.cl. Comunicación digital v/s relaciones cara a cara. e: 20/07/16.  
<http://www.queveo.cl/comunicacion-digital-vs-relaciones-cara-a-cara/>

<sup>61</sup> McKenna, Bargh . (1999). ¿Puedes ver mi yo real? la formación de la relación y el desarrollo en Internet. Diario de la personalidad y psicología social 75: 681-94. New York University.

## GRÁFICA N° 1

### COMPONENTE COGNITIVO



*Elaboración: Propia*

Según Gardey (2008)<sup>62</sup>, el desarrollo cognitivo (también conocido como desarrollo cognoscitivo), por su parte, se enfoca en los procedimientos intelectuales y en las conductas que emanan de estos procesos. Este desarrollo es una consecuencia de la voluntad de las personas por entender la realidad y desempeñarse en sociedad, por lo que está vinculado a la capacidad natural que tienen los seres humanos para adaptarse e integrarse a su ambiente.

Los Componentes Cognitivos incluyen el dominio de hechos, opiniones, creencias, pensamientos, valores, conocimientos y expectativas (especialmente de carácter evaluativo) acerca del objeto de la actitud. (Morales 1999)<sup>63</sup>

<sup>62</sup> Gardey Ana (2008). Definición de cognitivo. e; 20/07/16. <http://definicion.de/cognitivo/>

<sup>63</sup> Morales, J. F., Gaviria, E., Moya, M. y Cuadrado, I. (2009). *Psicología Social*. Edit. McGraw Hill. Madrid.

A partir de los resultados obtenidos del componente cognitivo desde una perspectiva general tenemos que la mayoría representada por un 43% de adolescentes tiene pensamientos, creencias, expectativas de las redes sociales favorables, este dato nos indica que la mayoría conoce aspectos que son característicos de las redes sociales estando entre ellos la interactividad, la sociabilidad, el acceso a información ilimitada. Los adolescentes tienen conocimientos de estos tres aspectos que se tomaron en cuenta para esta investigación.

Por otro lado, estaría un 34% de adolescentes que manifiesta tener pensamientos desfavorables, es decir, no conocen el tema que se les planteó, específicamente estamos hablando que no reconocen las características de las redes sociales, entre las cuales tenemos interactividad, sociabilidad y el acceso a información ilimitada, esto quizá se debe a que este grupo de adolescentes no hace uso de estas o no tienen afinidad por estos medios sociales.

Finalmente tenemos un 23% de adolescentes que tienen un conocimiento intermedio con respecto a las redes sociales de internet, los cuales se manifestaron indiferentes ante las afirmaciones que se les planteó acerca de la problemática. Es decir, no tienen un conocimiento claro, esto implicaría la inseguridad y duda sobre sus ideas.



**GRÁFICA N° 2**  
**ESCALA DE OSGOOD**

ADJETIVOS									ADJETIVOS		
		1	2	3	4	5	6	7			
1	Desfavorable				153					Favorable	1
2	Desagradable				119					Agradable	2
3	Insignificante				141					Valioso	3
4	Inmoral				166					Moral	4
5	Monótono							101		Divertido	5
6	Pasivo				120					Activo	6
7	Rechazado							108		Aceptado	7
8	Publico				91					Personal	8
9	Negativo				175					Positivo	9
10	Peligroso				94					Seguro	10

*Elaboración: Propia*

En la Escala de Osgood se presenta el objeto y se mide la reacción que provoca mediante una serie de dimensiones bipolares. La flexibilidad de esta escala ha hecho extender su aplicación para medir actitudes, motivaciones, creencias, y fenómenos relacionados. En esta escala se evalúa el estímulo presentado en función de diversos atributos, adjetivos o sentencias bipolares, analizándose tanto las puntuaciones totales como los perfiles obtenidos. Puede usarse para analizar y comparar diversos estímulos de forma simultánea. (Norberto Mejías 2011)<sup>64</sup>.

<sup>64</sup> Mejías Norberto (2011). Escalas de Actitudes en Investigación. e: 20/07/16. <http://odiseo.com.mx/libros-resenas/2011/07/escalas-actitudes-en-investigacion>

Según los resultados obtenidos en la escala de Osgood, los adolescentes tienen una perspectiva neutra de las redes sociales de internet, como se puede observar en la gráfica la mayoría optó por calificarlas de manera intermedia, con respecto a los adjetivos planteados. Esto nos indica que los adolescentes no tienen una idea clara concerniente a la problemática haciendo que sus respuestas reflejen esta situación.

También por otro lado tenemos que los adolescentes, se inclinan hacia lo positivo de las redes sociales en cuanto a dos adjetivos estos son la diversión y la aceptación, lo cual denota que un porcentaje significativo de adolescentes las consideran una fuente de esparcimiento, en estos medios los usuarios pueden interactuar entre ellos, así mismo compartir fotos, comentar, esto como producto de la interactividad una característica que atrae a muchos usuarios y hace que sean medios de distracción; así mismo las consideran que son aceptadas, esto tiene que ver con la popularidad que en los últimos años han obtenido en nuestro medio en toda la población, sobre todo entre los jóvenes que son los principales usuarios, más aun siendo nativos de estos medios sociales hace que tengan afinidad hacia estos y los aprecien así.

Por otro lado, no se obtuvo ningún resultado significativo de actitud negativa en cuanto a pensamientos de los adolescentes con respecto a la problemática, lo cual muestra que no hay una visión negativa de las redes sociales.

## **5.2. COMPONENTE AFECTIVO**

Dando cumplimiento al segundo objetivo planteado en la investigación el mismo señala lo siguiente: *“Conocer los sentimientos y emociones de los adolescentes hacia las redes sociales de internet”*. A continuación, se da respuesta con la siguiente información.

**CUADRO N° 4**  
**COMPONENTE AFECTIVO**

Afirmación	Desacuerdo		Indiferencia		Acuerdo		Total	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
Es agradable poder interactuar y compartir contenidos en las redes sociales a través de textos mensajes, fotos y videos.	42	12%	91	25%	230	63%	363	100%
Me agrada que las redes sociales cambien el vocabulario de los adolescentes.	232	64%	87	24%	44	12%	363	100%
Me gusta conocer y relacionarme con nuevos amigos virtuales.	99	27%	143	39%	121	33%	363	100%
Me agradaría tener una pareja a través de las redes sociales.	248	68%	75	21%	40	11%	363	100%
Me sentiría feliz de poder crear grupos o ser parte de comunidades virtuales.	129	35%	131	36%	103	28%	363	100%
Me gusta más expresarme y publicar mis pensamientos en las redes sociales que hacerlo personalmente.	186	51%	116	32%	61	17%	363	100%
Es agradable poder ver e intercambiar algunos contenidos de tipo sexual en las redes sociales.	287	80%	38	10%	38	10%	363	100%
Confío en las redes sociales porque mis datos, fotos, etc. están seguros y protegidos.	261	72%	66	18%	36	10%	363	100%
Me siento seguro en las redes sociales, a pesar de tener desconocidos en la relación virtual.	247	68%	85	23%	31	9%	363	100%
Me gustaría conectarme diariamente a las redes sociales porque son un entretenimiento que no interferirían en mis estudios u otras actividades.	168	46%	116	32%	79	22%	363	100%

*Elaboración: Propia*

Según Morales (2009)<sup>65</sup>, los Componentes Afectivos son aquellos procesos que avalan o contradicen las bases de nuestras creencias, expresados en sentimientos evaluativos y preferencias, estados de ánimo y las emociones que se evidencian (física y/o emocionalmente) ante el objeto de la actitud (tenso, ansioso, feliz, preocupado, dedicado, apenado...).

Así también Rosenberg (1960)<sup>66</sup> define a este componente como la emotividad que impregna los juicios. La valoración emocional, positiva o negativa, acompaña a las categorías asociándolas a lo agradable o a lo desagradable, así mismo las sensaciones y sentimientos que dicho objeto produce en el sujeto, es el sentimiento en favor o en contra de un objeto social. Es el componente más característico de las actitudes.

Ahora bien, en cuanto a los sentimientos y las emociones que generan en los adolescentes las redes sociales se obtuvo los siguientes resultados significativos.

En cuanto a la afirmación: ***“Es agradable poder ver e intercambiar algunos contenidos de tipo sexual en las redes sociales”***, el 80% de adolescentes está en desacuerdo con la misma, esto hace referencia a que los adolescentes es su mayoría les disgusta ver e intercambiar contenidos de tipo sexual que constantemente se publican en estos medios sociales.

A través de las redes se tiene acceso a todo tipo de información, como señala la autora Izco E. (2007)<sup>67</sup> que entre las características que atrae a los adolescentes, está el acceso a información ilimitada, a fuentes muy diversas para satisfacer su curiosidad, sus dudas o problemas. Y entre los cuales se encuentran los contenidos de tipo sexual lo cual se ha hecho común de encontrar en las redes sociales. Álvarez G. (2009)<sup>68</sup> resalta el acceso a contenidos inapropiados; algunos usuarios cuelgan o comparten material que bien puede considerarse inapropiado para menores por su

---

<sup>65</sup> Morales, J. F., Gaviria, E., Moya, M. y Cuadrado, I. (2009). *Psicología Social*. Edit. McGraw Hill. Madrid.

<sup>66</sup> Rosenberg, M. J. y Hovland, C.I. (1960) *cognitiva, componentes afectivos y conductuales de las actitudes*. Edit. Yale University Press. *Actitud Organizationand Cambio*, New Haven : Yale University Press.

<sup>67</sup> Izco E. (2007). “Los adolescentes en la planificación de medios. Segmentación y conocimiento del Target”. España.

<sup>68</sup> Álvarez Marañón Gonzalo. (2009). *Cómo protegernos de los peligros de Internet*. Edit. Catarata. Madrid.

contenido sexual, violento, xenófobo, vejatorio u obsceno. No todo lo que se publica en éstas, es para todos los ojos.

Por otra parte la asociación ECPAT International (2005)<sup>69</sup>, menciona que cuando se habla de contenidos inadecuados se hace referencia a la exposición a materiales dañinos, ilegales, traumáticos o inoportunos para la edad del niño, niña o adolescente. El tener acceso a contenidos de naturaleza sexual, violentos o similares para los cuales no se hallan preparados conforme a su edad y nivel de desarrollo, es sin lugar a dudas, una forma de violencia a la que se hallan expuestos los más jóvenes cuando utilizan las redes sociales y las Tics. en general.

La exposición temprana a la pornografía o materiales inadecuados en un contexto distante a una interacción emocional, incide directamente en el desarrollo de los niños, niñas y adolescentes, y puede colaborar en la producción errónea de la interpretación sobre la sexualidad así lo señala la Asociación Chicos.net (2010)<sup>70</sup>.

Con todo lo expuesto podemos señalar que en las redes sociales se difunde todo tipo de información, entre éstas se encuentran los contenidos de tipo sexual que van en contra de una formación adecuada de los adolescentes, la mayoría de los adolescentes de nuestro medio manifestó su desagrado con respecto a esta realidad latente en estos medios.

Según la siguiente afirmación: ***“Confío en las redes sociales porque mis datos, fotos, etc. están seguros y protegidos”*** un 72% de los adolescentes está en desacuerdo, esto significa que los adolescentes no sienten que sus datos, fotos se encuentran seguros y protegidos en las redes sociales.

El mayor problema de las redes sociales son los datos que compartimos y con quiénes lo hacemos que puede desembocar en casos de extorsiones, acosos, violación a la privacidad, usurpación de perfil, robo de identidad y mucho más. Últimamente oír que no están protegidos los datos personales de las redes sociales es muy frecuente, y hay

---

<sup>69</sup> ECPAT International. (2005). Mesa Redonda de ECPAT International sobre la violencia contra los niños en el ciberespacio. Bangkok, Tailandia.

<sup>70</sup> Asociación Chicos.net. (2010). Programa “Por un uso seguro y responsable de las TIC.” Internet Segura. Buenos Aires.

quienes incluso defienden que no es recomendable abrir una cuenta si se quiere proteger datos personales propios o de terceras personas. Y no es que sea del todo falso, teniendo en cuenta que los perfiles en muchas redes sociales son públicos por defecto.

El artículo “Protección de la privacidad en las redes sociales”<sup>71</sup> señala lo siguiente: Las políticas de privacidad permiten hacerse una idea del nivel de privacidad que ofrecen las redes sociales. Concretamente, es posible saber: la información que recopilan, el modo en que se recopila, quien tiene acceso a la información, las medidas de seguridad adoptadas, el tiempo durante el que se almacena la información. Si bien es cierto que una configuración y unas herramientas más estrictas de la cuenta contribuyen a preservar la privacidad, existen otras maneras de filtrar la información personal públicamente, que hace que no exista una confianza a ciegas a estos medios.

Por otro lado podemos señalar que las redes sociales son un gran "almacén virtual" de información personal que los mismos usuarios suben a la red, que en muchas ocasiones es excesiva y peligrosa para la identidad e integridad de los que utilizan estos medios siendo la mayoría adolescentes. La generalidad de las redes sociales por no decir todas, en el momento en que te registras, te solicitan información personal, como teléfono, dirección, sexo, gustos, preferencias, nombre, correo electrónico, y etc. que en muchos casos es obligatorio para poder ser parte de la red social.

Pero además de tener que cumplir con ese requisito también invita a que se coloque una foto que te identifique, en el caso de los adolescentes es necesario subir fotos a las redes pero se ha visto últimamente que tanto las fotos como los datos son utilizadas por terceras personas, aunque se garantice la seguridad y protección de datos, varios usuarios no confían plenamente en estas medios sociales y este es el caso de los adolescentes de nuestro medio que dudan de la fiabilidad de la seguridad dentro de estas plataformas virtuales.

Po otra parte el 68% de los adolescentes con respecto a la afirmación: ***“Me agradaría tener una pareja a través de las redes sociales”*** se manifiestan en desacuerdo con la

---

<sup>71</sup> TrendLabs. (2013) Guía electrónica para la vida digital “Protección de la privacidad en las redes sociales” e: 20/07/16. [http://www.trendmicro.es/media/resource\\_lib/social/how-to-protect-your-privacy-on-social-media-es.pdf](http://www.trendmicro.es/media/resource_lib/social/how-to-protect-your-privacy-on-social-media-es.pdf)

misma es decir que no les sería grato mantener una relación amorosa a través de este medio.

Al respecto se puede señalar que las redes sociales son medios que su principal objetivo o una de sus primordiales características es la relación con personas en un principio era para contactarse con personas conocidas con las cuales se había perdido contacto, pero de un tiempo a esta parte estos medios también se hicieron populares porque permiten relacionarse con todo tipo de personas y a través de ello establecer una amistad o incluso para conocer una pareja.

Partiendo desde la misma definición de estos medios nos encontramos con que dentro de estas se establecen todo tipo de relaciones como ser de amistad, amorosas, negocios, etc. así como señala el siguiente autor: Carrera (2011)<sup>72</sup> define a la red social como “una estructura social compuesta por entidades (individuos y organizaciones), que está intercomunicada de diversas maneras y que comparte valores, ideales, flujos financieros, ideas, amistades, sentimientos amorosos, lazos familiares, etc., es decir, todo tipo de intercambios” Existen cuatro objetivos de las actividades de las redes sociales: 1. Buscar oportunidades de negocio. 2. Buscar relaciones de amistad y amorosas. 3. Buscar trabajo. 4. Acceder a nuevos conocimientos.

Así también podemos señalar que existen redes sociales que tienen exclusivamente la finalidad de buscar pareja pero aun en nuestro medio esta actividad, sobre todo en nuestros jóvenes no se hace habitual lo cual es reflejado en el desagrado que manifiestan ante esta realidad quizá esto es aceptado por otras realidades así como señala Molist (2007)<sup>73</sup>, argumentando que el país que lleva la delantera en la práctica de la búsqueda del amor en Internet es Estados Unidos, pero en Europa, y particularmente en España, esta práctica está en crecimiento. Lo mismo está ocurriendo en Latinoamérica, principalmente en México y Argentina. Podemos

---

<sup>72</sup> Carrera, F. (2011). Redes Sociales y Networking: Guía de supervivencia profesional para mejorar la comunicación y las redes de contactos con la Web 2.0. Editorial. Profit. Barcelona.

<sup>73</sup> Molist M. (2007). Buscar pareja en Internet, opciones avanzadas. e: 20/07/16. <http://www.elpais.com>.

percibir que nuestros adolescentes no tienen afinidad por este hecho que se dan en estas plataformas virtuales.

Por otro lado, en cuanto a la afirmación que señala: ***“Me siento seguro en las redes sociales, a pesar de tener desconocidos en la relación virtual”*** se tiene un 68% de adolescentes que se encuentra en desacuerdo con la misma, esto refleja que los adolescentes no se sienten seguros en estos medios al tener desconocidos en la relación virtual.

Esto tiene que ver con una de las características presentes en estos medios siendo esta la sociabilidad, en la cual los usuarios tienen la posibilidad de agregar a amigos de amigos o personas que no tengan nada que ver con su círculo de amigos dicho de otra forma a desconocidos, pasando estos a ser amigos, así mismo lo señala el autor Carlos Merlo (2013)<sup>74</sup>: Los usuarios con frecuencia pueden ser "amigos" de otros usuarios, aunque no se conozcan personalmente con antelación. En la mayoría de los servicios de redes sociales, ante una solicitud o invitación a establecer contacto "virtual", los usuarios deben confirmar que son amigos o que aceptan la conexión, luego de lo cual estarán vinculados.

Es común que en estos medios se agreguen a todo tipo de contactos aun sin conocerlos personalmente, según Cachia (2008) es más fácil contactar con diferentes personas sin ser necesario establecer una relación muy afianzada, se crean unas relaciones más débiles, en las que no existe una conexión emocional, pero si un intercambio de información, es decir se crean unas conexiones más sueltas y menos comprometidas en las que no hace falta mucho tiempo y esfuerzo.

Por otra parte, como bien conocemos una red social es un conjunto de usuarios relacionados a través de una plataforma en común, mediante la cual mantienen relaciones de forma virtual, que pueden desencadenar relaciones en el mundo físico en donde cada uno de los participantes de estas redes debe aceptar las condiciones de uso, participación y se compromete a brindar la información necesaria para

---

<sup>74</sup> Merlo Pastrana, Carlos (2013). «Experience Marketing». e: 20/07/16. [https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio\\_de\\_red\\_social](https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_red_social).



relacionarse con otros miembros. Lo que muchas veces se omite o se ignora es que esa información, que debería ser privada o confidencial, puede representar un riesgo para el usuario, si es obtenida por delincuentes o personas con malas intenciones, así mismo lo señala Caldevilla Domínguez (2010)<sup>75</sup> de estas nuevas formas de comunicación e interacción, surgen nuevas amenazas a la intimidad, si no se diferencia el público de cada uno de los perfiles, siendo una de las desventajas del uso de las redes, la suplantación de la identidad.

Por otra parte, el 64% de adolescentes está en desacuerdo con lo siguiente: “**Me agrada que las redes sociales cambien el vocabulario de los adolescentes**”, esto nos muestra que a los adolescentes en nuestro medio no les genera agrado que estas plataformas virtuales cambien el vocabulario.

En la actualidad es una realidad que con la implantación de las nuevas tecnologías, haya sobrevenido algunos cambios sobre todo a la hora de comunicarse específicamente en adolescentes que son los que mayormente utilizan estos medios, en los cuales el vocabulario cambió, ya sea por la inmediatez o comodidad muchas de las palabras se abrevian, sustituyen o se implementan nuevas, a su vez la creación de emoticones ha hecho que con el simple uso de uno de estos se expresen muchas ideas sin ser necesario ya expresarlas. Así también lo manifiesta Leandro Zanoni<sup>76</sup>, “El cambio más profundo en la manera de escribir se dio en las nuevas generaciones, a quienes no les importa tanto como se expresan, sino el mensaje que transmiten”

Así también podemos argumentar que el discurso oral se ve desplazado por un nuevo discurso donde el lenguaje icónico y audiovisual tienen lugar, privilegiados por la dinámicas propias de la cibercultura. Si bien hay una transgresión del lenguaje normativo porque no se hace necesaria la correcta utilización del mismo en las redes sociales o foros, lo cierto es que las imágenes, el material audiovisual y los emoticonos enriquecen la escritura dentro del espacio virtual y su principal función es

---

<sup>75</sup> Caldevilla Domínguez, D. (2010), Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. Universidad Complutense Madrid. e 26/07/16. <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110045A/18656>.

<sup>76</sup> Zanoni, Leandro (2011). Ciberlenguaje: una tendencia que crece en los jóvenes que utilizan redes sociales. e: 20/07/16. <https://luisaauge2011.wordpress.com/2011/09/12/el-ciberlenguaje-una-tendencia-que-crece-en-los-jovenes-que-utilizan-facebook/>

la transmisión de emociones y, con ello, el sostenimiento de las relaciones dentro de este campo. Según Eres & Almeida (2009)<sup>77</sup> se produjeron varios cambios. A continuación, se presentan algunos de ellos citados por estos autores:

**Fonemas:** Se da el uso de los fonemas, porque cada letra tiene un fonema (sonido). Sin embargo, en el ciberlenguaje se trata de aprovechar el efecto de la pronunciación de las letras como: “permíteme” = prmitm, *en este caso es la letra p=pe y m=me, así se realiza con las letras que se presten para este fenómeno*

**Combinación de palabras:** Fusión de palabras con abreviaciones o palabras por ejemplo: Por favor = xfavor. La letra “X” sustituye la expresión por. O bien puede haber una mezcla de letras con números: d2 = dedos, 100pre = siempre. Se dan expresiones en la lengua inglesa o el uso de siglas: por ejemplo: OMG = Oh my god o TQM = te quiero mucho. Cabe mencionar que ninguno de los cibernautas o usuarios de Internet, que utilizan el ciberlenguaje han estudiado para aprenderlo, sino que simplemente ha sido gracias al acceso a los medios como: Internet, computadora y celular, por los cuales han adquirido destreza.

Comúnmente se suelen suprimir todas las vocales o parte de ellas, para dar cabida a más caracteres dentro de un SMS o simplemente para dar rapidez y fluidez a una charla. También suele ser común el uso de números que representen palabras o sílabas, como por ejemplo los siguientes:

- 2 - "los 2 podemos hacerlo".
- 100 - "te querré pr 100pre" en sustitución de "te querré por siempre".
- 100 - "100to dolr" en sustitución de "siento dolor".

**Símbolos:** Se utilizan bastante en el chat, para explicar. Ejemplo: = (igual), X (por), +(más).

---

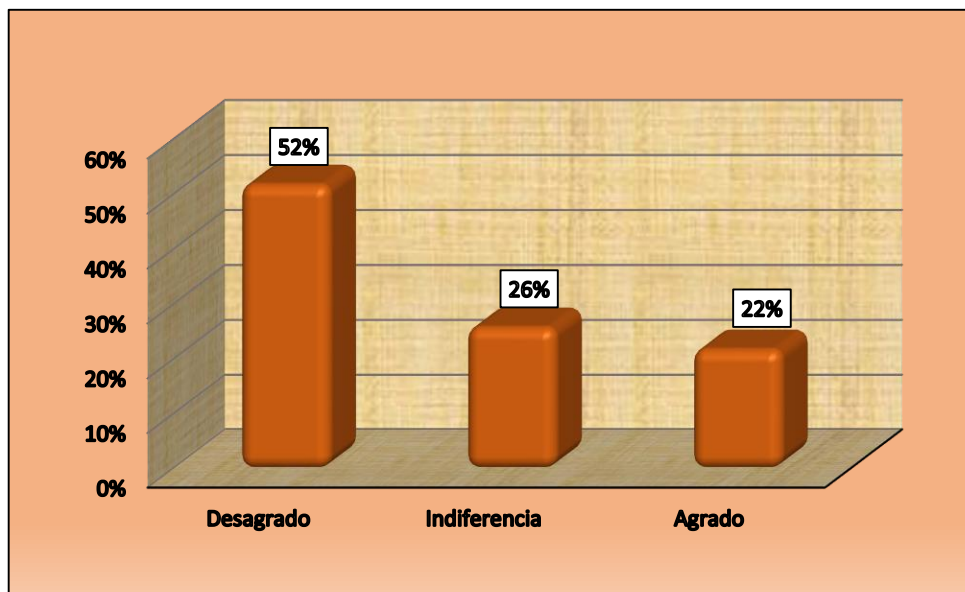
<sup>77</sup> Eres, I. & Almeida, P. (2009). Un estudio sobre los cambios lingüísticos del español escrito en las charlas informales por internet. Trabajo Lingüística Aplicada, 48, (1). 153-170. e: 20/07/16. <http://www.scielo.br/pdf/tla/v48n1/11.pdf>.

**Emoticonos:** Algunas de las aplicaciones que sirven para sostener conversaciones en Internet, insertan emoticonos de forma predeterminada, compuestos por letras y signos de puntuación que expresan emociones. Ejemplos: :S ó :? (confuso), :) ó :D ó C: (feliz), :( ó :C (triste).

Es así que los adolescentes de nuestro medio presentan desagrado ante esta realidad que se está viendo en la actualidad y de la cual forman parte, nos referimos al cambio en el vocabulario a partir del uso de las nuevas tecnologías en específico de las redes sociales.

### GRÁFICA N° 3

#### COMPONENTE AFECTIVO



*Elaboración: Propia*

A partir de los resultados generales del componente afectivo, tenemos que la mayoría de adolescentes siendo un total de 52% presentan sentimientos de desagrado hacia estos medios sociales, en cuanto a sus características como ser: interactividad, sociabilidad y acceso a información ilimitada, esto quiere decir que estos medios no generan sentimientos positivos en los adolescentes de nuestro medio.

Es así que estos adolescentes señalaron estar en desacuerdo con las afirmaciones de este componente, manifestando de esta manera su desagrado hacia las redes sociales en cuanto a afectos, sentimientos, emociones así como señala el autor Morales: los componentes afectivos son aquellos procesos que avalan o contradicen las bases de nuestras creencias, expresados en sentimientos evaluativos y preferencias, estados de ánimo y las emociones que se evidencian (física y/o emocionalmente) ante el objeto de la actitud (tenso, ansioso, feliz, preocupado, dedicado, apenado...), es decir que los adolescentes con respecto a estos medios manifestaron: desagrado, desconfianza,

inseguridad, disgusto lo cual representa que no generan sentimientos positivos en ellos.

Por otro lado, tenemos un 26% de adolescentes que manifestaron su indiferencia hacia las redes sociales de internet es decir que su respuesta fue ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo cual se traduce en que estos medios se sitúan en un punto intermedio con respecto a la generación de sentimientos, emociones en este grupo de adolescentes.

Para finalizar con la valoración general del componente afectivo podemos observar un 22% de adolescentes que manifestaron su agrado con respecto a estas nuevas tecnologías de información y comunicación, esto quiere decir que este grupo de adolescentes tiene sentimientos positivos con relación a estos medios como gusto, agrado, seguridad, confianza.

### **5.3. COMPONENTE CONDUCTUAL**

Para dar cumplimiento al tercer objetivo de la investigación el cual dice lo siguiente: *“Determinar las conductas y acciones de los adolescentes frente a las redes sociales de internet”*, se da respuesta con la siguiente información.

## CUADRO N° 5

### COMPONENTE CONDUCTUAL

Afirmación	Desacuerdo		Indiferencia		Acuerdo		Total	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
Interactúo y comparto contenido en las redes sociales con los demás a través de textos, mensajes, fotos y videos.	68	19%	99	27%	196	54%	363	100%
He cambiado mi vocabulario desde que hago uso de las redes sociales.	141	39%	114	31%	108	30%	363	100%
Con las redes sociales conocí y me relacione con nuevos amigos virtuales.	92	25%	95	26%	176	48%	363	100%
Usaría las redes sociales para conocer una pareja.	239	66%	81	22%	43	11%	363	100%
Reviso todos los días las redes sociales para estar al día de lo que pasa en los grupos o comunidades a las que pertenezco.	119	33%	88	24%	156	43%	363	100%
Me expreso más fácilmente y público lo que pienso a través de las redes sociales que personalmente.	164	45%	117	32%	82	22%	363	100%
Veo e intercambio algunos contenidos de tipo sexual con los demás a través de las redes sociales.	291	80%	37	10%	35	10%	363	100%
Publico mis datos, fotos, etc. en las redes sociales porque están seguros y protegidos.	190	52%	122	34%	51	14%	363	100%
Uso las redes sociales porque no hay peligros en ella, a pesar de tener desconocidos en la relación virtual.	216	60%	109	30%	38	10%	363	100%
Uso las redes sociales porque son un entretenimiento que no interfiere con mis estudios y otras actividades.	147	41%	139	38%	77	21%	363	100%

*Elaboración: Propia*

Siguiendo a Morales (2009)<sup>78</sup> el componente conductual es la tendencia a reaccionar hacia los objetos de una determinada manera. Es el componente activo de la actitud, muestran las evidencias de actuación a favor o en contra del objeto o situación de la actitud, amén de la ambigüedad de la relación "conducta-actitud". Cabe destacar que éste es un componente de gran importancia en el estudio de las actitudes que incluye además la consideración de las intenciones de conducta y no sólo las conductas propiamente dichas.

Para Rosenberg (1960)<sup>79</sup>, el componente conductual es la inclinación a actuar de un modo determinado ante un objeto, un sujeto o acontecimiento. Resultado de la sucesión de los aspectos cognoscitivo y emocional, son las intenciones, disposiciones o tendencias hacia un objeto, es cuando surge una verdadera asociación entre objeto y sujeto, siendo la tendencia a reaccionar hacia los objetos de una determinada manera. Es el componente activo de la actitud.

De acuerdo a estas concepciones del componente conductual a continuación se realiza un análisis sobre las disposiciones comportamentales de los adolescentes en relación a las redes sociales.

Con respecto a la afirmación: ***“Veo e intercambio algunos contenidos de tipo sexual con los demás a través de las redes sociales”*** el 80% de adolescentes está en desacuerdo, lo que se traduce en que éstos no ven ni intercambian contenidos de tipo este tipo a través de estos medios sociales.

Con respecto a lo antes mencionado, podemos señalar que la publicación de todo tipo de contenido en las redes sociales, entre estos de tipo sexual, es una realidad que no se puede negar y que está presente en nuestro medio, siendo esto un hecho negativo para los adolescentes, que al ver contenidos inapropiados se está mellando el curso de su sexualidad de manera normal, es así que la red europea de investigación EUKids Online clasificó los riesgos derivados de las actividades realizadas en estos medios

---

<sup>78</sup>Morales, J. F., Gaviria, E., Moya, M. y Cuadrado, I. (2009). Psicología Social. Edit. McGraw Hill. Madrid.

<sup>79</sup> Rosenberg, M., Hovland, C.I. (1960) Attitude organization and change. Edit. Yale University Press. N. Haven.

sobre todo para menores de edad siendo uno de ellos: “Riesgo de contenido”, al ser receptores de contenidos violentos o agresivos, pornográficos, racistas o que inciten al odio, así como de marketing encubierto.

A raíz de este hecho también podemos señalar que esta preocupación es generalizada y es así que surgieron diversas instituciones que realizan investigaciones y campañas así lo señala Graells (2008)<sup>80</sup>, entre las que menciona se encuentran las siguientes: ACPI, Acción contra la pornografía infantil., Internet Segura, Panda, Protegeles, Xarxa Segura.

Los adolescentes de nuestro medio no tienen esta costumbre de ver y compartir contenidos de tipo sexual, por una parte, esto quizá se deba al tipo de sociedad en el que vivimos que hace que los adolescentes sientan reserva y hayan respondido de esa manera o quizá que esta sea una realidad y que los adolescentes no vean estos tipos de contenidos, lo evidente es que esta es una realidad que está presente en nuestro medio y que hay que tomar las medidas que el caso amerite.

Según la siguiente afirmación que señala: ***“Usaría las redes sociales para conocer una pareja”*** el 66% de los adolescentes está en desacuerdo con la misma, es decir, que los adolescentes no usarían estos medios para este fin.

Una de las principales características de estos medios es la sociabilidad que se genera dentro de estos medios debido a que una de sus finalidades es el mantenimiento de relaciones sociales, estas a su vez pueden ser con personas conocidas o incluso para conocer nuevas personas, pero también últimamente se evidencio que estos medios son utilizados para conocer una pareja, inclusive existen redes que son principalmente para eso siendo una de ellas Tinder así lo señala Elizalde (2015)<sup>81</sup>, que es la red social para buscar pareja que está haciendo furor en Estados Unidos, así también se tienen otras redes sociales con el mismo fin.

---

<sup>80</sup> Pere Marquès Graells (2008). Artículo: Los Riesgos De Internet. Consejos Para Su Uso Seguro. Habilidades Necesarias Para Utilizar Internet. Edit. DIM. España.

<sup>81</sup> Elizalde Erika (2015) Tinder: La red social para buscar pareja. e: 20/07/16.  
<http://buscadores.about.com/od/busquedapareja/a/Tinder-La-Red-Social-Para-Buscar-Pareja.htm>



Hay personas que conocieron a su pareja a través de estos medios las redes sociales y los sitios de citas online han cambiado la vida de muchas personas, sobre todo en la manera de conocer gente y encontrar pareja así lo señala el psicoanalista Eduardo Müller (2012)<sup>82</sup>. "Las redes sociales son *enredaderas socializadoras*. Constituyen a veces el sustituto moderno de las antiguas agencias casamenteras. Con la diferencia que es uno mismo el que se autogestiona la presentación del posible amor; el que decide, elige y apuesta, entre una multitud de candidatos, por el posible para sí".

Así mismo Eric Klinenberg (2012)<sup>83</sup>, profesor de Sociología, Políticas Públicas y Medios, Cultura y Comunicaciones en la Universidad de Nueva York observa que actualmente es muy común conocer gente por medio de Internet y luego encontrarse cara a cara. "De esta manera se obtiene de forma online mucha información antes de reunirse en persona"

Por otra parte, en este tipo de establecimiento de relaciones también se puede correr peligros entre los principales, Graciela Beatriz Steinberg<sup>84</sup>, miembro de la Asociación Psicoanalítica Argentina (APA) (2012), destaca el que muchos se esfuerzan tanto en mostrar online a una persona ideal que terminan opacando su propia subjetividad, que es la forma peculiar y singular que cada uno vive su vida de un modo responsable. Aconseja: "Debemos entender que Internet es una ventana o una puerta abierta y debemos tomar las mismas precauciones que cuando salimos a la calle. Es decir, no hablar con desconocidos, respetar las normas de convivencia y no dar información sensible que ponga en riesgo la seguridad propia y de la familia"

Esta nueva forma de establecimiento de relaciones tiene ventajas y desventajas como señalan los diferentes autores además que para los adolescentes que son más vulnerables es aún más riesgoso establecer este tipo de relaciones porque no se sabe quién está detrás de la pantalla realmente, lo cierto es que los adolescentes de nuestro

---

<sup>82</sup> Müller Eduardo (2012) Nos conocimos por Internet. e: 20/07/16. <http://www.lanacion.com.ar/1488020-nos-conocimos-por-internet>.

<sup>83</sup> Klinenberg Eric (2012) Artículo: Nos conocimos por Internet. e: 20/07/16. <http://www.lanacion.com.ar/1488020-nos-conocimos-por-internet>.

<sup>84</sup> Graciela Beatriz S. (2012). Artículo: Nos conocimos por Internet. e: 20/07/16. <http://www.lanacion.com.ar/1488020-nos-conocimos-por-internet>.

medio manifestaron que no usarían estas plataformas virtuales para ese fin, esto revela que aun en nuestro medio no se hace familiar la utilización de estos medios con estas intenciones, quizás debido a que nuestra cultura más tradicional pero se debe estar atento puesto que quizá más allá esta realidad cambie con la inmersión de las nuevas tecnologías en nuestra realidad social.

Por otro lado, el 60% de adolescentes señaló estar en contra de la afirmación: ***“Uso las redes sociales porque no hay peligros en ella, a pesar de tener desconocidos en la relación virtual”*** esto quiere decir que existe una mayoría de adolescentes que manifestaron tener reserva por los peligros que puede haber en ellas al tener desconocidos en la relación virtual.

Con respecto a lo anterior podemos argumentar que las redes sociales tienen el fin de la sociabilización fueron creadas para ello, pero con el avance de estas tecnologías ahora también nos dan la posibilidad de relacionarnos con nuevas personas así lo señala también Monterrubio (2012)<sup>85</sup>. Una red social se podría definir como una forma de interacción social, donde se crea un intercambio de información entre personas, grupos o instituciones que comparten gustos y preferencias entre sí, creando un vínculo benéfico para su comunidad. La evolución del internet ha creado nuevos hábitos de vida, y las redes sociales son la nueva modalidad de interacción en la sociedad actual. Siendo capaces de generar canales de expresión, espacios de debate y sistemas para el intercambio de información, música, videos, etc. En el cual se cumple el “Proceso de comunicación” ya que cualquiera puede convertirse en un emisor y crear sus propios contenidos.

Es evidente que en estos medios sociales los adolescentes no solo establecen relación con personas conocidas, sino que también se relacionan con desconocidos debido a que una de las características de estos medios es la socialización, pero junto con esta característica notable se encuentran algunos riesgos como ser: Riesgos de contacto. El menor participa de algún modo, aunque sea involuntario, en situaciones de acoso,

---

<sup>85</sup> Monterrubio Sandra (2012) Las Redes Sociales, riesgos y beneficios. e: 20/07/16.  
<https://blogprnewswirelatam.com/2012/12/17/las-redes-sociales-riesgos-y-beneficios/>

*grooming*, persuasión ideológica y uso indebido de los datos personales, así lo señalo la red europea de investigación EUKids Online<sup>86</sup>.

Por tanto, se puede mencionar que los adolescentes de nuestro medio usan las redes sociales, pero con inseguridad y reserva por las personas desconocidas esto muestra que no hay una aceptación general a nivel de uso de estos medios ya que existe susceptibilidad a los riesgos que pueda haber sobre todo por la relación virtual con personas desconocidas.

Con respecto a la afirmación: ***“Publico mis datos, fotos, etc. en las redes sociales porque están seguros y protegidos”*** el 52% de los adolescentes está en desacuerdo con la misma, esto muestra que no publican sus datos porque consideran que no se encuentran ni protegidos ni seguros en estos medios sociales.

Según el estudio sobre privacidad de los Datos Personales y la Seguridad de la Información en las Redes Sociales Online elaborado por el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación INTECO (2010)<sup>87</sup> las redes sociales online son servicios prestados a través de Internet que permiten a los usuarios generar un perfil público, en el que plasmar datos personales e información de uno mismo, disponiendo de herramientas que permiten interactuar con el resto de usuarios afines o no al perfil público. Se trata de que las relaciones interpersonales sean llevadas a través de la web y amplificadas por ella a los amigos de los amigos, los conocidos, u otras personas, en este mismo estudio también hace referencia a la Privacidad de los Datos Personales y la Seguridad de la Información en las Redes Sociales en donde se indica que la protección de datos personales, honor, intimidad y propia imagen, así como la propiedad intelectual, en estas plataformas es fundamental para así lograr un uso responsable lo cual sea beneficioso a la protección de los menores.

---

<sup>86</sup> Garmendia Maialen con miembros de la red EU KIDS ONLINE. (2009). Riesgos y seguridad en internet: Los menores españoles en el contexto europeo.  
[http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20\(200911\)/National%20reports/Spanish%20report.pdf](http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20(200911)/National%20reports/Spanish%20report.pdf). e: 20/07/16.

<sup>87</sup> INTECO. (2009) Estudio sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales online. e: 20/07/16.  
[https://observatorio.iti.upv.es/media/managed\\_files/2009/02/13/estudio\\_intecoepd\\_privacidad\\_redes\\_sociales\\_def.pdf](https://observatorio.iti.upv.es/media/managed_files/2009/02/13/estudio_intecoepd_privacidad_redes_sociales_def.pdf)

En la actualidad el mal uso, por desconocimiento y el abuso de las múltiples redes sociales, y sobre todo el uso por personas cada vez más jóvenes, y el desconocimiento de la vulnerabilidad a través de estos mecanismos, muchas veces, pensando que únicamente se llega al entorno de amistades autorizado, hace y propicia que otras personas, mal intencionadas hagan uso de la privacidad y contenidos de las mismas para fines diferentes, en muchos casos negativos.

Los adolescentes en mayor porcentaje indicaron que no publican sus datos puesto que no están seguros en estos medios, lo mismo muestra que a pesar que estos medios ofrecen seguridad no es aún la garantía suficiente para que los adolescentes publiquen fotos, datos, etc. y más aún siendo estos más sensibles a ser parte de un uso mal intencionado de sus datos.

Por otra parte, un 45% de adolescentes con respecto a la afirmación que dice: ***“Me expreso más fácilmente y público lo que pienso a través de las redes sociales que personalmente”*** manifestaron estar en desacuerdo con la misma lo que quiere decir que no se expresan fácilmente ni publican lo que piensan de manera fácil en estos medios y que prefieren hacerlo de manera personal.

Podemos señalar que estos medios facilitan la comunicación es decir que para estar comunicado con alguien no hace falta verlo, con un simple mensaje se puede estar en contacto con esa persona, a su vez también para conocer a alguien no hay la necesidad de salir de la comodidad de su casa, sino que a través de estos medios podemos conocer personas; esta es la característica de la sociabilidad presente en estos medios.

Es así que desde un punto de vista psicosocial, el uso de Internet puede ser planteado en dos vertientes socialmente distintas (Moral, 2000)<sup>88</sup>:

1. Un uso <<menos social>>. Básicamente, consistiría en la búsqueda de información a través de la red, navegar por el entramado de la www. Esto puede tener un efecto

---

<sup>88</sup> Moral Félix. (2001). Aspectos psicosociales de la comunicación y de las relaciones personales en Internet. Anuario de Psicología. Barcelona.

similar al de ver la televisión, ya que la persona se expone ante una pantalla con contenidos e imágenes diferentes.

2. Un uso con un sentido <<más social>>. Supone la interacción o intercambio comunicativo con otras personas que se encuentran conectadas a la red en cualquier parte del mundo. Ocurre cuando se utilizan los servicios de correo electrónico, chat, newsgroups y telefonía, que van a traer consigo nuevas formas de relaciones sociales.

Por otro lado McKenna y Bargh (1999)<sup>89</sup> señalan que, entre las motivaciones individuales para acudir a Internet, estaría la propia identidad del individuo, ya que es muy importante para cada persona cómo se ve a sí mismo y cómo lo ven los demás socialmente. En algunas ocasiones, determinados aspectos de la personalidad, como es el caso de identidades estigmatizadas o sancionadas socialmente (físicas, sexuales o ideológicas), que tratan de ocultarse por miedo a tener consecuencias negativas, junto a la posible dificultad para encontrar personas con identidades similares en contextos sociales cercanos, hacen que las personas se sientan muy motivadas a buscar personas o grupos en Internet, donde poder manifestar al completo su identidad.

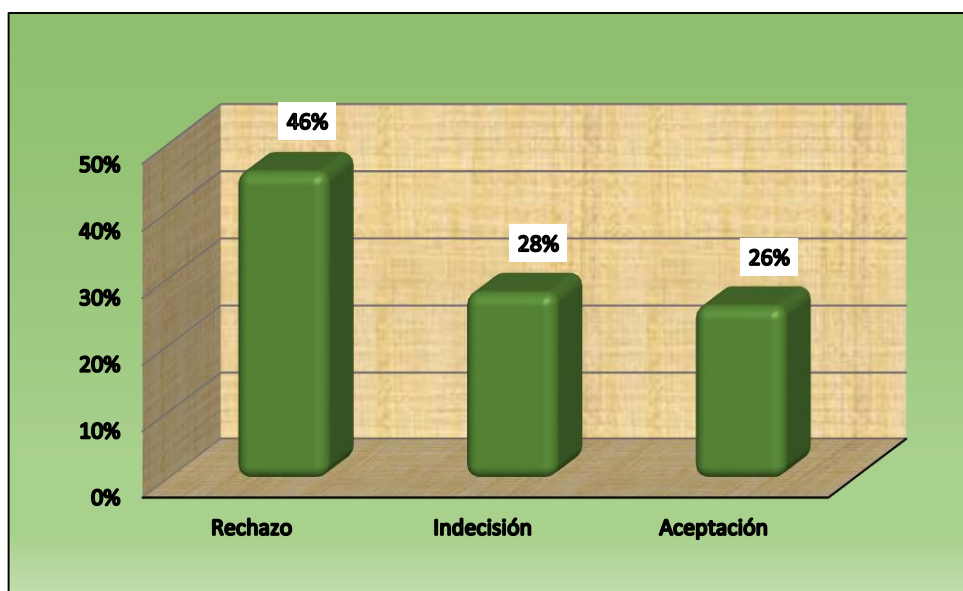
Con respecto a todo lo antes mencionado los autores señalan que esta es una de las características que ofrece las redes sociales, en nuestro medio los adolescentes prefieren expresarse personalmente que hacerlo a través de estos medios, prefieren comunicar sus ideas cara a cara que por medio de la utilización de las nuevas tecnologías.

---

<sup>89</sup> McKenna KYA, Bargh JA. (1998). Al salir de la era de Internet: la identidad 'demarginalization' a través de la participación del grupo virtual. J. personal. Diario de la personalidad y psicología social 75: 681-94. New York University.

#### GRÁFICA N° 4

#### COMPONENTE CONDUCTUAL



*Elaboración: Propia*

Según Morales (2009)<sup>90</sup> los Componentes Conativos, muestran las evidencias de actuación a favor o en contra del objeto o situación de la actitud, amén de la ambigüedad de la relación "conducta-actitud". Cabe destacar que éste es un componente de gran importancia en el estudio de las actitudes que incluye además la consideración de las intenciones de conducta y no sólo las conductas propiamente dichas.

A partir de los resultados pertenecientes a la valoración general del componente conductual, tenemos un 46% de adolescentes que presentan rechazo hacia estos medios, esto quiere decir que la mayoría respondió que está en desacuerdo con las posibles acciones que puede generar en ellos el uso de estos medios, es así que, observamos que las redes sociales no generan acciones en ellos en cuanto a aspectos característicos de los mismos como ser interactividad, sociabilidad y acceso a información ilimitada. En nuestra realidad social aún estos medios no tienen el impacto que tienen en otros países en las que hacen un uso continuo de estos medios,

<sup>90</sup> Morales, J. F., Gaviria, E., Moya, M. y Cuadrado, I. (2009). *Psicología Social*. Edit. McGraw Hill. Madrid.

siendo un factor el desarrollo económico debido a que aún no todos tienen la facilidad de acceder continuamente, lo cual genera gastos, pero lo verdadero es que en su mayoría los adolescentes que formaron parte de esta investigación y que son parte de nuestra realidad social actúan en rechazo a las redes sociales.

Por otra parte, el 28% de adolescentes manifestó su indecisión con respecto a estos medios, no tienen una conducta clara con respecto al uso de estos medios sociales, se encuentran en una encrucijada entre la aceptación y el rechazo y vendría a ser el grupo vulnerable.

Finalmente se tiene un 26% de adolescentes que manifiestan su aceptación hacia estos medios sociales, lo cual indica que en este grupo se estarían generando acciones a partir de su uso, con respecto a la interactividad, sociabilidad y acceso a la información ilimitada que son características dentro de estas plataformas virtuales.

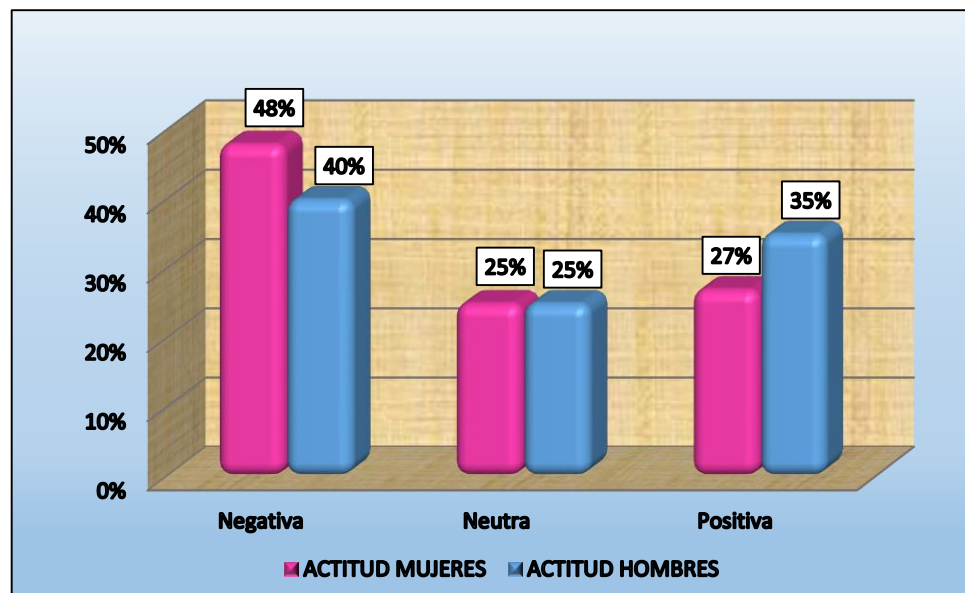
#### **5.4. ACTITUD DE ACUERDO AL SEXO**

Para dar cumplimiento al cuarto objetivo de la investigación que dice: ***“Realizar un análisis de la actitud que tienen los adolescentes hacia las redes sociales de internet según el sexo”*** se presenta la siguiente información.

**CUADRO N° 6**  
**ACTITUD DE LOS ADOLESCENTES HACIA LAS REDES SOCIALES DE**  
**INTERNET SEGÚN EL SEXO**

COMPONENTE COGNITIVO	MUJERES		HOMBRES	
	Fr	%	Fr	%
Desfavorable	72	38%	53	30%
Intermedio	43	23%	40	23%
Favorable	<b>73</b>	<b>39%</b>	<b>82</b>	<b>47%</b>
<b>Total</b>	188	100%	175	100%
<b>COMPONENTE AFECTIVO</b>				
Desagrado	<b>107</b>	<b>57%</b>	<b>83</b>	<b>47%</b>
Indiferencia	50	27%	45	26%
Agrado	31	16%	48	27%
<b>Total</b>	188	100%	175	100%
<b>COMPONENTE CONDUCTUAL</b>				
Rechazo	<b>91</b>	<b>48%</b>	<b>75</b>	<b>43%</b>
Indecisión	52	28%	48	27%
Aceptación	45	24%	51	30%
<b>Total</b>	188	100%	175	100%

**GRÁFICA N° 5**  
**ACTITUD DE LOS ADOLESCENTES HACIA LAS REDES SOCIALES DE**  
**ACUERDO AL SEXO**



*Elaboración: Propia*



Aiken (2003)<sup>91</sup> plantea que una actitud es una predisposición aprendida que como tal, consiste en componentes cognoscitivos (de conocimientos o intelectuales), afectivos (emocionales o motivacionales) y de desempeño (conductuales o de acción).

Analizando los componentes de la actitud hacia las redes sociales de internet tanto en hombres como en mujeres su puede observar que no hay una diferencia considerable en cuanto a la actitud entre ambos estratos.

En cuanto al **componente cognitivo** podemos verificar que la mayoría tanto de mujeres (39%) como hombres (47%) tienen conocimientos, pensamientos, ideas favorables a cerca de la temática planteada es decir que en ambos estratos hay un manejo adecuado de aspectos como la interactividad, sociabilidad y acceso a información ilimitada característico de estos medios. Seguidos están los conocimientos, ideas desfavorables en ambos estratos y finalmente los que se ubican de manera intermedia en los dos estratos respectivamente.

Por otra parte, con respecto al **componente afectivo** tenemos una mayoría tanto de mujeres (57%) como hombres (47%) que se manifestaron con desagrado hacia las redes sociales, es decir, que en ambos casos las redes sociales no generan sentimientos, emociones. En segundo término, las mujeres (27%) manifestaron indiferencia, mientras que en los varones (27%) se evidencia agrado y para finalizar en tercer orden se encuentra el agrado para las mujeres (16%) y la indiferencia para los hombres (26%), con respecto a esto podemos evidenciar que a partir del segundo término hay diferencias en cuanto a mujeres y hombres, en donde los hombres presentan mayor agrado a estos medios que las mujeres.

Finalmente se encuentra el **componente conductual** en el cual tanto mujeres (48%) como hombres (43%) se situaron en una categoría de rechazo hacia las redes sociales es decir que en ninguno de los dos estratos se movilizan posibles acciones a partir del uso de las mismas en relación a la sociabilidad, interactividad y acceso a información ilimitada que son las posibilidades que nos brindan estos medios sociales, en segundo

---

<sup>91</sup> Aiken, L. (2003). Actitudes. Edit. Pearson Educación. México.

término las mujeres (28%) optaron por la indecisión, mientras que los varones (30%) se evidencia la aceptación y finalmente tenemos en las mujeres (27%) aceptación y en los hombres (24%) indecisión, con relación a esto podemos ver que existe a partir del segundo término una mayor aceptación por parte de los hombres que de las mujeres hacia las redes sociales.

Fazio (1989)<sup>92</sup> sostiene que las actitudes son las predisposiciones a responder de una determinada manera. Las integran las opiniones o creencias, los sentimientos y las conductas, factores que a su vez se interrelacionan entre sí.

De manera general la actitud hacia las redes sociales en su mayoría tanto de hombres (48%) como mujeres (40%) es negativa, lo cual indica que los pensamientos, sentimientos y acciones frente a estos medios sociales por parte de la mayoría de los adolescentes que fueron parte de la investigación es nula en ambos estratos, lo llamativo es que el porcentaje de las mujeres con una actitud negativa hacia estos medios es mayor que de los hombres.

Por otro lado, se puede evidenciar una actitud general positiva que varía, puesto que en mujeres (27%) es menor a la de los hombres (35%) lo cual nos da indicios de que hay favoritismo hacia estos medios por parte de los hombres en contraste con las mujeres las cuales se reservan obteniendo un porcentaje menor.

Finalmente, tanto en hombres (25%) como en mujeres (25%) se ve una igualdad con respecto a la indecisión que genera en ellos estos medios, es decir no tienen una postura clara en lo que respecta a la actitud hacia las redes sociales.

### **5.5. ACTITUD DE ACUERDO AL TIPO DE COLEGIO.**

Dando cumplimiento al quinto objetivo de la investigación que dice: ***“Definir la actitud de los adolescentes hacia las redes sociales de internet según la procedencia del colegio (fiscal, convenio y particular)”*** se presenta la siguiente información.

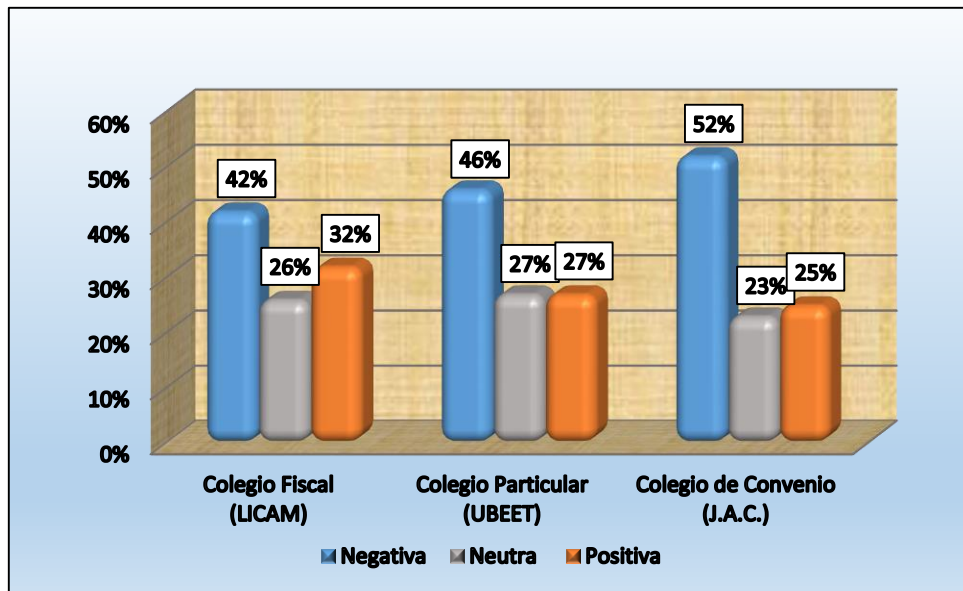
---

<sup>92</sup> Fazio, H. R. (1989) Actitud estructura y función. Edit. Hillsdale, L. Erlbaum, 153-179. Nueva York.

**CUADRO N° 7**  
**COMPONENTES ACTITUDINALES DE LOS ADOLESCENTES DE**  
**ACUERDO AL TIPO DE COLEGIO**

COMPONENTE COGNITIVO	FISCAL		CONVENIO		PARTICULAR	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%
Desfavorable	76	33%	31	40%	17	32%
Intermedio	53	23%	17	22%	13	25%
Favorable	103	43%	30	38%	23	43%
<b>Total</b>	232	100%	78	100%	53	100%
<b>COMPONENTE AFECTIVO</b>						
Desagrado	114	49%	47	60%	30	57%
Indiferencia	61	26%	19	24%	14	26%
Agrado	58	25%	11	14%	9	17%
<b>Total</b>	232	100%	78	100%	53	100%
<b>COMPONENTE CONDUCTUAL</b>						
Rechazo	100	43%	40	51%	27	50%
Indecisión	66	28%	18	23%	16	30%
Aceptación	66	28%	19	24%	11	20%
<b>Total</b>	232	100%	78	100%	53	100%

**GRÁFICA N° 6**  
**ACTITUD DE ACUERDO AL TIPO DE COLEGIO**



*Elaboración: Propia*

Con respecto a los datos obtenidos de acuerdo a la precedencia del colegio se ve que hay algunas diferencias entre los colegios con referencia a los componentes.

En el ***componente cognitivo*** el colegio fiscal (43%) como el colegio particular (43%) obtienen un porcentaje similar y alto en lo favorable, mientras que el colegio de convenio presenta un alto porcentaje en lo desfavorable (40%), lo cual se traduce en que los estudiantes que proceden de colegio fiscal y particular conocen tienen ideas claras de lo que son estos medios, mientras que aquellos que proceden del colegio de convenio no tienen conocimiento acerca del tema. En segundo lugar, encontramos que tanto el colegio fiscal (33%) como el particular (32%) se inclinan hacia lo desfavorable, mientras que, el colegio de convenio (38%) se muestra favorable. Finalmente, y en tercer lugar los tres colegios muestran indecisión con porcentajes relativamente estables.

En el ***componente afectivo*** se puede observar que tanto el colegio fiscal (49%) de convenio (60%) y particular (57%) se manifiestan en su mayoría con desagrado es decir que los alumnos de los tres colegios manifestaron que estos medios no generan emociones en ellos. En segundo término y de igual manera tanto en el colegio fiscal (26%) de convenio (24%) y particular (26%) se ve una indiferencia hacia las redes sociales. Finalmente, y en tercer orden tenemos que los tres colegios presentan agrado con respecto a estos medios.

En el ***componente conductual*** se evidencia que en los tres colegios tanto fiscal (43%) de convenio (51%) y particular (50%) presentan rechazo hacia estos medios, lo que representa que en los alumnos de los tres colegios de manera generalizada estos medios no movilizan acciones. En segundo lugar, en el colegio fiscal se puede observar un porcentaje igual entre la indecisión (28%) y la aceptación (28%), por otro lado, en el colegio de convenio (24%) se presenta aceptación, mientras que en el colegio particular (30%) se ve una indecisión. Finalmente, y en tercer lugar se ve en el colegio de convenio indecisión (23%) y en el colegio particular aceptación (20%) hacia estos medios sociales.

Desde una visión general tenemos que la mayoría tanto en el colegio de convenio (52%), particular (46%) y fiscal (42%) presentan una actitud negativa, en definitiva, los estudiantes de los tres colegios presentan pensamientos, sentimientos y conductas que van en contra de las redes sociales de internet. Lo que resulta sugerente es que en el colegio en donde se presenta una actitud más negativa es en el de convenio, le sigue el colegio particular y en último puesto el fiscal.

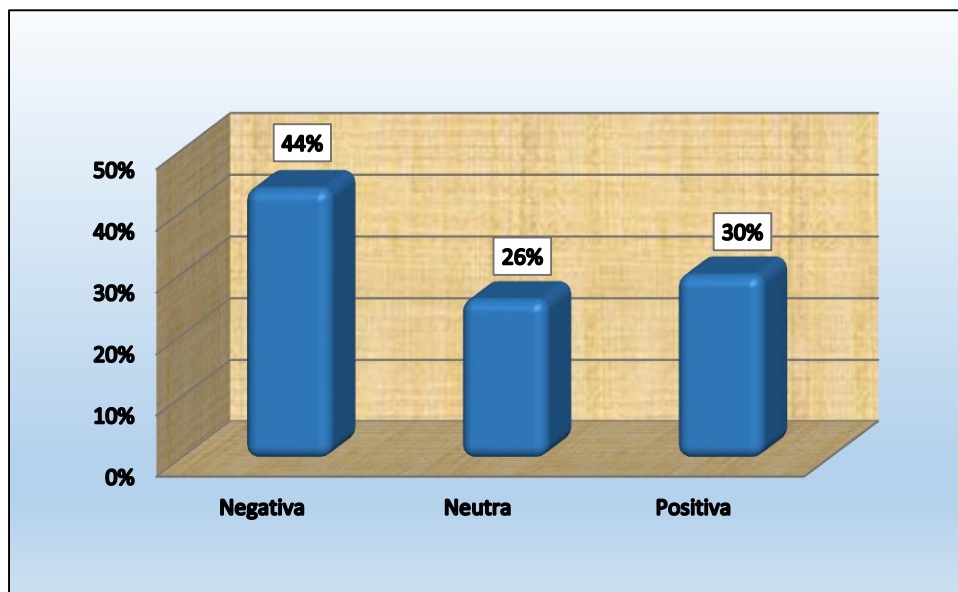
Por otro lado, se puede ver que en los tres colegios hay una actitud positiva empezando por el colegio fiscal (32%) a continuación se encuentra el particular (27%) y en última posición el colegio de convenio (25%), lo cual indica que este porcentaje de adolescentes que asisten a estos colegios presentan pensamientos, sentimientos y conductas que aprueban estos medios sociales, lo que es revelador es que el colegio fiscal presenta el mayor porcentaje en cuanto a actitud positiva con respecto a los otros dos colegios.

Finalmente, en los tres colegios se ve una actitud neutra en el siguiente orden, particular (27%), fiscal (26%) y de convenio (23%), este porcentaje de estudiantes en los tres colegios no tienen ideas claras con respecto a estas plataformas virtuales, dudan acerca de sus pensamientos, sentimientos y conductas en relación a las redes sociales, este grupo que se sitúa en una posición neutra se caracteriza por la vulnerabilidad, es decir que con el tiempo tiende a inclinarse hacia lo positivo o negativo y vemos que hay una clara neutralidad de los estudiantes del colegio particular en primer orden muy de cerca el fiscal y por último el de convenio.

## **5.6. ACTITUD GENERAL**

Para dar cumplimiento al objetivo general que señala lo siguiente: **“Identificar la actitud de los adolescentes de 15 a 17 años que asisten a los colegios en la ciudad de Tarija durante la gestión 2016 hacia las redes sociales de internet”** se adjuntan la siguiente información:

**GRÁFICA N° 7**  
**ACTITUD**  
**(VALORACIÓN GENERAL)**



*Elaboración: Propia*

Katz, D. (1984)<sup>93</sup> dice que la actitud: "Es la disposición del individuo para valorar de manera favorable o desfavorable algún símbolo, objeto o aspecto de este mundo". "Las actitudes incluyen el núcleo afectivo o sensible de agrado o desagrado y los elementos cognoscitivos o de creencias que describen el efecto de la actitud, sus características y sus relaciones con otros objetos"

Los tres componentes de la actitud interactúan entre sí y tienden a relacionarse y, si alguno de ellos varía, también los demás cambiarán. En general, los componentes perceptivos, afectivos y de comportamiento son compatibles, de aquí que podamos, conociendo los estímulos (individuos, interacciones, asuntos sociales o cualquier objeto de actitud), medirlos por las variables dependientes o respuestas fisiológicas, declaraciones verbales, de afecto, de creencia o respecto al comportamiento. Respuestas perceptuales o acciones abiertas que sugieren la existencia de una actitud

---

<sup>93</sup> Katz, D. (1984) El enfoque funcional en el estudio de las actitudes. En Estudios Básicos de Ciencias Sociales (261-298). Edit. Hora, S.A. Barcelona.

y caracterizan las actitudes sociales como variables intencionales (Rosemberg, M.J. & Hovland. C.)<sup>94</sup>.

De acuerdo a la valoración general con respecto a la interrelación de los tres componentes tenemos que la actitud de los adolescentes que asisten a los colegios (fiscal, particular y de convenio) de nuestra ciudad en su mayoría presenta una actitud negativa (44%) hacia las redes sociales de internet lo cual hace referencia a que hay una actitud generalizada en nuestros adolescentes que se caracteriza por pensamientos desfavorables, sentimientos de desagrado y conductas de rechazo hacia estos medios sociales.

Por otra parte, se evidencia a partir de la gráfica de valoración general una actitud positiva (30%) por parte de los adolescentes que asisten a los colegios de nuestro medio, lo cual constituye que este porcentaje de adolescentes tiene pensamientos favorables, sentimientos de agrado y conductas de aceptación frente a las redes sociales.

Finalmente se encuentra la actitud neutra (26%) de los adolescentes que asisten a los colegios de nuestra ciudad hacia estas plataformas virtuales, esto nos indica que este grupo de adolescentes no tienen ideas, sentimientos y conductas claras con respecto al tema, este grupo se caracteriza por la duda, la incertidumbre lo cual hace que sea más asequible a optar con el transcurso del tiempo a inclinarse hacia lo positivo o negativo.

Sin embargo, la diferencia entre la actitud neutra y la positiva es poco significativa lo que refleja que en general no hay una marcada tendencia hacia lo positivo, es decir, que hay un mismo número de adolescentes que dudan como los que tienen una actitud positiva hacia estos medios.

---

<sup>94</sup> Rosenberg , M. J. y Hovland , C.I. (1960) *cognitiva , componentes afectivos y conductuales de las actitudes*. Edit. Yale University Press. New Haven.

## CAPITULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 CONCLUSIONES

A partir del análisis e interpretación de los instrumentos aplicados se llegó a las siguientes conclusiones con respecto a la actitud de los adolescentes hacia las redes sociales de internet.

Las conclusiones son presentadas según fueron planteados los objetivos específicos, así mismo se da respuesta a cada una de las hipótesis para concluir con el objetivo general.

- Con relación al primer objetivo: “**Analizar los pensamientos y creencias que tienen los adolescentes sobre las redes sociales de internet**”, en donde lo que se analiza es el componente cognitivo, se puede argumentar que:

El componente cognitivo está relacionado con los conocimientos, ideas o pensamientos que tiene un individuo con respecto a un objeto social. En lo que se refiere a la presente investigación se analizó el conocimiento que tienen los adolescentes en relación a las redes sociales de internet, y se obtuvo que la mayoría que asisten a los diferentes colegios de la ciudad de Tarija de los grados 5to y 6to de secundaria, tienen un conocimiento **favorable** acerca de las características de estos sitios en la red, manejando aspectos como la sociabilidad, interactividad y que dentro de estos hay un acceso a información ilimitada.

Así mismo, se concluye que los adolescentes de nuestro medio manejan conceptos imparciales de los medios sociales, además que, un número significativo de adolescentes las consideran divertidas y aceptadas lo cual está relacionado con la interactividad que estos medios ofrecen a los usuarios, y la aceptación se debe a la popularidad que ganaron en los últimos años siendo las nuevas generaciones nativos de las mismas, es decir, nacieron con ellas,



por lo cual conocen favorablemente las nuevas tecnologías, en específico las redes sociales de internet, esto con respecto a la conclusión que se obtuvo de la escala de Osgood.

Finalmente, con respecto a la hipótesis que fue planteada para este objetivo específico que dice: *“Los pensamientos y creencias que los adolescentes tienen en relación a las redes sociales de internet son favorables debido a que conocen aspectos como interactividad, sociabilidad, y que a través de los mismos se puede obtener información ilimitada”* es **aceptada**, puesto que los adolescentes conocen estos sitios en la red de manera favorable, manejando de modo coherente las características que estos medios ofrecen.

- Por otro lado, con respecto al segundo objetivo **“Conocer los sentimientos y emociones de los adolescentes hacia las redes sociales de internet”** se obtuvo que:

En este componente en el que se valoran los sentimientos que trae consigo un objeto social en las personas, forma parte de la actitud y está estrechamente relacionado con lo cognitivo puesto que, si no se tiene conocimiento del objeto, este no podría llegar a generar sentimientos, por lo que se puede decir que es la emotividad que impregna a los juicios.

Con relación a lo antes mencionado del componente afectivo y vinculándolo con la problemática se llega a la conclusión que los adolescentes en nuestro medio en su mayoría manifiestan sentimientos de **desagrado** hacia estos medios, es decir que les disgusta, así mismo se sienten inseguros, sienten desconfianza, lo cual indica que no hay una aceptación a nivel afectivo.

Con respecto a la hipótesis que fue planteada para este objetivo específico que dice: *“A nivel afectivo los adolescentes poseen agrado hacia las redes sociales, es decir, que estas generan sentimientos positivos en ellos en cuanto a sociabilidad, interactividad y la información que reciben en las redes”*

*sociales*”, la misma es **rechazada**, puesto que los adolescentes de nuestro medio tienen sentimientos de desagrado.

- En lo que concierne al tercer objetivo específico que dice: **“Determinar las conductas y acciones de los adolescentes frente a las redes sociales de internet”** se argumenta que:

En el componente conductual se evidencia la predisposición a la acción, es decir que determinado objeto puede llegar a generar una determinada acción en los individuos, siendo este el componente activo de la actitud, es así que a partir de ello y con respecto al tema de la presente investigación se tiene que los adolescentes de 15 a 17 años que asisten a los colegios de la ciudad de Tarija presentan **rechazo**, es decir, que las redes sociales de internet no movilizan acciones en lo que compete a interactividad, sociabilidad y acceso a información ilimitada, aún en nuestro medio no se evidencia en los adolescentes posibles acciones a partir del uso de estos medios.

Al referirnos a la hipótesis que se planteó para este objetivo que señala lo siguiente: *“Dentro del nivel conductual las redes sociales traen consigo aceptación en los adolescentes las mismas pueden llegar a movilizar acciones en cuanto a sociabilidad, interactividad y acceso a información ilimitada”*, la misma es **rechazada** debido a que los adolescentes de nuestro medio presentan rechazo a nivel conductual hacia estos sitios virtuales es decir, no se evidenció que estos medios movilicen acciones en los adolescentes que fueron parte de la investigación.

- Dando respuesta al cuarto objetivo planteado que dice: **“Realizar un análisis de la actitud que tienen los adolescentes hacia las redes sociales de internet según el sexo”**, el mismo está relacionado con la diferencia de actitud entre hombres y mujeres con respecto a estos medios para lo cual se obtuvo lo siguiente:

La actitud tiene tres componentes cognitivo, afectivo y conductual los mismos al relacionarse dan como resultado la actitud, es así que en la presente investigación se realizó la comparación de la misma hacia las redes sociales de acuerdo al sexo de los adolescentes, obteniendo como conclusión que tanto mujeres como hombres presentan una actitud **negativa** hacia estos, hecho que se traduce en que en ninguno de los dos estratos hay pensamientos favorables, sentimientos de agrado y posibles acciones a partir del uso de estos medios, presentando una mayor negatividad las mujeres que los hombres.

Ahora al hacer referencia a la hipótesis realizada para el objetivo que señala: *“De manera general las adolescentes mujeres son las que tienen una actitud más positiva hacia las redes sociales que los varones, es decir tienen pensamientos favorables, sentimientos de agrado y las mismas movilizan acciones”*, la misma es **rechazada** debido a que en los dos estratos hay una actitud negativa, principalmente en las mujeres se ve una clara actitud negativa. Por lo cual finalizamos señalando que la mayoría de los adolescentes que asisten a los colegios de la ciudad de Tarija tanto mujeres como hombres presentan una actitud negativa hacia las plataformas virtuales.

- Dando respuesta al quinto objetivo específico: **“Definir la actitud de los adolescentes hacia las redes sociales de internet según la procedencia del colegio (fiscal, convenio y particular)”** se tiene que.

En cuanto a este objetivo se puede señalar como conclusión que tanto en el colegio de convenio, particular y fiscal hay una actitud **negativa** hacia las redes sociales de internet, siendo la más significativa en el colegio de convenio.

Con respecto a la hipótesis que dice: *“Los adolescentes de los colegios privados presentan de manera general una actitud positiva hacia las redes sociales de internet, es decir tienen pensamientos favorables, sentimientos de*

*agrado y movilizan posibles acciones, en contraste con los otros dos estratos en donde la actitud es negativa” la misma es rechazada* debido a que en los tres colegios se ve una actitud negativa.

- En relación al objetivo general el cual señala lo siguiente: **“Identificar la actitud de los adolescentes de 15 a 17 años que asisten a los colegios en la ciudad de Tarija durante la gestión 2016 hacia las redes sociales de internet”**

Se puede señalar como conclusión hacia el mismo y de la investigación, que los adolescentes de 15 a 17 años que asisten a los diferentes colegios de la ciudad de Tarija durante la gestión 2016 tienen en su mayoría una actitud **negativa** hacia las redes sociales de internet, es decir, que con respecto a las particularidades de estos medios como ser la interactividad, sociabilidad y acceso a información ilimitada hay una mayoría que presenta esta característica del comportamiento.

De manera general se puede agregar que no hay aceptación de estos medios por parte de los adolescentes, esto quizá debido a que nuestro medio aún no está sumergido en las nuevas tecnologías, pero también se debe señalar que si bien se ve una mayoría que presenta una actitud negativa la misma no fue determinante, es decir que no hay mucha diferencia con los adolescentes que presentan una actitud positiva, lo cual es llamativo debido a que quizá con el tiempo esta diferencia se reduzca, siendo más los que presenten afinidad hacia estos medios, para lo cual es importante realizar una concientización en los adolescentes sobre estos sitios virtuales y que así tengan una visión clara de los mismos.

## **6.2. RECOMENDACIONES**

Para concluir con la presente investigación, en base a las conclusiones anteriormente puntualizadas se establecen las siguientes recomendaciones:

✓ **A los adolescentes.**

Entender el funcionamiento de la red social y ejercer un uso responsable del mismo tomando en cuenta que: Lo que se publica es para siempre por lo tanto deben ser prudentes a la hora de colocar cualquier tipo de información ya sean fotografías, emociones, opiniones, datos personales, ubicación, etc., tanto suya como de familiares y amigos, así mismos deben ser prevenidos es decir no confiar, por principio, ni en lo que se encuentra en la red, ni en que las personas sean quienes dicen ser.

✓ **A los padres de familia.**

Con respecto a la problemática los padres de familia se deben informar sobre el funcionamiento de estos sitios virtuales, conociendo las características más relevantes, las ventajas, desventajas, etc., para que así puedan ejercer un control más estrecho y responsable de uso de internet y guiar de manera adecuada a sus hijos.

✓ **A los colegios.**

Deben convertirse en una fuente relevante de información de estos medios virtuales, para modular las actitudes y hábitos de uso de los adolescentes. Más allá de las habituales “clases de informática”, los colegios deben establecer entre sus objetivos e incluir en los propios diseños curriculares, una formación integral sobre internet, favoreciendo así un uso saludable. Los profesores deben tener un papel más activo en la prevención y control del uso de internet y las redes sociales.

✓ **Sociedad en general.**

Las nuevas tecnologías en específico las redes sociales están presentes en nuestro diario vivir por lo tanto las autoridades correspondientes y la sociedad en general debe trabajar para que las mismas sean utilizadas de manera responsable realizando campañas dirigidas a grupos concretos (padres, profesores, etc.) para la promoción del uso responsable de internet, así mismo implicar a diferentes instituciones o agentes sociales y coordinar iniciativas generando conciencia colectiva.

✓ **A futuros investigadores.**

Tomar en cuenta la posibilidad de trabajar con otras poblaciones, debido a que la presente investigación se centró solo en adolescentes de 5to y 6to de secundaria, quizá haya que explorar a estudiantes pre-adolescentes para determinar cuál es la actitud que estos tienen con referencia a estas plataformas virtuales.