

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
SECCION DE PSICOLOGIA**



TRABAJO DE GRADO:

EL IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LA CALIDAD DE LAS RELACIONES INTERPERSONALES EN ESTUDIANTES DE BACHILLERATO OPCIÓN GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL 14 DE JULIO DE 1875 DE SAN FRANCISCO GOTERA, DURANTE LOS MESES DE FEBRERO A AGOSTO DEL AÑO 2016.

PRESENTADO POR:

KAREN ESTHEFANIE FLORES
CARLA ABIGAIL MENDOZA MÁRQUEZ
ZOILA MAGDALENA RIVERA DE MARTÍNEZ

PARA A OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADA EN PSICOLOGIA

DOCENTE DIRECTORA:

MTRA. ELEYDA VICTORIA PARADA TREMINIO

CIUDAD UNIVERSITARIA ORIENTAL, AGOSTO DE 2016.

SAN MIGUEL

EL SALVADOR

CENTROAMERICA.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES.

LIC. JOSE LUIS ARGUETA ANTILLÓN
RECTOR INTERINO

DRA. ANA LETICIA ZAVALA DE AMAYA
SECRETARIO GENERAL

MTRO. ROGER ARMANDO ARIAS
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO:

FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL.

AUTORIDADES

ING. JOAQUÍN ORLANDO MACHUCA

DECANO

LIC. CARLOS ALEXANDER DÍAZ
VICE-DECANO

LIC. JORGE ALBERTO ORTEZ HERNANDEZ
SECRETARIO DE LA FACULTAD.

MAESTRO JORGE PASTOR FUENTES
COORDINADOR GENERAL DE PROCESO DE GRADOS.

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS Y HUMANIDADES.

AUTORIDADES.

**MTRA. NORMA AZUCENA FLORES RETANA PHD.
JEFA DEL DEPARTAMENTO.**

**MTRO. LUIS ROBERTO GRANADOS GOMEZ
COORDINADOR DE PROCESO DE GRADOS DE LA SECCION DE
PSICOLOGIA.**

**MTRO. NAHÚN VASQUEZ NAVARRO
COORDINADOR DE LA SECCION DE PSICOLOGIA.**

**MTRA. ELEYDA VICTORIA PARADA TREMINIO
DOCENTE DIRECTORA**

AGRADECIMIENTOS ESPECIALES

A DIOS TODOPODEROSO: Por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que he dado, por fortalecer mi corazón, darme la sabiduría e iluminar mi mente para guiar mis pasos y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR: Por darnos la oportunidad de ser parte de ella y formarnos como profesionales con ética moral y social.

A MI MADRE MARÍA MAGDALENA FLORES DE RIVERA: Por enseñarme que en la vida hay que ser valiente y que los problemas hay que enfrentarlos además de inculcarme el amor, el cariño, el respeto hacia los demás y por apoyarme tanto emocionalmente como económicamente.

A MI PADRE JOSE VICENTE RIVERA: por su apoyo incondicional que me brindo durante todo el tiempo de estudio, por todo el cariño que a pesar de la distancia siempre lo demostró y su esfuerzo fue de mucho provecho para que cumpliera mi meta en este periodo de estudio.

A MIS HERMANOS JOSE MARIA Y WILLIAM ALBERTO: Por estar conmigo y Apoyarme en todo lo que he emprendido hasta el momento, por su aporte económico y por ayudarme en ciertas cosas que fueron de gran importancia en toda mi carrera.

A MI ESPOSO EDWIN MARTINEZ GARCIA: le doy las gracias por estar apoyándome en todos mis propósitos por motivarme a hacer bien las cosas e impulsarme a hacer las cosas de la mejor manera posible.

MIS COMPAÑERAS DE TESIS CARLA Y KAREN: Gracias por permitirme realizar este proyecto con ustedes, por haberme entendido en los momentos más difíciles que he tenido que pasar todo este año, gracias por todo siempre las recordare con mucho cariño y con mucho amor.

A MIS MAESTROS Y MAESTRAS: Por ayudarnos a crecer en conocimiento y por brindarnos el apoyo para nuestra formación como profesionales y especialmente a nuestra asesora de tesis: Licda. ELEYDA VICTORIA PARADA TREMINIO por brindarnos su ayuda para realizar nuestro trabajo de tesis.

ZOILA MAGDALENA RIVERA DE MARTINEZ

AGRADECIMIENTOS ESPECIALES

A DIOS TODOPODEROSO: Por ser Él Forjador de mi vida y por ende Él constructor de mi futuro quien jamás me ha desamparado, Por haber creado todas las condiciones que favorecieron no sólo de la culminación de la Carrera sino de la formación en mí de una mejor persona, durante todo el proceso.

A MI MADRE PAZ YOLANDA FLORES Y ABUELA MARIANA LUNA: Por brindarme el apoyo necesario durante la carrera y porque a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Gracias por su entera confianza, por no dudar ni un solo momento en mí. Por mostrarme que con esfuerzo y dedicación se pueden lograr las metas que se proponen.

MIS A HERMANOS: A todos mis hermanos/as por brindarme ánimos en todo momento, por ser un pilar muy importante, en mi vida, Especialmente a mi hermana Mariana Flores, por su apoyo incondicional y demostrarme que siempre puedo contar con su Amor y apoyo en todo momento de mi vida.

A MIS COMPAÑERAS DE TESIS: Carla Mendoza y Zoila Rivera por tener paciencia y por haber compartido momentos inolvidables en este proceso, gracias por su amistad.

A LOS/AS DOCENTES: Que a lo largo de mi carrera me supieron brindar todos sus conocimientos y saber colocarnos en entornos favorables para mi formación profesional. Así como también a nuestra asesora de tesis: LICDA. ELEYDA VICTORIA PARADA TREMINIO.

Y por todas aquellas personas que colaboraron de una u otra forma en mi desarrollo profesional.

KAREN ESTHEFANIE FLORES.

AGRADECIMIENTOS ESPECIALES.

A mis padres: GERMAN MENDOZA Y MARÍA LUCIA MÁRQUEZ CLAROS Por ser quienes con su ejemplo y consejos me han guiado por la vida, por con su esfuerzo haberme dado las posibilidades de llegar a donde estoy y siempre haberme apoyado y a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación. Gracias por su entera confianza, por su ayuda, por ser un pilar tan importante para mí y por haberme acompañado en todo momento.

A mis hermanos JENIFER KARINA MENDOZA MÁRQUEZ por habernos ayudado en la tabulación de datos y análisis de datos con el programa SPSS y **GERMAN OVIDIO MENDOZA MÁRQUEZ** por su apoyo y acompañamiento.

A AXEL DANIEL CLAROS MENDOZA mi sobrino por haber ayudado a superar las presiones.

A ISAAC ODIEL GARCÍA por su apoyo emocional durante el proceso de tesis y por haberme facilitado el equipo para ayudarme a culminarlo.

A mi asesora de tesis ELEYDA VICTORIA PARADA TREMINIO por el acompañamiento que nos ha brindado durante este proceso, por sus valiosos consejos, por ayudarnos con sus conocimientos y por toda su paciencia

A mis compañeras de Tesis KAREN FLORES y ZOILA RIVERA: por haberme acompañado a lo largo de este proceso con su amistad y compañerismo; por ayudarme a lograr mis metas, por animarme y comprenderme.

A MIS MAESTROS/AS: por sus enseñanzas, por su paciencia y consejos a lo largo de mi formación académica

CARLA ABIGAIL MENDOZA MARQUEZ

INDICE

RESUMEN.....	i
INTRODUCCION.....	ii
CAPITULO I.....	17
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	17
1.2 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	20
1.3 ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	21
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	22
1.5 OBJETIVOS.....	23
1.5.1 OBJETIVO GENERAL.....	23
1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	23
CAPITULO II.....	24
2. MARCO TEORICO.....	24
2.1 REDES SOCIALES Y SUS DEFINICIONES.....	24
2.1.1 REDES SOCIALES.....	24
2.1.2 FACEBOOK.....	25
2.1.3 WHATSAPP.....	25
2.1.4 INSTAGRAM.....	26
2.1.5 LINE.....	26
2.1.6 TWITTER.....	27
2.1.7 SNAPCHAT.....	28
2.1.8 GOOGLE PLUS.....	28
2.2 ¿SON LAS REDES SOCIALES REALMENTE NUEVAS?.....	29
2.3 USO CONSTANTE DE LAS REDES.....	30

2.4 RELACIONES INTERPERSONALES.....	31
2.5 EL PROCESO DE SOCIALIZACION.....	33
2.6 REDES SOCIALES Y RELACIONES INTERPERSONALES.....	36
2.7 EL DETERIORO DE LAS RELACIONES INTERPERSONALES.....	37
2.8 EL IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES PARA UN SALVADOREÑO.....	37
2.9 ¿LAS REDES SOCIALES AFECTAN LA SALUD MENTAL?.....	38
2.10 ADICCIÓN A REDES SOCIALES.....	41
2.11 PHUBBING.....	42
2.12 LA SOCIALIZACION POR EL LENGUAJE.....	43
2.13 NUEVAS FORMAS DE COMUNICACIÓN.....	44
2.14 INTERNET REEMPLAZA LA COMUNICACIÓN PRESENCIAL O CARA A CARA.....	45
2.15 ESCRITURA Y DEFORMACIÓN DEL’’ LENGUAJE EN REDES SOCIALES Y OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	47
CAPITULO III.....	49
3. SISTEMA DE HIPOTESIS.....	49
3.1 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	50
CAPITULO IV.....	51
4. DISEÑO METODOLOGICO.....	51
4.1 TIPO DE ESTUDIO.....	51
4.2 EL MÉTODO.....	51
4.3 UNIVERSO.....	52

4.4 POBLACIÓN.....	52
4.5 TIPO DE MUESTRA.....	52
4.6 TIPO DE MUESTREO.....	52
4.7 MUESTRA.....	52
4.8 TECNICA DE ENCUESTA.....	55
4.9 INSTRUMENTO.....	55
4.10 PROCEDIMIENTO.....	55
CAPITULO V.....	57
5. PRESENTACION DE RESULTADOS.....	57
5.1 TABULACION, ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....	57
ÍNDICE DE TABLA.....	57
TABLA #1.....	57
TABLA #2.....	58
TABLA #3.....	59
TABLA #4.....	60
TABLA #5.....	62
TABLA #6.....	63
TABLA 7.....	64
TABLA #8.....	65
TABLA # 9.....	66
TABLA # 10.....	67
TABLA # 11.....	68
TABLA #12.....	69

TABLA #13.....	70
TABLA #14.....	72
TABLA#15.....	74
TABLA #16.....	76
TABLA #17.....	78
TABLA #18.....	80
TABLA #19.....	82
TABLA #20.....	84
TABLA #21.....	86
TABLA #22.....	88
TABLA # 23.....	90
TABLA #24.....	92
TABLA #25.....	94
TABLA #26.....	96
ÍNDICE GRÁFICA.....	57
GRÁFICA #1.....	57
GRÁFICA #2.....	58
GRÁFICA #3.....	59
GRÁFICA #4.....	60
GRÁFICA #5.....	62
GRÁFICA # 6.....	63
GRÁFICA #7.....	64
GRÁFICA #8.....	65

GRÁFICA # 9.....	66
GRÁFICA # 10.....	67
GRÁFICA #11.....	68
GRÁFICA #12.....	69
GRÁFICA# 13.....	70
GRÁFICA #14.....	72
GRÁFICA # 15.....	74
GRÁFICA #16.....	76
GRÁFICA #17.....	78
GRÁFICA #18.....	80
GRÁFICA #19.....	82
GRÁFICA #20.....	84
GRÁFICA # 21.....	86
GRÁFICA # 22.....	88
GRÁFICA # 23.....	90
GRÁFICA # 24.....	92
GRÁFICA #25.....	94
GRÁFICA #26.....	96
5.2 DISCUSIÓN.....	98
CAPITULO VI.....	100
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	100
6.1 CONCLUSIONES.....	100
6.2 RECOMENDACIONES.....	102
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	103

ANEXOS.....	105
ANEXO I.....	105
ANEXO II.....	109
ANEXO III.....	112
ANEXO IV.....	117

RESUMEN.

El presente trabajo describe y analiza el uso de redes sociales profundizando en cómo estas modifican la comunicación y las relaciones humanas. Siendo el objetivo de la investigación Evaluar el impacto de las redes sociales en la calidad de relaciones interpersonales en Estudiantes de Bachillerato Opción General del Instituto Nacional 14 de julio de 1875 de San Francisco Gotera, durante los meses de febrero a agosto del año 2016. Se presentan diferentes concepciones sobre las redes sociales, sus características, ventajas y desventajas. La salud mental de los jóvenes se ve afectada por las redes sociales creando dependencia y un Yo ideal dentro de estas para que los demás tengan un concepto diferente a nuestro Yo real, es decir que se crea una imagen basada en lo que me gustaría ser; en cambio dentro de nuestro ambiente familiar si no se reciben los estímulos afectivos se pueden solventar en las diferentes redes sociales. También se menciona el phubbing que es la tendencia a ignorar o prestar menos atención a quienes están a nuestro alrededor por enfocarnos en el teléfono; el FOMO es el miedo a perderse lo que está sucediendo en las redes sociales esto puede llegar a ocasionar ansiedad y dedicarle menos atención a sus actividades diarias. El método el que se utilizó para la investigación es el cuantitativo y se utilizó un instrumento que recoge generalidades de los sujetos y as variables de estudio. Se midió como afectan las redes sociales en la interacción que tienen los jóvenes en nuestro medio inmediato. Se utilizó el programa SPSS Statistics 22 para un análisis integral de la información recopilada durante el estudio, lo cual nos permitió observar que un 43.5% pasan más de cinco horas diarias en redes y un 57.0 % lo utiliza principalmente para comunicarse.

Palabras claves: relaciones interpersonales- redes sociales- amigos- familia- escuela- atención.

INTRODUCCIÓN

En el siguiente trabajo se investigó la temática denominada “El impacto de las redes sociales en la calidad de las relaciones interpersonales en estudiantes de bachillerato opción general del instituto nacional 14 de julio de 1875 de San Francisco Gotera, durante los meses de febrero a agosto del año 2016” con el objetivo de evaluar el impacto de estas; en el Capítulo I se presenta los antecedentes del tema se habla como estas redes han ido evolucionando con el paso del tiempo y estas han desplazado formas de comunicación y el contacto físico de las personas; en la situación problemática se muestra como se han perdido la calidad en las relaciones humanas y se han sustituido por relaciones virtuales, en el enunciado se describe la pregunta del tema investigado; en la justificación se encuentra el por qué se abordó este tema y cómo impacta ámbito de la vida cotidiana.

Capítulo II se presenta el marco teórico se habla sobre las definiciones de las redes sociales, sobre las nuevas formas de comunicación el uso constante de estas que puede provocar una adicción en los jóvenes, el cambio en el lenguaje, la escritura y el uso frecuente de los emoticones también se menciona, además se habla sobre el phubbing que se refiere a ignorar a las personas que se encuentran en su entorno por estar concentrado en su teléfono celular lo cual afecta a la salud mental de los jóvenes lo cual puede causar cierta ansiedad al no estar conectado a las diferentes redes sociales.

Capítulo III Se detalla el sistema de hipótesis con su respectiva operacionalización de variables.

Capítulo IV Se presenta el diseño metodológico donde se explica el tipo de estudio que se utilizó, el método, el universo que se tomó en cuenta, población, muestra, instrumento y el procedimiento que se hizo para la investigación.

En el Capítulo V se presentan los resultados por medio de tablas y gráficas con su respectivo análisis cuantitativo y cualitativo que se obtuvieron a través del instrumento que se aplicó a los jóvenes.

Capítulo VI que se muestran las conclusiones de la investigación que se llegaron fue que las redes más utilizadas por los jóvenes son Whatsapp y Facebook esto podría deberse por la

facilidad en su manejo y todas las opciones que esta permite al usuario desde mandar un mensaje hasta hacer llamadas, así como también se han visto modificadas las formas de comunicación ya que se utilizan imágenes para expresar estados de ánimo y como se han desplazados ciertas actividades triviales y las recomendaciones dirigidas a los padres en donde se hace mención de maneras como pueden combatir estas conductas de sus hijos como, establecer lugares y horarios para usar los teléfonos inteligentes y los jóvenes que prioricen las actividades que les sean de provecho y a futuros investigadores que pueden ampliar ciertos aspectos para obtener información nueva sobre esta temática y por ultimo están las referencias bibliográfica donde están todos los libros y páginas de internet que se consultaron para enriquecer nuestra investigación y los anexos en los cuales se encuentran el instrumento que se aplicó a los jóvenes y las fotografías en el Instituto Nacional 14 de Julio de 1875 de San Francisco Gotera, Morazán.

CAPITULO I.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.

Hoy en día las redes sociales se han convertido en uno de los principales medios de comunicación e información entre los jóvenes de nuestra sociedad, de esta forma se mantienen informados de lo que ocurre a su alrededor y entretenidos, ya que se han convertido en una gran fuente de ocio y de poder. Generalmente, se consideran como “servicios basados en la web que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y en general, mantenerse en contacto” (Orihuela, 2008, p.2).

La primera red social surgió en 1997, su nombre era Six Degrees y fue desarrollada por la empresa Macroview, ofrecía la posibilidad de generar perfiles de usuarios y listas de amigos. Poco a poco, las redes sociales comenzaron a darse a conocer con la aparición en 2003 de Hi5 Myspace, Friendster o Tribe. Estas continuarían con nuevas aplicaciones que facilitarían la alteración entre las personas registradas en una red social. Google, por su lado, no tardo en lanzar su propia red social. En enero de 2004 publico Orkut, apoyando un experimento que uno de sus empleados realizaba en su tiempo libre. En el mismo año nace Facebook, una de las redes sociales más exitosas en internet, que permitiría establecer lazos con viejos amigos y compañeros de trabajo, además de ofrecer una infinidad de juegos para entretener al usuario.

En 2005 aparecen Yahoo 360 °, Youtube y Bebo, En 2006 Twitter, Tuenti surge un par de años después. En esta década del nuevo siglo se dice que estas redes sociales han alcanzado los cien millones de usuarios en todo el mundo. Se trata de un fenómeno global que tiene distintas versiones en distintos lugares del mundo. En todo caso las redes sociales son un fenómeno que se ha expandido de una manera masiva y veloz entre jóvenes y adolescentes, que son sus principales usuarios.

Esta comunicación virtual se realiza con el fin de comunicarse de una forma instantánea y rápida entre personas distanciadas, prefiriendo la pantalla y el teclado, haciendo que las relaciones interpersonales se vean deterioradas, ya que dichas relaciones consisten en la comunicación y contacto físico entre personas, con el fin de obtener información en relación con el entorno al que pertenecen. 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.

Como hemos podido ver la comunicación a través de redes sociales no es perjudicial hasta el momento que aparece el conflicto o la disonancia cognitiva, cuando dejamos de lado las relaciones cercanas con los amigos para centrarnos en las relaciones virtuales y no saber elegir entre ambas, decantándonos por la opción que hoy en día es más atractiva, por tanto las redes sociales.

Las **relaciones interpersonales** son asociaciones de largo plazo entre dos o más personas. Estas asociaciones pueden basarse en emociones y sentimientos, como el amor y el gusto artístico, el interés por los negocios y por las actividades sociales, las interacciones y formas colaborativas en el hogar, etcetera. Las relaciones interpersonales tienen lugar en una gran variedad de contextos, como la familia, los grupos de amigos, el matrimonio, las amistades, los entornos laborales, los clubes sociales y deportivos, los entornos barriales, las comunidades religiosas, etc. Las relaciones interpersonales pueden ser reguladas por ley, por costumbre o por acuerdo mutuo, y son una base o un entramado fundamental de los grupos sociales y de la sociedad en su conjunto.

Las relaciones interpersonales juegan un papel fundamental en el desarrollo integral de las personas. A través de ellas, el individuo obtiene importantes refuerzos sociales del entorno más inmediato, lo que favorece su adaptación e integración al mismo. Es importante tomar en cuenta los valores más relevantes para mejorar y favorecer las relaciones interpersonales, se podría retomar el valor del respeto o el simple hecho de

escuchar con atención. Las relaciones interpersonales se encuentran en constante transformación en la cotidianidad del ser humano, y en esta transformación han incidido las nuevas aplicaciones tecnológicas generando cambios en la comunicación interpersonal, como por ejemplo las nuevas maneras de poder decir las cosas a través de acrónimos o símbolos para dar a entender una emoción o sentimiento que las personas quieran transmitir. El hecho de que las interacciones digitales entre las personas se incrementen tanto, está creando una percepción distinta del espacio y el tiempo, una sensación de inmediatez de los acontecimientos y una aceleración en los procesos. Las relaciones interpersonales consisten en la interacción recíproca entre dos o más personas. Involucra destrezas sociales y emocionales que promueven las habilidades para comunicarse efectivamente, el escuchar, la solución de conflictos y la expresión auténtica de uno mismo; estas redes sociales han venido a ocasionar problemas en dichas habilidades sociales que antes se mencionan, ya que se pierden momentos íntimos o gratos con la familia, amigos y con los compañeros de escuela; también se puede presentar dentro de las comunicaciones actuales el cómo los jóvenes se expresan por monosílabos y no prestan atención a la persona que tienen al costado. En Psicología clínica y psiquiatría, la tradición teórica interpersonal se inició con la teoría propuesta por Sullivan (1953), concediendo mayor importancia a los aspectos sociales; definiendo las relaciones interpersonales como “un patrón relativamente persistente de situaciones interpersonales recurrentes que caracterizan la vida humana”.

1.2 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.

En la era de la información o era digital es común que todas las personas estén conectadas a internet y la gran mayoría utilicen las redes sociales, siendo los jóvenes quienes más dedican a estar en éstas, lo que ha generado que la calidad de las relaciones interpersonales disminuya, ya que se pierde el contacto humano directo, sumergiéndolos en un mundo virtual en el que descuidan lo que sucede en su entorno y a las personas que los rodean, provocando un desgaste en sus habilidades sociales, empobreciendo la relación con sus padres e iguales, y reemplazándolas por otras superficiales y vacías a las que los jóvenes dedican gran parte de su tiempo por lo que están más pendientes de lo que sucede en su dispositivo de comunicación inteligente que en lo que sucede en su realidad inmediata, modificando la forma en que se relacionan con el medio, creando una generación que se comunica menos de manera verbal, y más centrada en sí misma donde el valor de una persona se basa en su popularidad en las redes sociales.

Los usuarios de la redes no respetan ni tiempos, ni espacios, los jóvenes van a cualquier lugar acompañados de su teléfono, se encuentran en cenas familiares, en salidas con sus amigos, visitas a la abuela etc., revisando lo que sucede en la red, conectados con extraños y desconectados de la realidad.

El impacto de las redes sociales no es exclusivo en la calidad de las relaciones interpersonales, sino también en diferentes aspectos como el ámbito académico, ya que los jóvenes no prestan atención a sus maestros durante las clases absorbiéndoles la mayor parte del tiempo, situación que conlleva a postergar la realización de sus tareas; por otra parte los jóvenes están vulnerable a los engaños de personas que se hacen pasar por otras para seducirlos y sacar provecho de ello; se ha perdido la privacidad ya que la mayoría de jóvenes publican constantemente lo que realizan diariamente, en qué lugares se encuentran y esto puede afectar su seguridad.

1.3 ENUNCIADO DEL PROBLEMA:

¿Cómo impactan las redes sociales en la calidad de las relaciones interpersonales en Estudiantes de Bachillerato Opción General del Instituto Nacional 14 de julio de 1875 de San Francisco Gotera durante los meses de febrero a agosto del año 2016?1

1.4 JUSTIFICACIÓN.

El avance tecnológico y la facilidad con la que es posible conectarse a internet a provocado que las redes sociales se introduzcan cada vez más la vida cotidiana modificando estilos de comunicación y las relaciones humanas, especialmente en los jóvenes pues estos al tener un mayor manejo tecnológico y su tendencia a buscar no quedar relegados al no pertenecer al mundo virtual provoca que el uso de las redes sociales sea mayor en ellos que en otros grupos. Según el estudio de redes sociales en Centroamérica 2014 (RSCA), el 28 por ciento de internautas en la región usan las redes sociales más de tres horas diarias, y 44 por ciento, todo el tiempo. Se calcula que una persona en promedio consulta su celular 150 veces al día. Al estar tan pendiente de lo que pasa en el mundo digital nace un deterioro de las relaciones con nuestro medio circundante, naciendo así lo que es el Phubbing el cual definirse como el acto de un individuo o persona a ignorar su entorno por concentrarse en la tecnología móvil, ya sea un teléfono inteligente, tableta, PC portátil, u otro objeto inteligente.

Por lo que se busca conocer y evaluar como modifican las relaciones interpersonales el uso y/o abuso de redes sociales en las comunicaciones, considerando que se afecta la comunicación en cantidad ya que se interactúa menos con las personas que nos rodean así como también modificando el contenido de la comunicación que se ha creado una generación que se comunica por medio iconos, memes, abreviaciones, etc.

Ya que la tecnología, las redes sociales y la telefonía inteligente son un campo relativamente nuevo o poco estudiado surge la necesidad de conocer como estos están interviniendo en nuestro medio, como impactan las relaciones de los jóvenes con sus padres, hermanos, amigos y con los desconocidos o aquellos a quienes solo conocen de manera virtual. Para lograr hacer un contraste con la teoría que se conoce que suele ser extranjera o de ambientes en los cuales hay culturas distintas y mayores avances tecnológicos y analizar las similitudes y diferencias entre esas culturas y la nuestra en la condiciones son menos favorables; además para dar aporte a futuros investigadores interesados en esta temática, pudiendo usar nuestra investigación como un precedente.

1.5 OBJETIVOS.

1.5.1 OBJETIVO GENERAL.

- Evaluar el impacto de las redes sociales en la calidad de relaciones interpersonales en estudiantes de bachillerato opción general del Instituto Nacional 14 de julio de 1875 de San Francisco Gotera, durante los meses de febrero a agosto del año 2016

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Identificar cuáles son las redes sociales más utilizadas por los estudiantes de bachillerato opción general del Instituto Nacional 14 de julio de 1875 de San Francisco Gotera, durante los meses de febrero a agosto del año 2016
- Describir los cambios en la forma de comunicación debido al uso de redes sociales en estudiantes de bachillerato opción general del Instituto Nacional 14 de julio de 1875 de San Francisco Gotera, durante los meses de febrero a agosto del año 2016.

CAPITULO II.

MARCO TEORICO.

2.1 REDES SOCIALES Y SUS DEFINICIONES.

2.1.1 REDES SOCIALES.

Una red social es una estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.)

Normalmente se presentan simbolizando los actores como nodos y las relaciones como líneas que los unen. El tipo de conexión representable en una red social es una relación diádica o lazo interpersonal.

Los fines que han motivado a la creación de las llamadas redes sociales son varios, principalmente, es el de diseñar un lugar de interacción virtual, en el que millones de personas alrededor del mundo se concentran con diversos intereses en común.

Potencian la viralidad en base a diferentes mecanismos:

Invitación directa por email, donde el usuario que realiza la invitación confecciona un email que se enviará al amigo. La red social incluye un enlace que permite acceder a un entorno de registro que le permitirá acceder a la red.

Invitación interna dentro de la red social. Algunas redes sociales recomiendan la conexión entre diferentes usuarios. Para ello se utiliza la definición del perfil (afinidades), amigos en común, reduciendo niveles de contacto entre diferentes usuarios y permitiendo de forma exponencial incrementar el número de contactos/amigos del usuario dentro de la red.

Existen redes sociales en las que el acceso debe venir habilitado por alguno de los integrantes de la misma. Este tipo de controles se realiza para reducir el acceso y crear redes de confianza.

2.1.2 FACEBOOK

Es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg y fundado junto a Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard. Su propósito era diseñar un espacio en el que los alumnos de dicha universidad pudieran intercambiar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través de Internet. Fue tan innovador su proyecto que con el tiempo se extendió hasta estar disponible para cualquier usuario de la red.

A mediados de 2007 lanzó las versiones en francés, alemán y español traducidas por usuarios de manera no remunerada, principalmente para impulsar su expansión fuera de Estados Unidos, ya que sus usuarios se concentran en Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. Facebook cuenta con más de 1350 millones de miembros, y traducciones a 70 idiomas. En octubre de 2014, Facebook llegó a los 1350 millones de usuarios, de los cuáles había más de 700 millones de usuarios móviles. Brasil, India, Indonesia, México y Estados Unidos son los países con más usuarios, sin embargo hay usuarios que poseen más de una cuenta.

2.1.3 WHATSAPP

Es una aplicación de mensajería instantánea para teléfonos inteligentes, para enviar y recibir mensajes mediante Internet, complementando servicios de correo electrónico, mensajería instantánea, servicio de mensajes cortos o sistema de mensajería multimedia. Además de utilizar la mensajería en modo texto, los usuarios de la libreta de contacto pueden crear grupos y enviarse mutuamente, imágenes, vídeos y grabaciones de audio. Según datos de 2015 supera los 900 millones de usuarios.

El 19 de febrero de 2014 la aplicación fue comprada por la empresa Facebook por 19,000 millones de dólares (de los cuales 12,000 millones corresponden a acciones de Facebook y el resto en efectivo). A principios de octubre se anuncia la compra definitiva de WhatsApp por Facebook por valor de 21,800 millones de dólares. Sólo unas semanas después de la compra, Whatsapp anunció tener capacidad para realizar videollamadas en

el verano del mismo año. El despliegue definitivo del Voip llegó progresivamente durante 2015 a todas las plataformas móviles.

2.1.4 INSTAGRAM

Es una red social y aplicación para subir fotos y videos. Sus usuarios también pueden aplicar efectos fotográficos como filtros, marcos, similitudes térmicas, áreas subyacentes en las bases cóncavas, colores retro y vintage (vendimia), y posteriormente compartir las fotografías en la misma red social o en otras como Facebook, Tumblr, Flickr y Twitter. Una característica distintiva de la aplicación es que da una forma cuadrada a las fotografías en honor a la Kodak Instamatic y las cámaras Polaroid, contrastando con la relación de aspecto 16:9 que actualmente usan la mayoría de las cámaras de teléfonos móviles. Hoy en día, las fotos pueden estar en horizontal y en vertical sin el uso de bordes blancos. También hay un medio de comunicación privado para hablar llamado Instagram Direct.

Instagram fue creada por Kevin Systrom y Mike Krieger y fue lanzada en octubre de 2010. Esta aplicación rápidamente ganó popularidad, con más de 100 millones de usuarios activos en abril de 2012 y superó los 300 millones en diciembre de 2014.

2.1.5 LINE

Es una aplicación de mensajería instantánea para teléfonos móviles, PC y Mac; La aplicación tiene más de 500 millones de usuarios en todo el mundo. Además de la mensajería básica, se pueden enviar imágenes, vídeos, mensajes de audio y hacer llamadas VoIP. La aplicación es reconocida por su singular sistema de pegatinas (*stickers*), reemplazando a los tradicionales iconos. Los personajes que aparecen en las pegatinas incluyen todo tipo de expresiones y situaciones, con un dramatismo exagerado que le da un divertido toque cómico. "¿Por qué conformarte con los clásicos emoticonos feliz, triste o sacando la lengua, cuando tienes stickers de un oso furioso o un conejo que ha perdido la ilusión por vivir?"

Estos emoticonos se ofrecen como paquetes descargables, siendo algunos de estos paquetes de pago. Pero no te preocupes, tienes suficientes stickers gratuitos como para no

tener que pasar por caja. Además, a veces regalan stickers a cambio de probar otras aplicaciones, añadir páginas a tus contactos o celebrar eventos especiales. Un punto positivo de LINE consiste en combinar en una misma aplicación un excelente servicio de mensajería de texto con llamadas de voz y vídeo más que aceptables. Tal y como hace hoy en día otro rival suyo (whatsapp), que viendo la tesitura en la que se encontraba, no le quedó otra posibilidad que desarrollarlo y ofrecerlo en su servicio, para evitar la pérdida de clientes, frente a la competencia que le estaba suponiendo LINE en este ámbito.

2.1.6 TWITTER

Es un servicio de microblogging, con sede en San Francisco, California, con filiales en San Antonio (Texas) y Boston (Massachusetts) en Estados Unidos. Twitter, Inc. fue creado originalmente en California, pero está bajo la jurisdicción de Delaware desde 2007. Desde que Jack Dorsey lo creó en marzo de 2006, y lo lanzó en julio del mismo año, la red ha ganado popularidad mundialmente y se estima que tiene más de 500 millones de usuarios, generando 65 millones de tweets al día y maneja más de 800 000 peticiones de búsqueda diarias. Ha sido denominado como el "SMS de Internet".

La red permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres, llamados *tweets*, que se muestran en la página principal del usuario. Los usuarios pueden suscribirse a los tweets de otros usuarios – a esto se le llama "seguir" y a los usuarios abonados se les llama "seguidores", "followers" y a veces *tweeps* ('Twitter' + 'peeps', seguidores novatos que aún no han hecho muchos tweets). Por defecto, los mensajes son públicos, pudiendo difundirse privadamente mostrándolos únicamente a unos seguidores determinados. Los usuarios pueden tuitear desde la web del servicio, con aplicaciones oficiales externas (como para teléfonos inteligentes), o mediante el Servicio de mensajes cortos (SMS) disponible en ciertos países. Si bien el servicio es gratis, acceder a él vía SMS comporta soportar tarifas fijadas por el proveedor de telefonía móvil.

2.1.7 SNAPCHAT

Es una red social móvil dedicada al envío de archivos, los cuales "desaparecen" del dispositivo del destinatario entre uno y diez segundos después de haberlos visto. Fue desarrollada por Evan Spiegel, Bobby Murphy y Reggie Brown, estudiantes de la Universidad de Stanford, en Estados Unidos, en 2010. Son enviados a través de mensajes privados o como "en vivo" o "discover".

La aplicación permite a los usuarios tomar fotografías, grabar vídeos, añadir textos y dibujos y enviarlos a una lista de contactos limitada. Estos vídeos y fotografías se conocen como "Snaps" y los usuarios pueden controlar el tiempo durante el que estos serán visibles (de 1 a 10 segundos de duración), tras lo cual desaparecerán de la pantalla del destinatario y serán borrados del servidor de Snapchat.

2.1.8 GOOGLE PLUS

Google+ (pronunciado y escrito a veces como Google Plus, abreviado como G+ y en algunos países de lengua hispana pronunciado como Google Más) es una red social operada por Google Inc. Google+ se lanzó en junio de 2011. Los usuarios tienen que ser mayores de 13 años de edad, para crear sus propias cuentas. Google+ ya es la segunda red social con más usuarios en el mundo, no por su popularidad sino por enlazarse con YouTube, obteniendo aproximadamente 343 millones de usuarios activos. Google+ integra distintos servicios: Círculos, Hangouts, Intereses y Comunidades. Google+ también estará disponible como una aplicación de escritorio y como una aplicación móvil, pero sólo en los sistemas operativos Android e iOS. Fuentes tales como The New York Times lo han declarado el mayor intento de Google para competir con la red social Facebook,⁴ la cual tenía más de 750 millones de usuarios en 2011. El 20 de septiembre de 2011, Google permitió la creación de cuentas a usuarios con más de 18 años, con mejoras en sus extensiones de videoconferencias. El 41.99% de los usuarios de Google+ buscan amigos, y el 43.88% son solteros.

2.2 ¿SON LAS REDES SOCIALES REALMENTE NUEVAS?

Se podría responder a esta pregunta tanto afirmativa como negativamente, pues mucho antes de que existieran las redes sociales creadas y reguladas a través de dispositivos informáticos, ya existían otro tipo de redes y modos de comunicarse e interaccionar los individuos entre sí; es más, siempre han existido redes desde el momento en que un grupo de amigos o conocidos han decidido reunirse para practicar un deporte, ir a una fiesta, estudiar en casa de alguno, escuchar música, o también, relacionarse en el contexto de la familia, ese grupo primigenio con el que, desde tiempos remotos, el ser humano se ha sentado alrededor de una mesa tanto para comer como conversar, ampliándose el número de participantes en conmemoraciones especiales y fechas señaladas por la tradición de cada grupo según sean sus hábitos culturales.

La diferencia fundamental entre las viejas y las nuevas redes sociales (entendiendo como tales los mecanismos de interrelación humana) se encuentra la inmediatez y la virtualidad que éstas últimas aportan, así como la posibilidad de interaccionar y de convertir a cada miembro del grupo no sólo en receptor de información sino también en generador de la misma.

Morduchowicz, Marcon, Sylvestre y Ballestrini (2010) explican que son “comunidades virtuales”. “Virtual, es definido por oposición como algo contrario a lo real, o lo relativo a la realidad, siendo en el caso de la informática algo que no existe realmente en un espacio físico perteneciente al hardware, sino que se encuentra dentro de un espacio lógico dentro del ordenador que es el software.”

La red agrupa a cantidades enormes de personas que buscan y tienen relación entre sí para compartir cualquier tipo de información e intereses similares, el principal objetivo es entablar contactos con gente e inter relacionarse; participar en una red social permite encontrar nuevos o viejos amigos o edificar una base con un banco de datos de incalculable valor que se pueden exhibir como una lista de amigos, los cuales pueden ser personales que se conocen o amigos de los amigos que no conoce.

El término amigo, en las redes sociales, tiene un significado diferente al tradicional que recibe en la vida real. En las redes sociales, amigo es todo aquel que ha sido invitado a

visitar el sitio personal en la red. Y funciona de la siguiente manera: un usuario envía mensajes a diferentes personas invitándolas a ver a su sitio. Los que aceptan, se convierten en amigos y repiten el proceso, enviándole invitaciones a amigos suyos a esa red. Así, crece el número de los mismos miembros en la comunidad y de enlaces en la red.

¿Qué es lo que más valora el adolescente de sí mismo? La popularidad. ¿Y qué necesita un adolescente para ser popular? Amigos, humor y espontaneidad. La identidad del adolescente no puede entenderse sin los amigos, y sin ellos, tampoco es fácil comprender los usos que hacen de los medios y las tecnologías,

2.3 USO CONSTANTE DE LAS REDES.

Según Del Moral (2005) existen cuatro empleos generales que fomentan el uso de las redes sociales:

- **Mantenimiento de amistades:** seguir en contacto con amigos, colegas, excompañeros de trabajo, etc., quienes de no ser por estos servicios irían perdiendo relación.
- **Nueva creación de amistades:** cada una de las personas que participa en las redes, relaciona de una u otra forma, a sus contactos con segundas o terceras personas, que pueden a su vez interactuar y conocerse.
- **Entretenimiento:** existe un perfil de usuarios que las usa como portal del entretenimiento (juegos, explorar las actualizaciones del estado de otros usuarios, mirar las vidas ajenas, etc); utilizando en muchos casos el recurso de observar al otro sin ser visto “voyeurismo”.
- **Gestión interna de organizaciones empresariales:** uso circunscripto a empresas dentro de cuya estructura se crean redes privadas para la realización de trámites, comunicaciones, contactos con otros profesionales, etc.

Todos los intercambios y formas de comunicación permiten conocer gente a la que sería imposible acceder a diario, por su lejanía física e incluso temporal. Con estos

intercambios se crea una relación virtual con cierto carácter de amistad o incluso amor, según el modelo clásico de relación. Se pueden compartir puntos de vista, fotografías, experiencias, emociones, etc. a través de Facebook, Hi5, Twiter, Tuenti o cualquier otra red social. Contar con una red de apoyo social es una necesidad planteada por la psicología desde la prevención y tratamiento.

2.4 RELACIONES INTERPERSONALES.

Una **relación interpersonal** es una **interacción recíproca** entre dos o más **personas**. Se trata de relaciones sociales que, como tales, se encuentran reguladas por las leyes e instituciones de la interacción social.

En toda relación interpersonal interviene la comunicación, que es la capacidad de las personas para obtener información respecto a su entorno y compartirla con el resto de la gente. El proceso comunicativo está formado por la emisión de señales (sonidos, gestos, señas) con el objetivo de dar a conocer un mensaje. La comunicación exitosa requiere de un receptor con las habilidades que le permitan decodificar el mensaje e interpretarlo. Si algo falla en este proceso, disminuyen las posibilidades de entablar una relación funcional.

Hay que tener en cuenta que las relaciones interpersonales nos permiten alcanzar ciertos objetivos necesarios para nuestro desarrollo en una sociedad, y la mayoría de estas metas están implícitas a la hora de entablar lazos con otras personas. Sin embargo, es también posible utilizarlas como un medio para obtener ciertos beneficios, tales como un puesto de trabajo; incluso en esos casos, existen más razones que el mero interés material, aunque suelen ignorarse a nivel consciente.

Por eso, los psicólogos insisten en que la educación emocional es imprescindible para facilitar actitudes positivas ante la vida, que permiten el desarrollo de habilidades sociales, estimulan la empatía y favorecen actitudes para afrontar conflictos, fracasos y frustraciones. La intención es promover el bienestar social.

La comunicación ha cambiado considerablemente en las últimas décadas, debido principalmente a las posibilidades que ofrece Internet. Tomando en cuenta simplemente su impacto en las relaciones interpersonales, se ha visto un abandono cada vez mayor del

contacto presencial en pos de encuentros virtuales. En los años 90 y principios de la década del 2000 las aplicaciones de chat constituían el medio más usado para alcanzar dicho objetivo, y en muchos aspectos resultaba más práctico que el teléfono, especialmente para conversaciones largas e interrumpidas frecuentemente.

Al día de hoy, la mayoría de la gente vive de acuerdo al modelo “siempre conectados”, que consiste en un acceso transparente a los servicios de comunicación e información, sin necesidad de ejecutar programas, y con un nivel muy alto de compatibilidad entre los diferentes tipos de datos, para minimizar el trabajo por parte del usuario. Un smartphone es capaz de mantenerse permanentemente conectado a una lista de contactos, de decodificar un mensaje de texto para encontrar números de teléfono y ofrecer la posibilidad de agendarlos automáticamente o direcciones de Internet para poder acceder a ellas con sólo tocarlas, y de realizar llamadas con vídeo, entre otras muchas bondades.

Dichas funciones no sólo representan avances tecnológicos inimaginables para los consumidores hace tan sólo veinte años, sino que han abierto las puertas a un nivel de comunicación muy sofisticado. Sin lugar a dudas, esto tiene sus consecuencias positivas y negativas, según se aproveche. Con respecto al primer grupo, hoy más que nunca es posible compartir conocimientos de todo tipo con las demás personas, sea que se esté hablando de arte y se envíen enlaces a fotografías de las obras de un determinado autor, o de geografía y se utilicen los mapas interactivos como referencia, o bien de idiomas y se haga uso de las innumerables herramientas de estudio presentes en Internet, tales como diccionarios y foros de consulta.

Hay muchos más aspectos positivos, tales como la posibilidad de ver a un ser querido a través de un monitor y poder hablar con él en cualquier momento, sintiendo que se acortan las distancias físicas. Los negativos, por otro lado, giran en torno a un uso desmedido de la tecnología y con el mero objetivo de pasar el tiempo, desaprovechando los recursos que ofrece y dejando de lado el contacto con otros seres vivos.

2.5 PROCESO DE SOCIALIZACION

Se va a entender la socialización como aquellos procesos psicosociales en los que el individuo se desarrolla históricamente como persona y como miembro de una sociedad. Esta definición sostiene tres afirmaciones esenciales:

La socialización constituye un proceso de desarrollo histórico. Se trata de un proceso caracterizado siempre por su concreción temporal y espacial. No es un proceso mecánico, inmutable, prefijado genéticamente o dependiente tan sólo de determinismos biológicos, como podría ser la maduración: por el contrario, su carácter es definido por las circunstancias propias de cada situación histórica concreta. Así, el análisis de los procesos de socialización requiere examinar como variables fundamentales en qué sociedad, en qué clase social, en qué grupo, en qué época, en qué situación, en qué coyuntura tienen lugar esos procesos.

En segundo lugar, es un proceso de desarrollo de la identidad personal. A través de la socialización, la persona se va configurando, va llegando a ser, en su desarrollo en y frente a la sociedad, como afirmación de su particular individualidad. Socializarse no es un simple cambio de un estado a otro, una modificación; es un paso hacia el ser, y hacia el ser personal. En el proceso de socialización la persona no cambia; la persona se hace, la persona emerge. De ahí que la persona y su específica identidad personal, sus rasgos y características personales, sean el fruto de este proceso histórico de configuración. La sociedad no es entonces algo externo a la identidad de la persona; es elemento configurador esencial de su ser personal

...la existencia de una persona supone necesariamente la existencia de una sociedad que la ha configurado a través de la historia...

En tercer lugar, la socialización es un proceso de desarrollo de la identidad social. La socialización marca al individuo con el “carácter” o sello propio de la sociedad y grupo social en el que históricamente se realiza su proceso de socialización. La persona surge a través del proceso como alguien con una identidad propia, pero se trata de un sujeto “de” tal o cual sociedad, “de” tal o cual clase social. El “de” señala una pertenencia desde las

raíces más profundas de la estructura humana de cada persona. No hay identidad personal que no sea al mismo tiempo y por lo mismo identidad social. Peter Berger y Thomas Luckman (1968) han distinguido entre los procesos de socialización primaria y los procesos de socialización secundaria. La socialización primaria corresponde en lo fundamental a lo que nosotros hemos definido como socialización en general, mientras que la socialización secundaria sería el proceso de incorporación de la persona a sectores particulares de la organización social, “submundos” institucionales como pueden ser la universidad, un hospital o un club social. “La socialización secundaria es la adquisición del conocimiento específico de ‘roles’, estando éstos directa o indirectamente arraigados en la división del trabajo”.

Por la socialización primaria, el individuo se convierte en miembro de un grupo social concreto: su ubicación material al interior de un mundo objetivo de relaciones interpersonales le lleva a apropiarse de aquellos esquemas que definen la realidad y conocerse a sí mismo como real.

En la socialización primaria, el individuo adquiere un mundo y desarrolla una identidad personal. “Un mundo” es ante todo un contexto objetivo, material y personal: el grupo social en el que uno nace, la situación en que se encuentra. Pero, en segundo lugar, “un mundo” es también una cultura en toda su complejidad. Por tanto, adquirir un mundo significa formar parte de un contexto y situación social, e incorporar individualmente ese contexto y situación sociales en forma de estructuras psicológicas. Mediante la adquisición de un mundo la persona pertenece a un grupo, a una sociedad, forma parte objetivamente de ella; pero, a su vez, la sociedad, su grupo es constitutivo esencial de su ser personal.

La estructuración psicológica del individuo puede descomponerse analíticamente en dos aspectos:

a) La socialización supone que el individuo, situado en un determinado contexto social y en interacción con ese medio (sobre todo con los que Mead llama “los otros significativos”), va formando unos esquemas cognoscitivos que seleccionan y procesan

su información, que filtran y configuran lo que él va a aceptar como la realidad, como el mundo.

b) La socialización supone también que el individuo va incorporando, haciendo suyo, un marco valorativo de referencia. Cuando las personas captamos la realidad, conocemos a otras personas, cosas o hechos, nuestro conocimiento no suele ser aséptico, puro; más bien, al conocer la realidad experimentamos emociones, positivas o negativas, que son la corporalización de la evaluación.

A través de la socialización primaria, los individuos adquieren una identidad personal cristalizada en un yo al cual remiten sus acciones, su pensar y sentir. El yo es el producto de la socialización en todas sus dimensiones, y cada momento de su evolución representa la síntesis final de los procesos evolutivos de la persona.

La identidad personal tiene cuatro características fundamentales:

1) Está referido a un mundo: El yo personal siempre se encuentra ubicado en un contexto objetivo y está referido a un mundo, entendido como una realidad de sentido, conocida y valorada. La identidad es, por consiguiente, el enraizamiento de la persona en un determinado mundo de significaciones así como en una determinada red de relaciones sociales. Asumir la propia identidad supone asumir también ese mundo. Las personas tienen identidad referidas a un contexto, y fuera de él el yo pierde sus raíces y se desmorona. (P. 121)

2) Se afirma en la relación interpersonal: La identidad de las personas es de naturaleza social; está referida sí a un mundo de significaciones (mundo objetivado), pero está referida fundamentalmente a un mundo constituido por las personas más significativas de su entorno, los “otros significativos”, su mundo de relaciones sociales. La identidad propia de la persona se afirma frente a la identidad de los demás, su yo se define frente a los demás y con ellos. (P. 121)

3) El yo o la identidad personal es relativamente estable: Hay una evolución a lo largo de la vida, pero la persona mantiene una continuidad consigo misma sea o no consciente de

ella. Puesto que la identidad personal está siempre referida a un mundo, la evolución del yo va unida al cambio en el propio mundo. En general, las personas pasan por diversas etapas a lo largo de la vida y, en no pocos casos, cada una de estas etapas representa un cambio importante en su identidad personal. Así, retrospectivamente, la persona puede encontrar modificaciones cruciales en su propio yo a lo largo de su existencia. Sin embargo, ni estos cambios niegan la continuidad de su “yo” ni contradicen la afirmación que el yo es relativamente estable. (P. 122)

4) Es producto tanto de la sociedad como de la acción del propio individuo: A esta consecuencia se llega como resultado de comprender a la persona humana como un ser de historia; la identidad personal se forma en la confluencia de una serie de fuerzas sociales que operan sobre el individuo y frente a las cuales el individuo actúa y se hace a sí mismo. Al actuar, el individuo genera una realidad y la conoce como tal, pero a su vez la acción misma es hecha posible por las fuerzas sociales que se actualizan en el individuo. (P. 123)

2.6 REDES SOCIALES Y RELACIONES INTERPERSONALES.

El atractivo de las redes sociales muchas veces proviene del no tener que estar cara a cara, lo que brinda una sensación de protección, "permite actuar de una manera diferente a como lo haría de manera personal, pudiendo aparentar ser quien se quiere ser, mostrando una imagen ideal de sí mismos, donde no se sienten limitados por sus padres ni amigos. Cada usuario se presenta tal como desea frente a los otros usuarios, fomentando una mayor confianza y seguridad sobre sí mismo a la hora de conocer gente, dado que se puede determinar con quién, cómo y cuándo se comienza una conversación. De esta manera, se puede conseguir que un perfil tenga cientos de amigos reforzando la autoestima del usuario.

Como señala Caplan (2002) el adolescente utiliza Internet para recibir de los otros usuarios respuestas más positivas que las que recibe de su entorno habitual, teniendo una preferencia por la comunicación en línea en detrimento de la interpersonal cara a cara; con esto se podría decir que el valor que se le dan a cada símbolo como por ejemplo los “like” que se reciben en Facebook o los seguidores que se tienen en Instagram proporcionan

estatus a los adolescentes y estos de alguna manera sube su autoestima y siendo más seguro de ellos mismos pueden establecer nuevas relaciones a través de las redes sociales, dejando de lado la interacción directa y pasando más tiempo inmersos en ellas.

2.7 EL DETERIORO DE LAS RELACIONES INTERPERSONALES

Este problema puede generar el deterioro o la pérdida de relaciones interpersonales, tanto laborales, amistosas como amorosas, debido a que la persona adicta prefiere dedicar más tiempo a las redes sociales que a las personas que le rodean. Es común también que muchos matrimonios resultan finalmente en divorcios debido a problemas relacionados como la infidelidad por medio de las redes sociales.

2.8 EL IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES PARA UN SALVADOREÑO

Por un lado, podemos ver las redes sociales como una herramienta que nos permite informarnos acerca de temas de interés nacional y mundial, nos permiten compartir nuestra opinión y puntos de vista sobre temas y situaciones varias, nos posibilita la conexión e interacción con personas que no están a nuestro alcance inmediato, también puede contribuir en nuestro desarrollo interpersonal y darnos un sentimiento de pertenencia.

Por otra parte, es muy importante que no ignoremos los impactos negativos también. Por ejemplo, el aislamiento social por causa de la exposición obsesiva al mundo virtual, la falta de intimidad y privacidad, el uso inadecuado de contenido y alarmante exposición a personas malintencionadas y hasta peligrosas.

La imagen superior representa como el salvadoreño, sin importar su edad, género o clase social, ha desarrollado la necesidad de sentirse conectado por medio del Internet a partir de las redes sociales. La conexión le da una sensación de relevancia e inclusión. Debemos de tomar en cuenta que este sentimiento de relevancia he inclusión es consecuencia de una vida virtual, alejada de la realidad, generando comportamientos y

actitudes fuera de nuestra normalidad. Todos buscan estar al día con las noticias, la última conversación, la tendencia actual y todo esto con el fin de huirle al miedo social de sentirse excluido.

Es de mucha importancia reconocer que las redes sociales juegan un papel muy importante en la autoestima de sus usuarios y las relaciones interpersonales de los mismos. Recordemos que la necesidad de pertenencia es una motivación humana, siendo conscientes de esto podemos juzgar nuestra participación y aportes personales al medio. El internet y sus redes sociales son magníficas herramientas siempre y cuando sepamos utilizarlas correctamente.

2.9 ¿LAS REDES SOCIALES AFECTAN LA SALUD MENTAL?

Es habitual encontrarse en las terrazas de las cafeterías con grupos de jóvenes sentados a una mesa, sin mirarse entre sí y pendientes de la pantalla del dispositivo móvil que cada cual sostiene en sus manos, un comportamiento que desvirtúa lo que debería ser una interrelación humana saludable y que ha puesto en guardia a sociólogos, psicólogos y psiquiatras por el peligro que entraña tanto para la salud mental individual como colectiva.

El psicólogo y académico de la Universidad de Talca,(Agustín Martínez, s.f.), sostuvo “que en la medida que las personas se interioricen sobre el funcionamiento de las redes sociales, mayor será el provecho que obtengan de ellas”. “Si la persona usa estas herramientas, pero de manera poco informada se pueden tener efectos adversos. Las redes sociales utilizadas de buena forma, son capaces de generar nuevas oportunidades de estudio, de trabajo e incluso potenciar las relaciones personales”.

En ese sentido señaló que un uso inadecuado de ellas tarde o temprano impactará en la vida social del usuario, ya que por ejemplo al estar siempre pendiente de su teléfono seguramente descuidará la relación que tiene con sus más cercanos.

Según el docente de la Facultad de Psicología de la U Talca, dicho comportamiento no es exclusivo de las redes sociales, pero como cualquier trastorno perjudica el ámbito de

las relaciones familiares, el estudio o el trabajo. Una opinión coincidente expresó el psicólogo (Miguel Bernabé, s.f.), quien agregó que “las nuevas tecnologías utilizadas de mala manera alejan a los que están cerca y acercan a los que están lejos. Muchas veces en un restorán te encuentras con que en lugar de estarse comunicando cara a cara lo están haciendo a través de las redes sociales, descuidando a los que están al lado, que finalmente son los que deberían tener la principal atención”.

Aunque, aparentemente, participar en redes como WhatsApp o Facebook ayude a comunicarse a ciertas personas tímidas o con baja autoestima, no es menos cierto que también puede incentivarlas a rehuir de los contactos reales para contentarse con el anonimato de la virtualidad, circunstancia más fácil de soportar que el esfuerzo que supone afrontar una relación real.

La frecuencia con que muchos usuarios consultan las redes sociales (varias veces por minuto en algunos casos) repercute negativamente en la concentración requerida para el trabajo o los estudios propiciando un abandono de las responsabilidades.

La consecuencia negativa más frecuente debida a un mal uso de las redes sociales, es la conducta obsesivo-compulsiva que puede generar en quienes viven permanentemente pendientes de los avisos que suenan en sus teléfonos o tablets y sienten la necesidad de responder a los mismos independientemente de que estén solos o acompañados, vayan andando o, lo que puede ser mortalmente peligroso, conduciendo un automóvil.

Según (Juan Pablo Tapia, s.f.), las plataformas digitales contribuyen al ego como ninguna otra lo había hecho antes. “Si en el pasado un indicador de ser socialmente exitoso era cuánta gente iba a tu cumpleaños, hoy eso muchos lo miden por la cantidad de seguidores que alguien tiene en redes sociales, lo que es muy preocupante si se piensa que, generalmente, si se pasa mucho tiempo interactuando en redes sociales se descuidan las relaciones interpersonales”.

El usuario compulsivo de las redes sociales presenta un “temor a estar desconectado” que le genera la necesidad adictiva de estar permanentemente activo en las redes. A esta

situación se le denomina FOMO, acrónimo del inglés “fear of missing out” que traducido al español significa “miedo a estar fuera” o “miedo a perderse algo” (reuniones, eventos, conciertos, cenas...) y que se manifiesta como una ansiedad a que algo muy interesante pueda suceder mientras se está desconectado.

Otra situación patológica, consecuencia del mal uso de las redes sociales, es la ansiedad que genera la envidia que ciertos usuarios compulsivos experimentan al ver publicaciones de amigos (reales o virtuales) que exhiben un bienestar al que ellos no tienen acceso (viajes, compra de un aparato tecnológico de última generación, anuncio de eventos como tener pareja o ir a contraer matrimonio...). Además de envidia, estas situaciones pueden ocasionar sentimientos de frustración, tristeza y depresión por la tendencia a idealizar la vida de los otros (quienes tal vez la inventen o sólo muestren una parte de ella) y mortificarse al darse cuenta de que se carece de posibilidades de ser como ellos.

Un estudio realizado por Larry Rosen, profesor de psicología de la Universidad Estatal de California, llega a la conclusión de que los adolescentes que frecuentan Facebook presentan más tendencias narcisistas (en términos de la Terapia Gestalt hablaríamos de egotismo neurótico, es decir de una fobia al contacto, al vínculo) que el resto de la población, así como también que los adultos jóvenes adictos a esta red social son más propensos a manifestar ciertos problemas psicológicos como un comportamiento antisocial.

También la frecuentación excesiva de Facebook puede distraer en los estudios y repercutir negativamente en el rendimiento escolar y el aprendizaje.

2.10 ADICCIÓN A REDES SOCIALES.

Con síntomas similares a la adicción a sustancias, “las personas entre los seis y los 25 años de edad son las más vulnerables a volverse adictas a las redes sociales”, afirmó la experta Martha Catalina Pérez González.

Al respecto, Francisco José Gutiérrez Rodríguez, director del Centro de Evaluación e Investigación Psicológica, detalló que “la adicción a las redes sociales se puede entender como una serie de pautas de comportamiento, donde para la persona se vuelve imprescindible el uso de diferentes medios tecnológicos que las incluyen”. Además del servicio de mensajería, el chat y nuevas tecnologías que asimilan esa conexión a través de diferentes medios. Destacó que “se considera una adicción cuando estas actividades interfieren con el curso de la vida normal del sujeto, en el ámbito social, laboral y educativo.” Comentó que “las personas con mayor riesgo en caer en esta adicción son aquellas que les cuesta interactuar con otros, que tienen déficit de habilidades sociales o han establecido cierto divorcio con los miembros de la familia.”

2.11 PHUBBING.

La palabra ‘phubbing’ viene de ‘phone’ (teléfono) y ‘snubbing’ (desairar) y ocurre cuando alguien lo ignora a usted por estar concentrado en su teléfono celular. No ocurre solo entre compañeros de trabajo; también en almuerzos con los mejores amigos de la vida; en cenas con la familia; en plena cita romántica a la luz de las velas y hasta en la cama, cada miembro de la pareja absorto en su propia pantalla. Este es un término acuñado por el australiano Alex Haigh, de 23 años, quien creó un movimiento ‘anti-phubbing’ para crear conciencia sobre los efectos nocivos de esta práctica de la vida moderna en las relaciones interpersonales.

“La sensación es descrita como un impulso que no se puede controlar, bajo la promesa mental de que la persistencia en la tarea va a otorgar algún rédito. **Esto deja al otro en un lugar de espectador que es muy ingrato.** El que lo efectúa, por lo general, se pone fastidioso cuando se lo hacen otros, pero sin embargo, no puede dejar de hacérselo a los demás”, (Bustamante, s.f.). Con la aparición de los celulares, la primera regla de cortesía en romperse fue atender el aparato en medio de una reunión. Pero esta actitud se justificó socialmente bajo el pretexto “está bien que lo haga, puede ser una emergencia”. Con la llegada de los smartphones y las comunicaciones en las redes sociales, todo se agravó.

Quienes ocasionan el *phubbing* no tienen rangos de edades específicos aunque es más frecuente ver a los jóvenes protagonizando alguno de estos desplantes. Cualquier excusa sirve para bajar la mirada y entrar en el universo de las redes. Desde una pequeña actualización del perfil, hacer clic en un Me gusta, publicar un comentario en Twitter, responder un mensaje por WhatsApp, pedir vidas en el Candy Crush, o sacar una foto de la comida y compartirla en Instagram. Durante cualquier conversación presencial, se producen múltiples interferencias externas (ruido de la calle, una bocina, el mozo que pasa, suena un celular), pero algunas personas son capaces de bloquear esas interferencias. Otras, no consiguen abstraerse.

“Vivimos en una sociedad individualista: cada vez hay menos actividades en común dentro del núcleo familia. **Los miembros del clan ya disponen de su propia pantalla y puede elegir qué mirar en total privacidad.** Con el teléfono pasa algo similar. Uno tiene la ilusión de que puede estar en múltiples lugares al mismo tiempo. Y es esa fantasía de conectarse con un clic lo terrible. Porque **la atención no puede estar en varios puntos en simultáneo.** Lo que implica que, para ver la pantalla, algo se está descuidando” (Bustamante, s.f.).

2.12 LA SOCIALIZACION POR EL LENGUAJE.

En la vida social, la construcción de la realidad se realiza en gran parte por medio del lenguaje: El lenguaje objetiva al mundo, le da una consistencia social, lo “realiza” (en el doble sentido de aprehenderlo como conciencia de él y de hacerlo real en cuanto lo produce dándole una forma y una identidad). Desde un punto de vista funcional, el lenguaje constituye un “engranaje” clave del organismo humano. (P. 133). Un lenguaje representa de hecho una determinada codificación del mundo, es decir, una forma particular de ver la realidad, ordenándola, clasificándola según categorías y atribuyéndole signos. De este modo, el flujo de la realidad es fijado y objetivado, permitiendo que la multiplicidad de experiencias de cada persona sea referida a una misma serie de signos y así sean tipificadas de acuerdo a determinadas categorías. De este modo, lo que es siempre y por naturaleza individual se socializa y pasa a constituirse como parte de una referencia

compartida por todo un grupo o sociedad. En este sentido, el lenguaje sirve como mediación socializadora entre la persona y la comunidad, entre la experiencia individual y el orden social. (P. 134)

Uno de los autores que más expresivamente ha conceptualizado el papel mediador es Edward Sapir. Según Sapir, el lenguaje es de naturaleza heurística, es decir, “sus formas predeterminan para nosotros ciertos modos de observación y de interpretación”. El lenguaje es un guía de la realidad, pero de la realidad en cuanto social, no en cuanto simplemente individual. Las personas descubren a través del lenguaje significados de la realidad que no son explicables por la calidad de la experiencia personal misma, sino por la naturaleza del propio lenguaje. (P. 134). A la búsqueda del proceso formador de lenguaje y cultura, para Alexander R. Luria, el lenguaje es uno de los principales productos del desarrollo histórico que, a su vez, sirve como mediador del influjo social en la actividad mental de las personas. Luria concluyó que “los cambios sociohistóricos no sólo introducen nuevos contenidos en el mundo mental de los seres humanos, sino que también crean nuevas formas de actividad y nuevas estructuras del funcionamiento cognoscitivo”, haciendo avanzar la conciencia humana hacia nuevos niveles.

Aprender un lenguaje es una forma de aprender el mundo, la realidad social, sea que esta realidad esté configurada en parte por el lenguaje mismo, sea que realidad social y lenguaje vayan de la mano. Aprender un lenguaje es, así, aprender a enfrentar un mundo, es aprender a actuar en una determinada realidad y frente a los imperativos concretos que nos impone cada situación histórica. (P. 142). El individuo se vuelve persona social en gran parte mediante el aprendizaje de un lenguaje. Cada lenguaje es portador de significaciones compartidas por una comunidad y quizá compartidas en forma distinta por cada grupo social. (P. 142)

2.13 NUEVAS FORMAS DE COMUNICACIÓN

Las redes sociales, aparte de integrar mecanismos de comunicación tradicionales (utilizando los mecanismos definidos por el usuario, tales como su dirección de email),

han incluido mecanismos alternativos de comunicación. Dentro de estos mecanismos alternativos podemos distinguir:

Definición del estado del usuario: uno de los mecanismos más habituales de comunicación en las redes sociales es a través del “estado” definido por el usuario. Su estado permite inducir nuevas comunicaciones, principalmente basadas en el muro o a través de la mensajería interna de la red social. Este tipo de mensajes se suelen ver bien en los datos del contacto en la agenda del usuario, o en el muro de la página principal y cada usuario podrá visualizar las actualizaciones del estado de todos sus amigos. **Mensajes en el muro:** Este tipo de mensajes se escriben en el muro público del perfil del usuario de la red. Normalmente, este tipo de mensajes pueden ser vistos por todos los usuarios que tengan una conexión directa con el propietario del muro.

- ✓ **Mensajería interna:** Permite el intercambio de mensajes privados entre 2 usuarios, evitando que otros usuarios puedan conocer el contenido de la comunicación.
- ✓ **Mensajería grupal:** Una de las características más utilizadas en las redes sociales son los grupos de interés. Estos grupos de interés permiten unir a usuarios con aficiones y objetivos comunes. Dentro de estos grupos de interés, aparte de facilitar el conocimiento de usuarios, existe un mecanismo para los moderadores del grupo de mensajería grupal que permite enviar mensajes a todos los miembros.
- ✓ **Blogs:** donde el usuario publica temas de interés y los comparte con otros usuarios de la red. Además, las redes sociales, con el objetivo de hacer más fácil el acceso de los usuarios han diseñado portales móviles y mecanismos de notificación de eventos/mensajes, permitiendo a los usuarios acceder y ser notificado en tiempo real.

2.14 INTERNET REEMPLAZA LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL PRESENCIAL O CARA A CARA.

Everett y Rice (2005), explican que el internet suprime la calidad que el discurso hablado tiene por sí mismo, investigadores de los años noventa aseguraban que la televisión era el me más perjudicial para las personas, las relaciones sociales y por ende la comunicación, refiriéndose únicamente a los países en vías de desarrollo pero se tomaba el resto de tecnología como un medio de simplificar y mejorar la comunicación en sentido de eliminar límites dentro del ambiente laboral para mejorar a nivel material también se pensó que internet contribuiría a agilizar negocios tanto como comunicaciones, entonces se le dio tanta importancia a los aspectos positivos que no se tomó en cuenta hasta que nivel podría llegar a afectar realmente las vías en las que los individuos están realizando sus contactos mayormente escritos, es pertinente mencionar que se puede dividir la participación que se tienen en el medio de internet como uno individual y otro social, el primero es referente a lo que una persona puede generar beneficios así como gastos, generalmente los individuos interrelacionan sus haberes monetarios como tiempo y dedicación en la constante búsqueda de hacerse acreedores de más y más beneficios que internet presenta, ya sea con la finalidad de generar un placer desde una perspectiva de recreación o para generar ingresos monetarios.

Desde un punto de vista grupal se puede enfocar en una interacción organizada para brindarle accesibilidad a personas concretas que pueden crear beneficios adicionales como la participación cívica que afecta de forma positiva o negativa ya que existen ciudadanos más informados y activos, teniendo un efecto en la política como tal, en general la participación grupal lo que causa en resumen es un mayor conocimiento de diferentes situaciones y por la misma razón los individuos se involucran más a una u otra actividad.

Dentro de la interacción social o relaciones interpersonales se toma en cuenta el hecho de intercambiar información entre individuos y entre grupos. La comunicación por medio del internet no responde directamente a los objetivos de los diferentes grupos sociales, ya que se utiliza mayormente para exponer criterios propios al igual que los intereses o incluso los talentos que se poseen, esta expresión puede ser moldeada al interés y

conveniencia de los individuos que lo utilizan para que se tome en cuenta desde aspectos sencillos como lo son un tipo, color o tamaño de letra hasta fotografías que se intercambian, sin mencionar la información por supuesto.

Finalmente hay ciertos aspectos claros en los que se considera que el internet ha remplazado la comunicación cara a cara, y es que al presentar este sistema una forma más rápida y con mayor amplitud de llegar a distintos lugares, se prefiere utilizar este medio en lugar de viajar, por ejemplo, pero es necesario recordar que este tipo de comunicación no solo es impersonal sino que también puede llegar a destruir culturas de países subdesarrollados, donde se implementen un sinnúmero de aspectos distorsionados de otras culturas que pueden llegar a ser muy impresionantes o llamativos pero nocivos para los aspectos culturales, así mismo que muchas veces presenta un tipo de explotación de las personas y al momento de llegar a tomar esto como un vicio entonces es notable la reducción de participación de los individuos en diferentes actividades comunitarias, crea un aislamiento y como se mencionó anteriormente en muchos casos adicción, puede causar ciber acoso, entre muchos otros aspectos.

2. 15 ESCRITURA Y DEFORMACIÓN DEL LENGUAJE EN REDES SOCIALES Y OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

A todos nos ha pasado que tenemos que escribir un texto, queremos contar una historia o compartir información importante y no hay espacio suficiente para ahondar en detalles. El mensaje tiene que ser breve y concreto; además, dado nuestro ritmo tan acelerado de vida, el tiempo ya tampoco es suficiente para pasar toda la información completa. ¿Qué hacemos entonces? Tratamos de sintetizar el mensaje lo más que se pueda, y eso incluye no sólo el fondo, sino también la forma, es decir, cómo mandamos el mensaje para que éste sea más corto. Esto lo vemos en palabras abreviadas e incluso el cambio de la ortografía para poner dos o tres palabras con unas cuantas letras. Esta situación cada vez se hace más frecuente debido al uso e incremento exponencial de las redes sociales, que limitan el número de caracteres para plasmar nuestros pensamientos, historias o información relevante. Esto ha llevado a una inminente deformación del lenguaje escrito.

Dicha deformación no se limita a las redes sociales; de hecho, éstas no la provocaron. Este fenómeno inició con los mensajes de texto SMS, que en 150 caracteres aprox. (que incluyen signos de puntuación y espacios) obligaban a reducir la información sin perder el núcleo del mensaje. Esto nos fue llevando a poner mensajes sin mucho sentido y casi en tono de telegrama; poco a poco se volvió una costumbre y se expandió a otros medios. Luego siguió el correo electrónico, que aunque tiene espacio ilimitado de texto, siguió con esa tendencia de reducir los mensajes a su mínima expresión para gastar el menor tiempo y energía posibles en transmitir la información que era motivo de dicho correo. Además, entró en escena otro fenómeno (hablando en este caso de México): la influencia constante que recibimos de nuestros vecinos del norte. Con la llegada del Internet, también nos volvimos susceptibles a recibir la influencia del lenguaje escrito en inglés, esto es, palabras sin acentos, un solo signo de admiración o interrogación, etc., y lo aplicamos a nuestros mensajes escritos diarios (mensajes SMS, correos electrónicos, chat, redes sociales, etc.). Por último, la tendencia fue más allá y se trasladó al chat, donde, aunque de igual manera hay espacio ilimitado para pasar información, también aplicamos la deformación del lenguaje al manejarlo incompleto e incorrecto.

A continuación pondremos algunos ejemplos de dicha deformación:

Abreviaciones: Lo primero a lo que recurrimos para reducir un mensaje es abreviar las palabras, a fin de que no pierda sentido lo que queremos transmitir. Dichas abreviaciones pueden ser en una misma palabra, esto es, reducirla a su mínima expresión, es decir, una letra. El ejemplo más común es “que”, la cual reducida queda como “q” o incluso “k”. Otro ejemplo es la palabra “porque” que queda “pq” o “pk”, “también”, que queda “tmb”, “verdad” que queda “vdd”, “aproximadamente” que queda “aprox.”, etc. Otro tipo de abreviación es de una frase que se reduce a unas cuantas letras, siendo el ejemplo más claro “te quiero mucho” que ya casi todo mundo usa como “tqm”. En lenguaje más familiar y amistoso, etc.

Cambios de ortografía y puntuación: Esta situación ha crecido de forma exponencial, sobre todo en la generación de jóvenes que a partir de los 12 o 13 años ya usan teléfonos celulares, Internet y todo lo que eso conlleva. Esto debe prender focos de alarma, ya que

de seguir así, esta tendencia afectará el aspecto educativo significativamente, pues los estudiantes aplicarán este lenguaje deformado a todos los campos de su vida y no aprenderán a seguir reglas para escribir correctamente, y más adelante será mucho más complicado corregir este problema. Los cambios de ortografía más importantes son los siguientes: palabras sin acentos, omisión de signos de puntuación (comas, puntos, signos de admiración e interrogación) que muchas veces hacen que el mensaje pierda sentido.

CAPITULO III.

SISTEMA DE HIPOTESIS.

➤ **Hipótesis de trabajo.**

Las redes sociales modifican estilos de comunicación y el nivel de atención en las relaciones interpersonales en Estudiantes de Bachillerato Opción General del Instituto Nacional 14 de julio de 1875 de San Francisco Gotera durante los meses de febrero a agosto del año 2016.

➤ **Hipótesis Nula.**

Las redes sociales no modifican estilos de comunicación y el nivel de atención en las relaciones interpersonales en Estudiantes de Bachillerato Opción General del Instituto Nacional 14 de julio de 1875 de San Francisco Gotera durante los meses de febrero a agosto del año 2016.

➤ **Hipótesis Alternativa.**

Las redes sociales modifican formas de expresión en los Estudiantes de Bachillerato Opción General del Instituto Nacional 14 de julio de 1875 de San Francisco Gotera durante los meses de febrero a agosto del año 2016.

3.1 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores.
<p>VI: Redes sociales Son un medios de comunicación social que se centra en establecer un contacto con otras personas por medio de Internet</p>	<p>VI: Redes Sociales Son aquellas plataformas digitales que nos permiten interactuar y comunicarnos con los demás de forma masiva.</p>	<ul style="list-style-type: none"> o Facebook o WhatsApp o Instagram o Twitter 	<ul style="list-style-type: none"> -Tiempo dedicado a redes. -Actualización de información. -Dependencia -Mayor gratificación en RS
<p>VD: Relaciones interpersonales Las relaciones interpersonales son asociaciones entre dos o más personas. Estas asociaciones pueden basarse en emociones y sentimientos, como el amor y el gusto artístico, el interés por los negocios y por las actividades sociales, las interacciones y formas colaborativas en el hogar, entre otras.</p>	<p>VD: Relaciones interpersonales es el contacto que establecemos con las demás personas, las cuales pueden estar asociadas por consanguinidad, afecto, amistad, compañerismo, intereses en común, etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> o Amigos o Familia o Compañeros o Noviazgo o Escuela o Grupos religiosos 	<ul style="list-style-type: none"> -Estilos de comunicación. -Tiempo de calidad en familia. -Tiempo con amigos -Atención prestada al entorno. - Mayor gratificación en RI

CAPITULO IV.

DISEÑO METODOLOGICO.

4.1 TIPO DE ESTUDIO:

Descriptivo: con frecuencia la meta del investigador consiste en describir fenómenos situaciones, contextos y eventos, esto es, detallar como son y se manifiestan. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Danhke, 1989). Es decir, miden, evalúan y recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno investigado. En este estudio se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así (valga la redundancia) describir lo que se investiga.

La hipótesis se demuestra con resultados descriptivos y generalizados, utilizando para su investigación grandes grupos poblacionales. Su objetivo principal es resolver las hipótesis y teorías generadas por algún fenómeno.

4.2 EL MÉTODO: que se utilizó para la investigación es el método cuantitativo ya que: El objeto de estudio es externo al sujeto que lo investiga tratando de lograr la máxima objetividad.

Intenta identificar leyes generales referidas a grupos de sujeto o hechos. Sus instrumentos suelen recoger datos cuantitativos los cuales también incluyen la medición sistemática; durante el proceso de investigación se implementara una encuesta que recolecte datos sobre las redes sociales más utilizadas por la población que se estudiara, posteriormente elaborara un instrumento para recoger datos que mida el impacto que tienen las redes sociales en él la interacción de los jóvenes con quienes están a su alrededor, por lo que primeramente se realizara una prueba piloto para saber si el instrumento se entiende, si mide lo que pretende medir y posterior a ello se aplicara a la muestra de estudio

Midiendo el impacto a través de asignar valores a las respuestas, las cuales serían diseñadas de manera cerrada facilitando la recolección, análisis y representación gráfica de datos. Empleándose el análisis estadístico como característica resaltante y buscando la aprobación de la hipótesis de investigación.

4.3 UNIVERSO: es el Instituto Nacional 14 de julio de 1875 de San Francisco Gotera que cuenta con 1,259 estudiantes que incluye los bachilleratos: técnicos contables, agronomía, técnico asistente administrativo, bachilleratos generales: opción Ingles e informática, logística y aduana, bachillerato industrial.

4.4 POBLACIÓN: son los estudiantes de bachillerato general: opción General Ingles e Informática tomando en cuenta los primeros y segundos años siendo un total de 394 estudiantes; en los cuales 229 son de sexo femenino y 165 del sexo masculino.

4.5 TIPO DE MUESTRA: Estratificada en donde la población se divide en segmentos y se selecciona una muestra para cada segmento.

4.6 TIPO DE MUESTREO: Muestreo no probabilístico este consiste en que un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación.

4.7 MUESTRA: La Muestra consta de 193 estudiantes, ya que se considera una cantidad representativa respecto al tamaño de la población. De los cuales se seleccionaran de la siguiente manera.

Bachillerato	Población	Muestra
1 General Informática "A"	50	24
1 General Informática "B"	50	24
1 General Ingles "C"	50	25
1 General Ingles "D"	47	23
2 General Informática "A"	47	23
2 General Informática "B"	50	25
2 General Ingles "C"	50	25
2 General Ingles "D"	50	24
Total	394	193

Para ello se aplicó la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 pqN}{(N-1) E^2 + Z^2 pq}$$

N= Total de población.

P=probabilidad de participar en el estudio.

Q= probabilidad de no participar en el estudio

E= error permitido en las partes de trabajo de campo

Z= valor estándar en la distribución normal

Sustituyendo:

Z= 1.96 → confianza de 95%

N= 394

E= 0.05

P= 0.5

Q= 0.5

$$n = \frac{(1.96)^2 0.05 * 0.5 * 394}{(394-1) 0.05^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} \quad \mathbf{n= 193 \text{ Tamaño Gral. de la muestra}}$$

$$1 \text{ GInf. A} = \frac{50}{394} (193) \rightarrow \mathbf{1 \text{ GInf. A} = 24}$$

$$1 \text{ GInf. B} = \frac{50}{394} (193) \rightarrow \mathbf{1 \text{ GInf. B} = 24}$$

$$1 \text{ GIng. C} = \frac{50}{394} (193) \rightarrow \mathbf{1 \text{ GIng. C} = 25}$$

$$1 \text{ GIng. D} = \frac{47}{394} (193) \rightarrow \mathbf{1 \text{ GIng. D} = 23}$$

$$2 \text{ GInf. A} = \frac{47}{394} (193) \rightarrow \mathbf{2 \text{ GInf. A} = 23}$$

2 GInf. B= 50 (193) —→ 2 GInf. B= 25
394

2 GIng. C = 50 (193) —→ 2 GIng. C = 25
394

2 GIng. D = 50 (193) —→ 2 GIng. D = 24
394

Criterios de inclusión:

- ✓ Que posean teléfonos inteligentes.
- ✓ Jóvenes que oscilen entre las edades de 15 a 20 años.
- ✓ Que estén activos en una red social.
- ✓ Que estudie en el Instituto Nacional 14 de Julio de 1875.
- ✓ Que sean de la opción informática e inglés de los años 1° y 2° de bachillerato.

Criterios de exclusión:

- ✓ Que no posean un teléfono inteligente.
- ✓ Jóvenes menores de 15 años.
- ✓ Jóvenes mayores de 20 años.
- ✓ Que no posean redes sociales,
- ✓ Que no sea parte del instituto Nacional 14 de Julio de 1875.

4.8 TECNICA DE ENCUESTA:

Esta consiste en la formulación de preguntas por parte del investigador y de emisión de respuestas por parte de las personas investigadas, mediante éstas se trata de obtener información sobre las opiniones, aptitudes, interés, motivaciones, intenciones, deseos o conductas personales que responden sobre un tema o hecho concreto.

4.9 INSTRUMENTO.

El Cuestionario fue elaborado por las investigadoras, con el objetivo de explorar el impacto de las redes en la calidad de las relaciones interpersonales, está conformado por 28 ítems, de la pregunta 1 a la 10 son de subrayar y exploran distintos ámbitos del uso de redes. A partir de la pregunta número 11 a la 28 el sujeto seleccionaba una opción de poco a mucho y en un rango del 1 al a10; siendo del 1 al 5 el que menos les afectaba y del 6 al 10 el que les afectaba mucho, cada uno de los sujetos optaba dependiendo de cómo percibían que les afectaba la situación .

4.10 PROCEDIMIENTO

Se decidió tomar como población a los estudiantes del Instituto Nacional 14 de julio de 1875 de San Francisco Gotera, Morazán debido a la accesibilidad de las investigadoras y a la disponibilidad por parte de la institución ya que amablemente accedieron a nuestra petición para realizar el estudio. Se acordaron las fechas tentativas en las que se visitaría la institución y se realizaría la aplicación del instrumento.

Anterior de la aplicación de la prueba en la población real, se aplicó una prueba piloto, buscando una población con características similares a la real eligiendo a las opciones de bachillerato General del Instituto Nacional de Osicala, lo que sirvió para conocer ciertas deficiencias del instrumento y algunos puntos a mejorar en él.

Habiendo revisado y modificado el instrumento se procedió a aplicarlo en la muestra real. Para sacar la muestra se utilizó una formula estadística la cual nos ayudó a determinar

el número de estudiantes seleccionados por cada sección y los resultados que se obtuvieron de la investigación fueron tabulados por medio del programa SPSS.

Lo anterior nos permitió realizar la discusión de los datos obtenidos, contrastándolos con la teoría consultada, a su vez elaborar las conclusiones y recomendaciones de este estudio.

CAPITULO V.

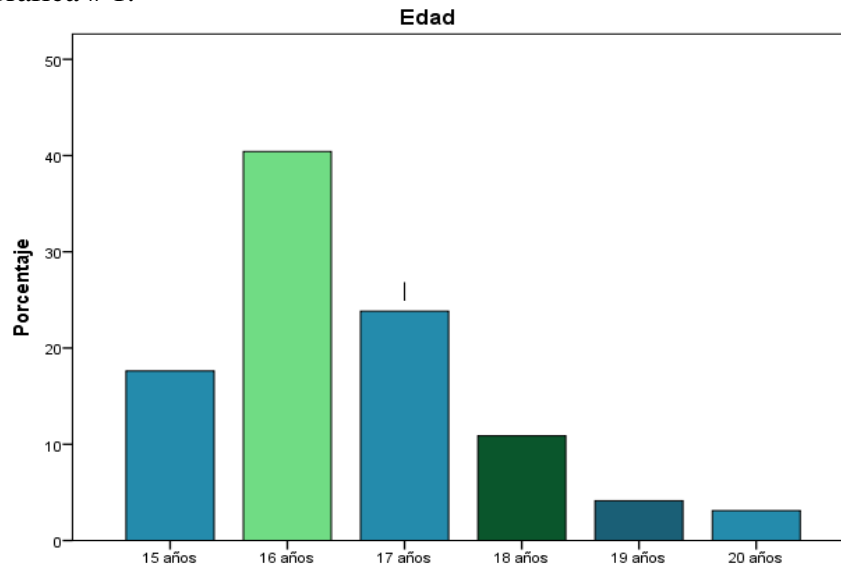
5. PRESENTACION DE RESULTADOS.

5.1 TABULACION, ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.

Tabla n. 1 Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
15 años	34	17.6%
16 años	78	40.4
17 años	46	23.8
18 años	21	10.9
19 años	8	4.1
20 años	6	3.1
Total	193	100.0

Gráfica # 1.

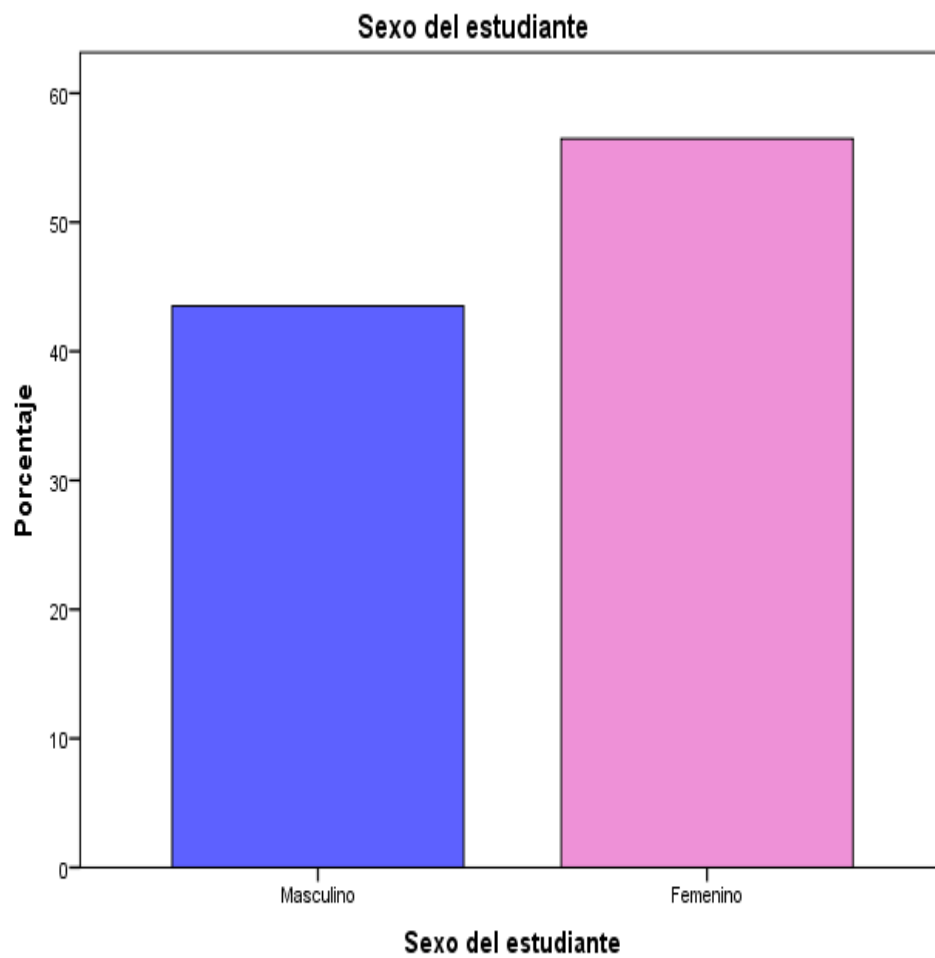


Descripción: podemos observar que la edad predomina es la de 16 años con una frecuencia de 78 estudiantes, seguido por 17 años con una frecuencia de 46 estudiantes; luego la edad de 15 años con 34; en el rango de 18 años se encuentran 21 estudiantes; en la edad de 19 se encuentran 8 estudiantes y por ultimo 6 estudiantes cuentan con 20 años.

Tabla n..2 Sexo.

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	84	43.5
Femenino	109	56.5
Total	193	100.0

Gráfica # 2.

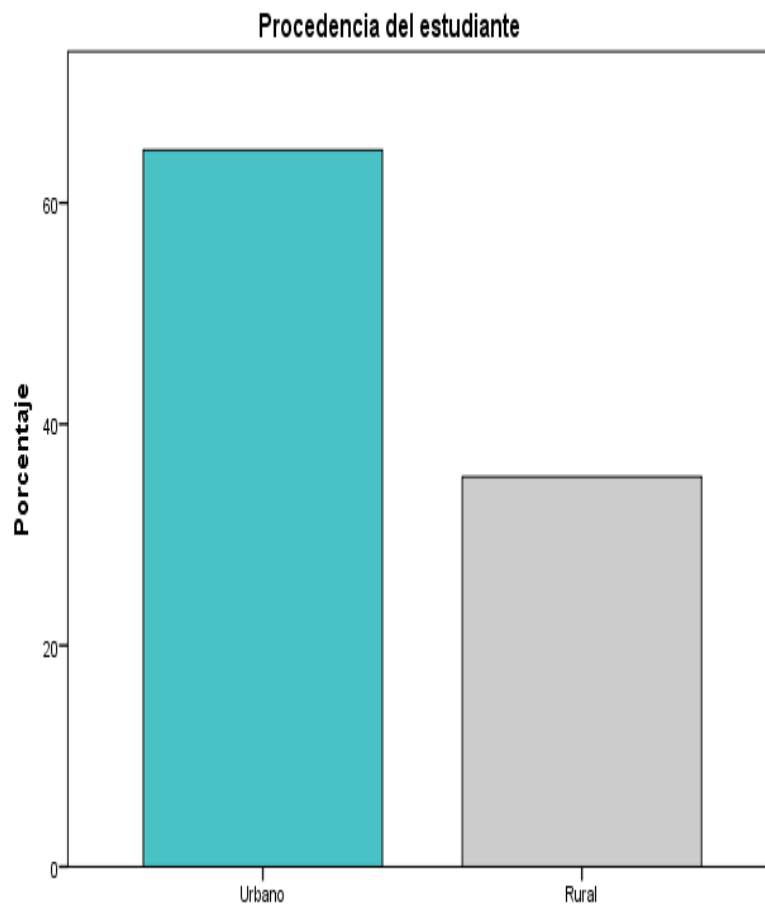


Descripción: en el sexo el femenino tiene representatividad mayor contando con una frecuencia de 109 estudiantes (56.5%) y el sexo masculino con una frecuencia de 84 estudiantes (43.5%)

Tabla n. 3 Procedencia.

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Urbano	125	64.8
Rural	68	35.2
Total	193	100.0

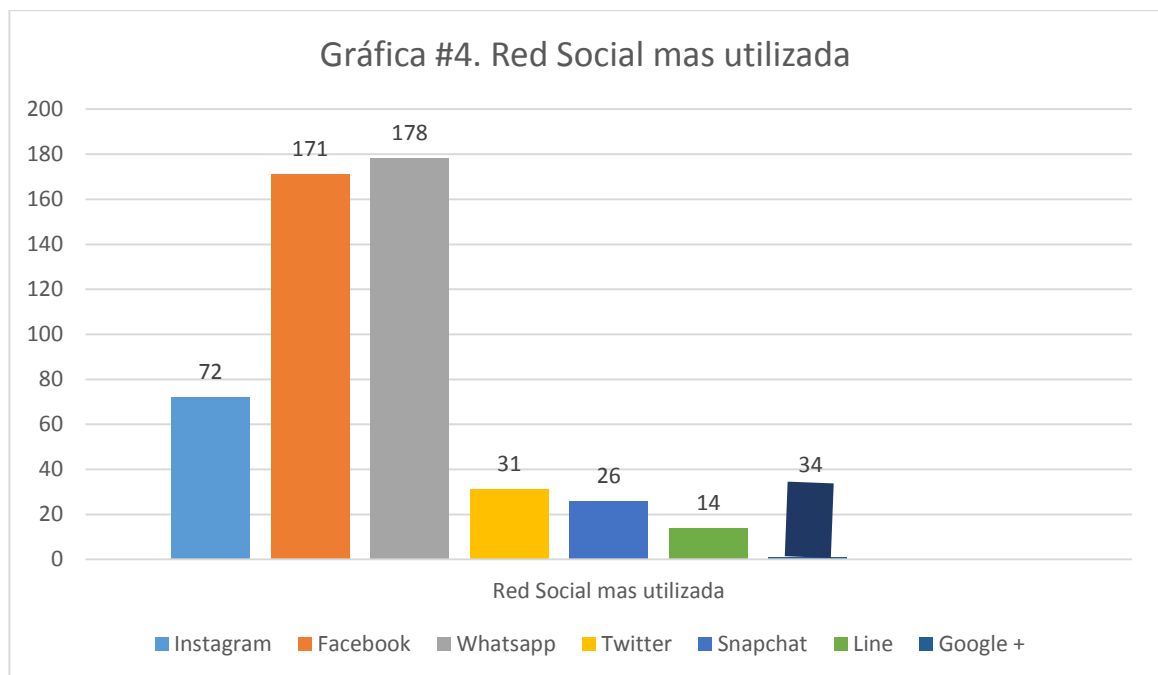
Gráfica # 3.



Descripción: la mayoría de los estudiantes que participaron en la investigación son de procedencia urbano con una frecuencia de 125 (64.8 %), mientras que el 68 (35.2%) de la población menciona que era del área rural.

Tabla 4. Ítem “¿Indica cuáles son las redes sociales que más utilizas?”*

Red social más utilizada.	Frecuencia	Porcentaje
Instagram	72	37.3
Facebook	171	88.6
Whatsapp	178	92.2
Twitter	31	16.0
Snapchat	26	13.5
Line	14	7.3
Google +	34	17.6
Total	193*	100%*



*De esta pregunta se presentan dos tablas y gráficas, ya que se usó para medir cual es la red más utilizada y cuantas redes son usadas por cada uno de los jóvenes

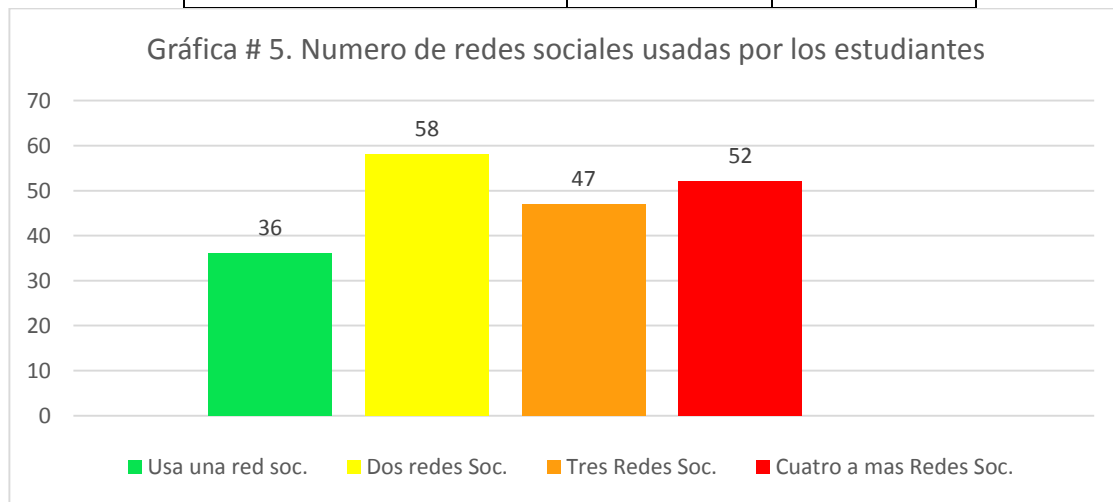
**La pregunta estaba diseñada para que eligieran más de una opción, ya que seleccionaban todas las respuestas en las utilizaran.

Descripción: En esta Gráfica se puede observar que de los 193 jóvenes participantes en el estudio 178 de ellos utilizan Whatsapp, siendo esta la más utilizada ya que es una herramienta poco compleja que brinda la facilidad de compartir fotografías, audios,

videos, contactos, hacer grupos con personas de su elección, etcétera; la segunda más utilizada es Facebook usada por 171 de los jóvenes en el estudio esta brinda la facilidad de usarse tanto desde el teléfono como desde la computadora y una red social bastante completa ya que permite jugar, crear grupos, chatear, publicar estados, fotografías, estado de ánimo (opción: “me siento:”), lugares visitados, personas con las que se ha estado, entre otras cosas; seguido en tercer lugar por Instagram la cual es una red que apunta más a compartir y editar fotografías o videos de corta duración; luego Google + con 34 usuarios entre los entrevistados, esta es una red social creada por Google en la cual inicialmente solo se podía acceder a través de una invitación de un usuario registrado en esa red, pero actualmente accesible a todos aquellos con correo Gmail, el cual es necesario para la utilización de un teléfono inteligente con Android, pero no muy utilizada a pesar del alto número de usuarios que la poseen; en quinto lugar esta Twitter con una frecuencia de 31 jóvenes usándola, esta tiende a ser más dirigido a compartir estados los cuales deben ser limitados a 140 caracteres por lo cual su uso no es muy común; Snapchat se encuentra en el lugar sexto con solo 26 usuarios, siendo la red que se encuentra dándose a conocer y creciendo poco a poco ya que permite que la información o fotografías publicadas desaparezca de la red después de un tiempo e innova con la creación de filtros para fotografías y videos; y Line es la menos utilizada con solo 14 de los jóvenes en estudio usándola.

Tabla n.5. Item “¿Indica cuáles son las redes sociales que más utilizas?”

Numero de redes sociales.	Frecuencia	Porcentaje
Una red social	36	18.7
Dos redes sociales	58	30.1
Tres redes sociales	47	24.4
Cuatro o más redes sociales	52	26.9
Total	193	100

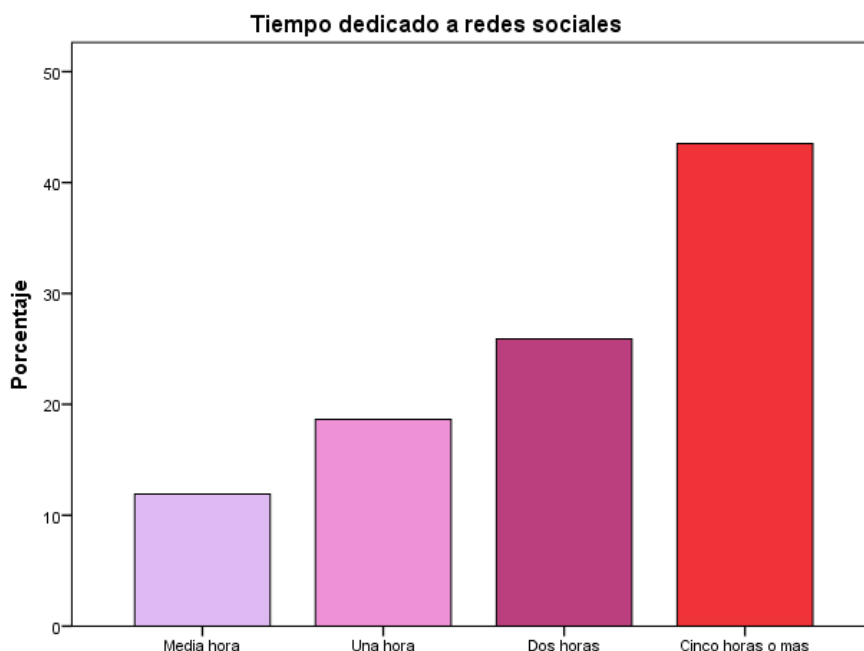


Descripción: esta Gráfica nos permite observar que 36 jóvenes solo seleccionaron una red social con un porcentaje equivalente a 18.7% lo cual podría deberse a que los jóvenes se inclinan a la más popular o la que sus amigos utilizan; Dos redes sociales tiene un dato de 58 y con un porcentaje de 30.1% siendo la que más incidencia tiene se podría atribuir a que en algunas redes sociales no ofrecen los mismos beneficios o ya sea por la facilidad con la que se pueden comunicar con sus familiares y amigos, sino tienen acceso a alguna, fácilmente se pueden recurrir a otra red en la cual si este en línea la persona con la que quieren conversar; tres redes sociales en las cuales la frecuencia es de 47 jóvenes con un 24.4%, para tener más acceso a diferentes noticias o utilidades ya sea para edición de fotografías o realizar una llamada sin tener costo alguno, así como también cuando se poseen más redes poder compartir diferente contenido ya que en algunos es más privado o solo por cierto tiempo podemos ver fotografías o videos subidos a dicha red; y por ultimo Cuatro o más redes sociales con la frecuencia de 52 y 26.9% lo que podría deberse a la diversidad de redes que existen y los jóvenes quieren tener una cuenta en cada una de ellas, por moda o porque en verdad las utilizan y tienen aspectos interesantes los cuales tienen beneficios en la rapidez de comunicación.

Tabla n. 6. Item “Cuanto tiempo dedicas a las redes Sociales”

Tiempo dedicado a las redes Sociales	Frecuencia	Porcentaje
Media hora	23	11.9
Una hora	36	18.7
Dos horas	50	25.9
Cinco horas o mas	84	43.5
Total	193	100.0

Gráfica # 6.

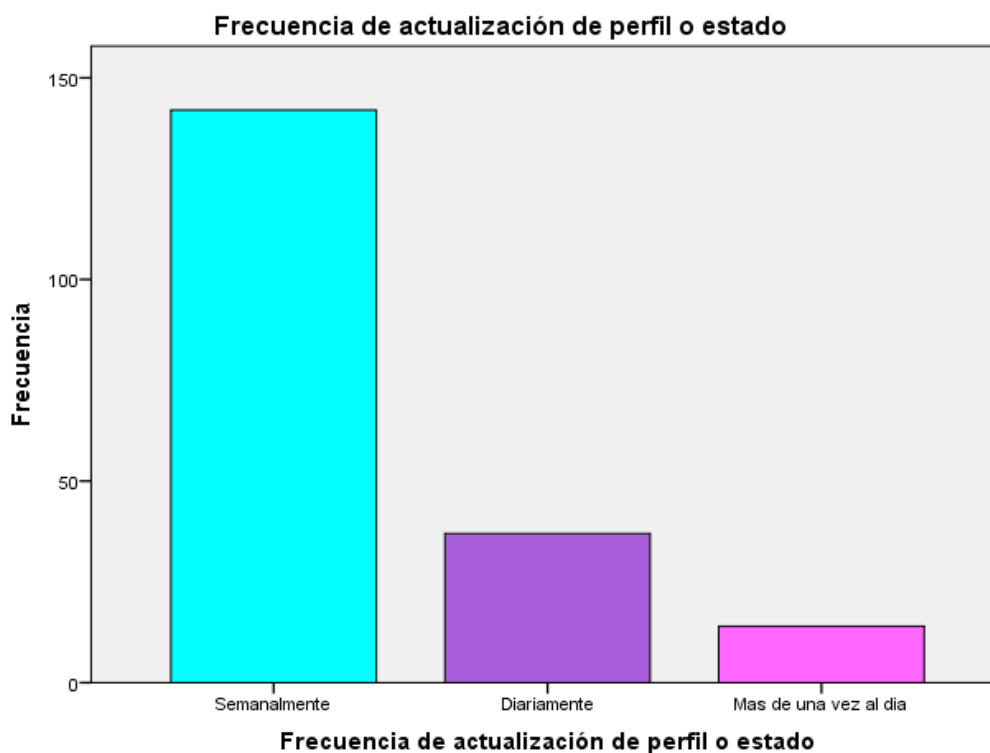


Descripción Cualitativa: en esta Gráfica podemos observar que 84 estudiantes manifestaron pasan cinco o mas horas de su dia en redes sociales lo que es un indicador importante de que dejan de lado sus actividades normales remplazándolas por actividades relacionadas con el mundo virtual; seguido por dos horas con una frecuencia de 50 estudiantes el cual también es una cantidad de tiempo considerable invertido en las redes; luego una hora con una frecuencia de 36 estudiantes lo cual es un tiempo aceptable pues sus actividades cotidianas no se ven tan afectadas por ello; finalmente 23 estudiantes expresan pasar un aproximado de media hora en sus redes sociales por lo que no son muy dependientes a redes sociales.

Tabla n. 7 Item “Qué tan seguido actualizas tu información/ foto de perfil/ estado?”

Actualización de perfil o estado	Frecuencia	Porcentaje
Semanalmente	142	73.6
Diariamente	37	19.2
Más de una vez al día	14	7.3
Total	193	100.0

Gráfica #7.

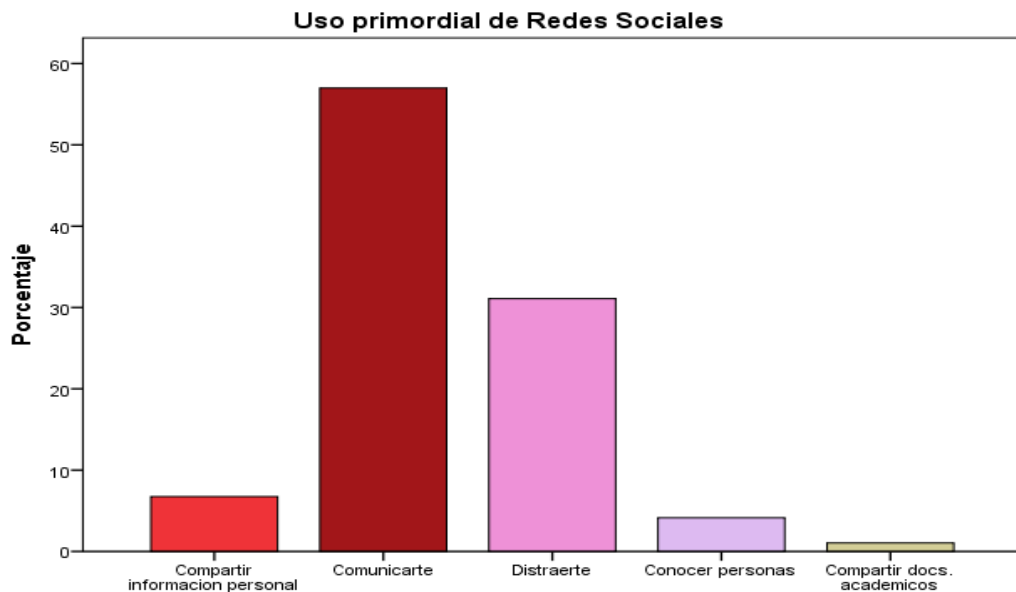


Descripción: la actualización que realizan los jóvenes de su información de perfil se puede observar que semanalmente con una frecuencia significativa de 142 jóvenes optaron por la opción de semanalmente; 37 jóvenes expresan hacerlo de forma diaria y 14 de ellos expresan modificar su fotografía de perfil más de una vez al día.

Tabla n.8. Ítem “¿Para qué utilizas principalmente las redes sociales?”

Uso primordial de las redes	Frecuencia	Porcentaje
Compartir información personal	13	6.7
Comunicarte	110	57.0
Distraerte	60	31.1
Conocer personas	8	4.1
Compartir docs. Académicos	2	1.0
Total	193	100.0

Gráfica #8.

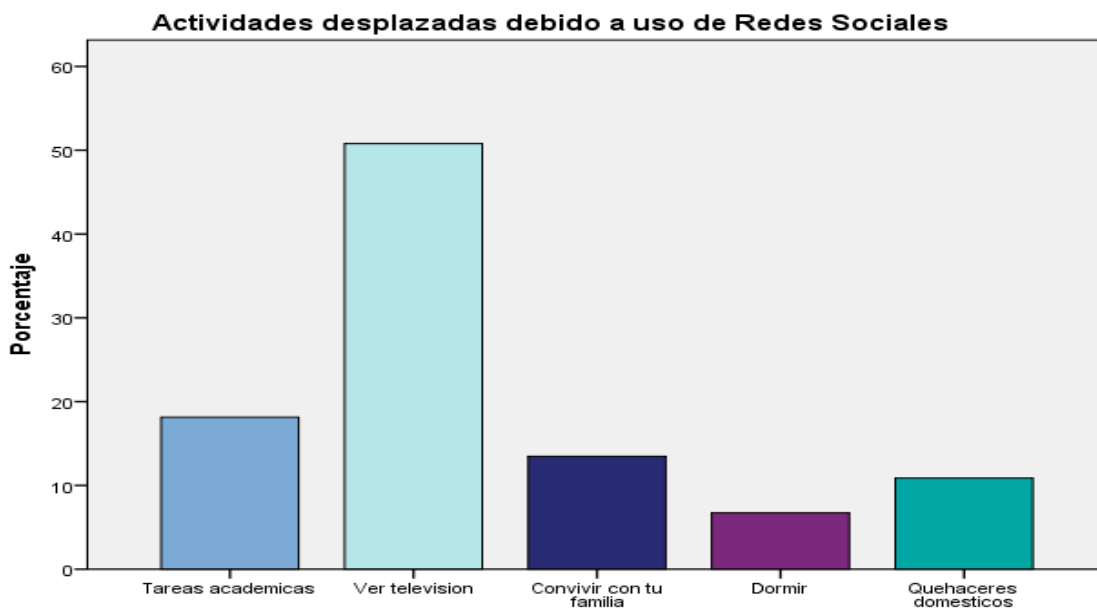


Descripción: 2 estudiantes optaron por la opción de compartir documentos académicos por las redes sociales ya que algunas de ellas tienen esta facilidad; 8 estudiantes eligieron que las usan para conocer personas ya que estas permiten el poder ampliar la red de amistades ya sea por sugerencias de la misma red social o amigos en común; 13 jóvenes mencionaron que compartir información personal, como los lugares que salen sus actividades o los estados de ánimos que puedan tener; 60 eligieron la opción Distraerte para deshacerse del aburrimiento ya que se puede jugar o ver contenido que sea de interés; 110 lo usan principalmente para comunicarse ya que por este medio se tiene la facilidad de hablar con las personas que puedan estar lejos de nosotros así como también la rapidez en la que se tiene respuesta por parte de las demás personas.

Tabla n. 9. Ítem “Actividades desplazadas debido a uso de Redes Sociales”

Actividades desplazadas debido a uso de R. S.	Frecuencia	Porcentaje
Tareas académicas	35	18.1
Ver televisión	98	50.8
Convivir con tu familia	26	13.5
Dormir	13	6.7
Quehaceres domésticos	21	10.9
Total	193	100.0

Gráfica # 9.

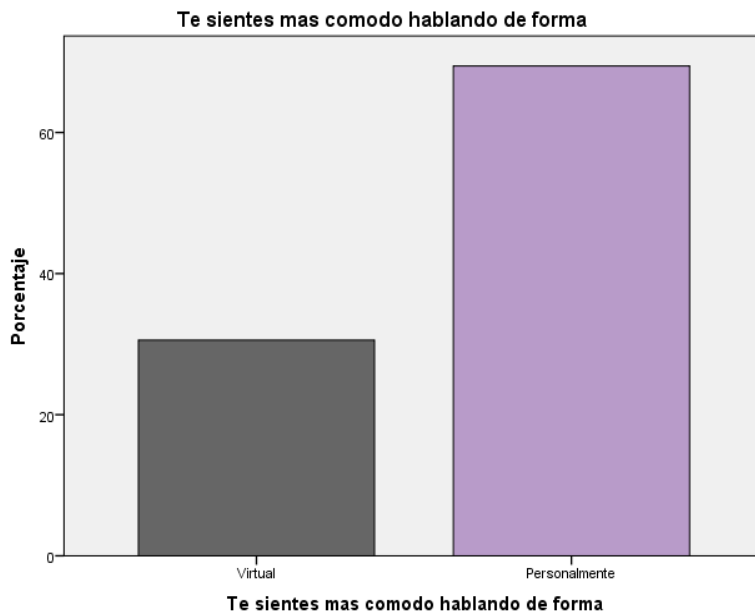


Descripción: actividades que se desplazan por el uso de las redes como la opción de Dormir tiene una frecuencia de 13 jóvenes, podría ser por el estar pendiente de las notificaciones o textos; 21 con la opción de quehaceres Domésticos seguramente crea conflictos en el hogar ya que los padres se pueden molestar por dejar de lado esas tareas; 26 Convivir con tu familia podría ser por el tiempo que se pasa sumergido en las diferentes redes sociales; 35 tareas académicas con esto se puede dar que los jóvenes posterguen las tareas o cuando se deciden a realizarlas no lo hacen con el mismo nivel de concentración; 98 el ver Televisión, ya que estas redes sociales que usan para ver diferentes videos o leer noticias.

Tabla n.10. Ítem. “Te sientes más cómodo hablando de forma”

Te sientes más cómodo hablando de forma	Frecuencia	Porcentaje
Virtual	59	30.6
Personalmente	134	69.4
Total	193	100.0

Gráfica # 10

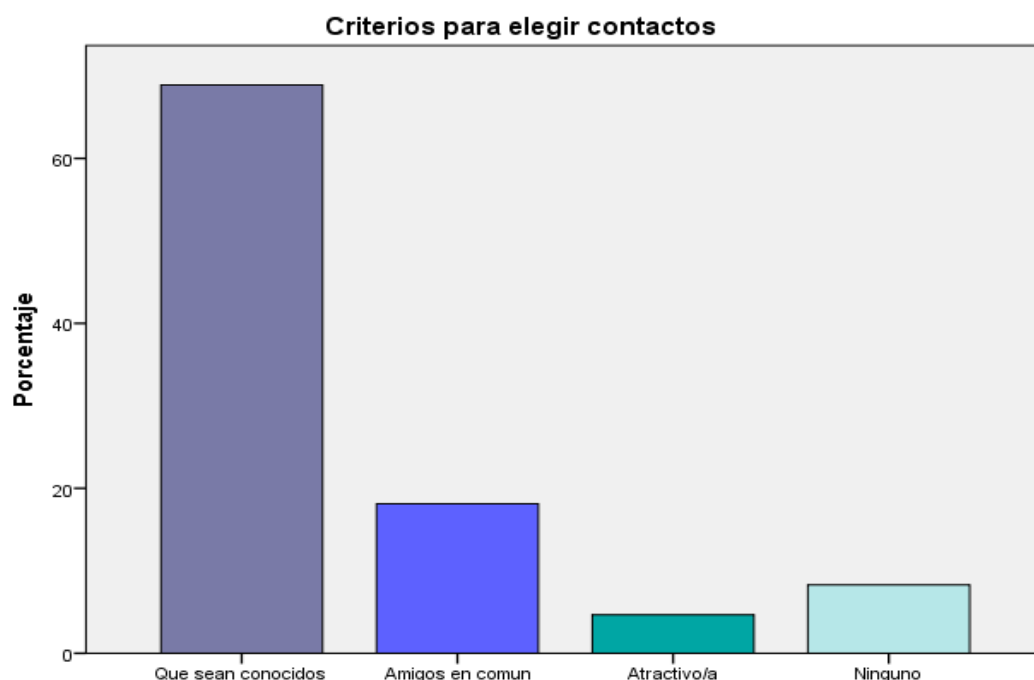


Descripción: Como se puede observar un numero de 134 estudiantes expresan sentirse más cómodos hablando de manera personal porque es de manera más fluido, directo se está conviviendo con el interlocutor y hay más claridad en la conversación; mientras que un numero de 59 estudiantes expresa sentirse más cómodos al comunicarse de forma virtual esto pudiendo deberse a que les da mayor seguridad y resulta más practico ya que lo hacen desde la comodidad del lugar en el que prefieran estar, les permite ser más extrovertidos sintiendo mayor libertad de expresar lo que quieren.

Tabla n.11. Item “Criterios para elegir contactos”

Criterios para elegir contactos	Frecuencia	Porcentaje
Que sean conocidos	133	68.9
Amigos en común	35	18.1
Atractivo/a	9	4.7
Ninguno	16	8.3
Total	193	100.0

Gráfica # 11

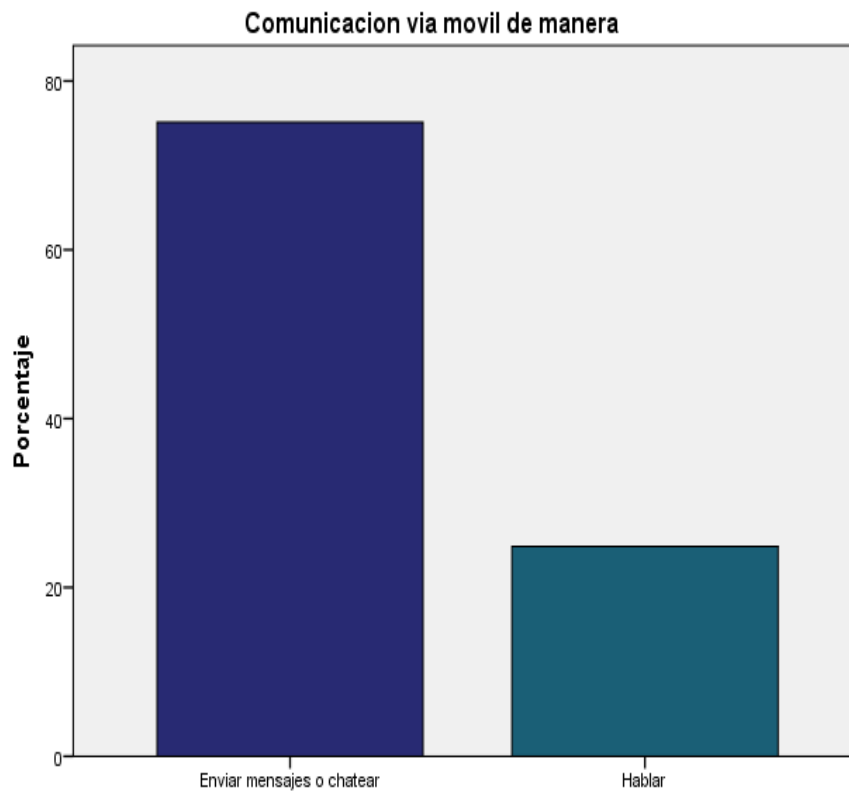


Descripción: en esta tabla se representan los criterios que se utilizan para elegir los contactos; la primera opción consta de 133 jóvenes que responden a que sean conocidos, esto puede ser porque los jóvenes se sienten más cómodos con personas que de verdad conocen y no solo por las redes sociales; 35 estudiantes seleccionaron la opción de Amigos en común, debido a que quieren expandir su red de amigos; 9 jóvenes seleccionaron la opción Atractivo, por la posibilidad de una relación afectuosa aunque no se conozca a la persona confirmada como amigo/a; la opción Ninguno tiene una frecuencia de 16 jóvenes esto podría ser porque ellos no tienen un estándar para elegir amigos en las redes sociales.

Tabla n.12. Item “Comunicación vía móvil de manera”

Comunicación vía móvil de manera	Frecuencia	Porcentaje
Enviar mensajes o chatear	145	75.1
Hablar	48	24.9
Total	193	100.0

Gráfica # 12

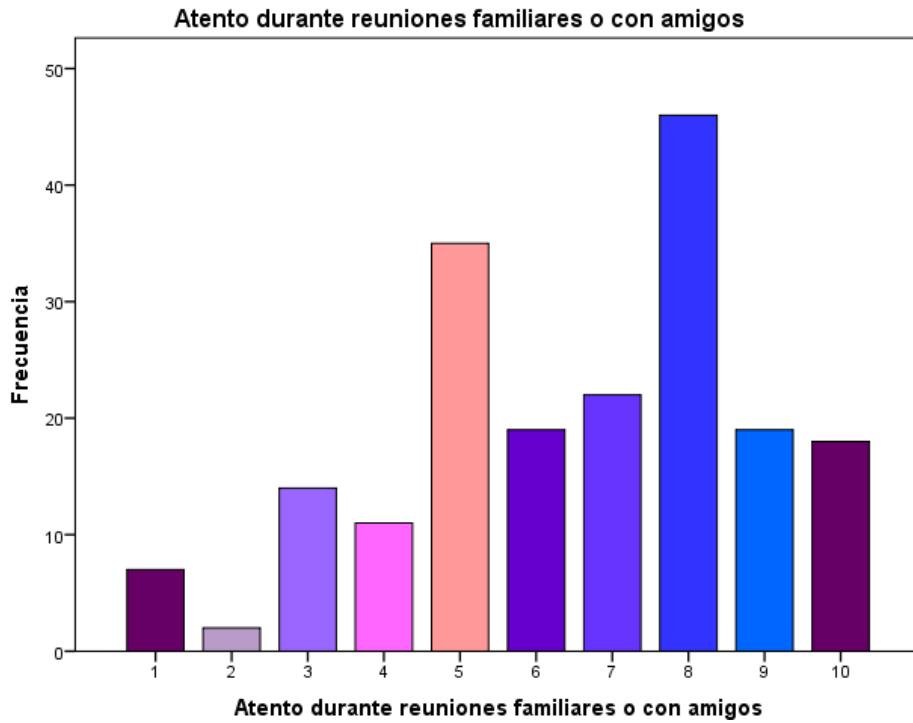


Descripción: como se observa tanto en la tabla como en la gráfica en su mayoría respondieron que prefieren (Enviar mensajes o Chatear) con una frecuencia de 145, debido a que se sienten más cómodo hablando de forma virtual que de manera directa y se les facilita expresar sus ideas, comunicarse de manera más trivial y hablar de temas más cotidianos y de forma más relajada; y 48 jóvenes respondieron que prefieren hablar, es decir, una llamada telefónica y podría ser por las dificultades al tener acceso a internet.

Tabla n. 13 Item “Me mantengo atento/a durante reuniones familiares o con amigos cuando estoy conectado a las redes”

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	1	7	3.6
	2	2	1.0
	3	14	7.3
	4	11	5.7
	5	35	18.1
	6	19	9.8
	7	22	11.4
	8	46	23.8
	9	19	9.8
	10	18	9.3
	Total	193	100.0

Gráfica# 13

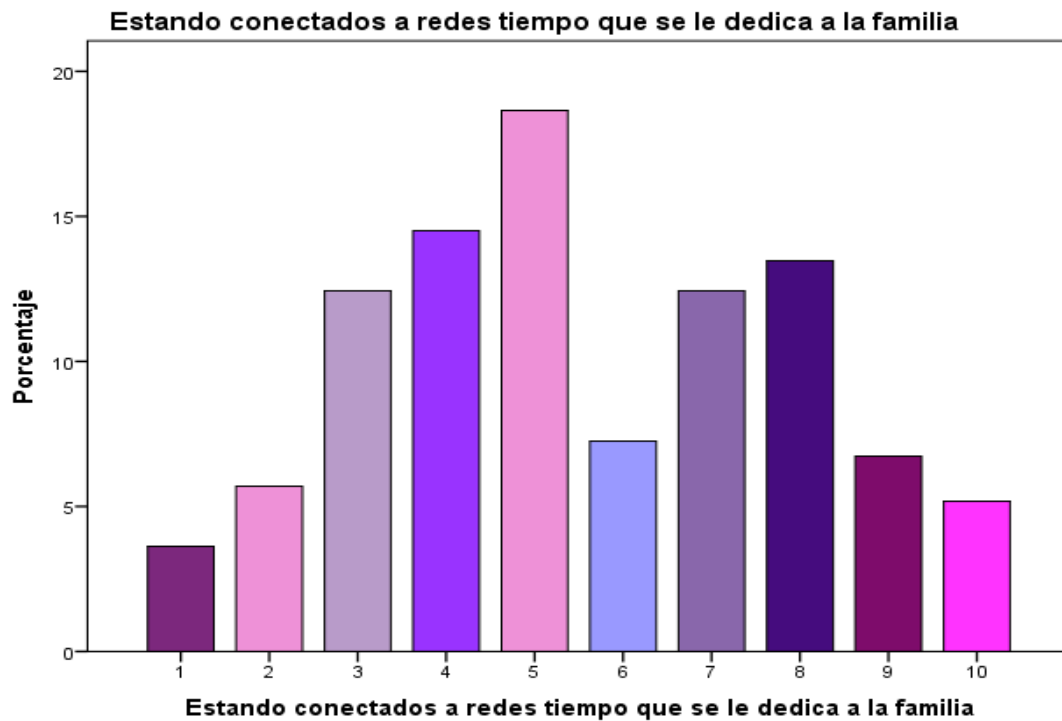


Descripción: En la tabla y Gráfica se puede apreciar cómo el nivel de atención de los jóvenes se ve afectada el 69 menciona que poco les afecta las redes sociales con el porcentaje de 35.7 % que en pocas ocasiones se distaren estando en compañía de sus familiares y amigos debido a que si les tomas mayor importancia a las relaciones cercanas y estas tener recuerdos gratos y fortalecer lazos entre los miembros de la familia y amigos; 124 jóvenes respondieron que les afecta mucho el hecho de estar conectados a su red social y así pierden la sintonía con sus familiares o amigos por el miedo a perderse algo en las redes sociales o no saber las ultimas noticias sobre algunos temas de interés que pueden estar presentes en las redes sociales lo cual hace un porcentaje de 64.1 %.

Tabla n. 14 Ítem “Estando conectados a redes tiempo que se le dedica a la familia”

Estando conectados a redes tiempo que se le dedica a la familia	Frecuencia	Porcentaje
1	7	3.6
2	11	5.7
3	24	12.4
4	28	14.5
5	36	18.7
6	14	7.3
7	24	12.4
8	26	13.5
9	13	6.7
10	10	5.2
Total	193	100.0

Gráfica # 14.

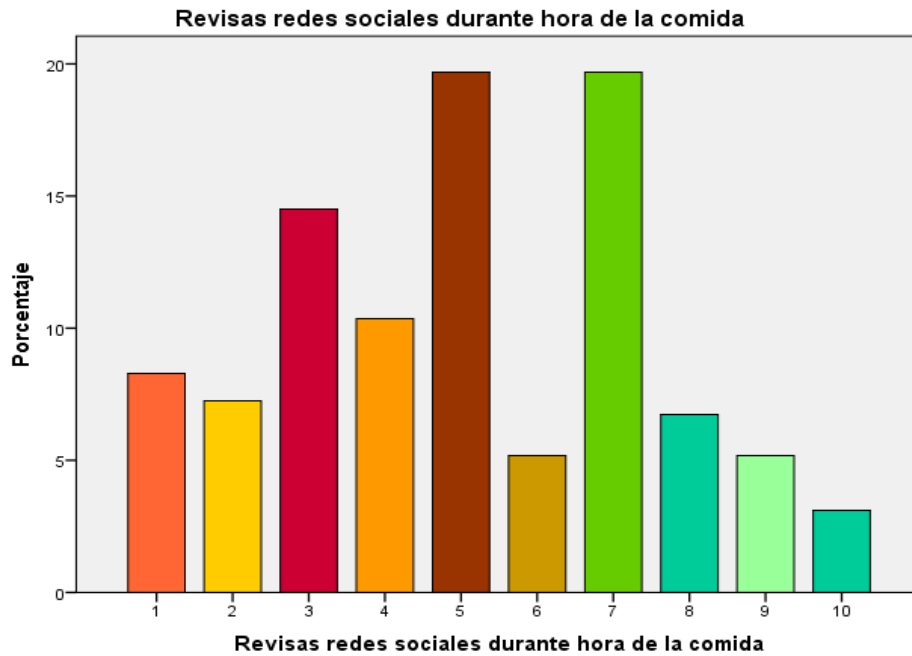


Descripción: en la presente Gráfica se da a conocer los resultados del tiempo que le dedican los jóvenes a sus familiares estando conectados a sus redes sociales, en el cual contestaron en la escala hacen un total de 106 jóvenes que no le dedican tiempo a su familia por estar atentos de lo que sucede en sus redes lo cual hace que la comunicación se desgaste y se ve reflejado en la convivencia diaria; en la escala del 6 al 10 (Mucho) hacen un total de 87 estudiantes que si les importan las relaciones directas con sus familiares y tienen una buena comunicación y esto va relacionado con la anterior interrogante donde evalúa la atención que se le brinda a los amigos y familiares.

Tabla n. 15. Ítem “Revisas redes sociales durante hora de la comida”

Revisas redes sociales durante hora de la comida	Frecuencia	Porcentaje
1	16	8.3
2	14	7.3
3	28	14.5
4	20	10.4
5	38	19.7
6	10	5.2
7	38	19.7
8	13	6.7
9	10	5.2
10	6	3.1
Total	193	100.0

Gráfica # 15.

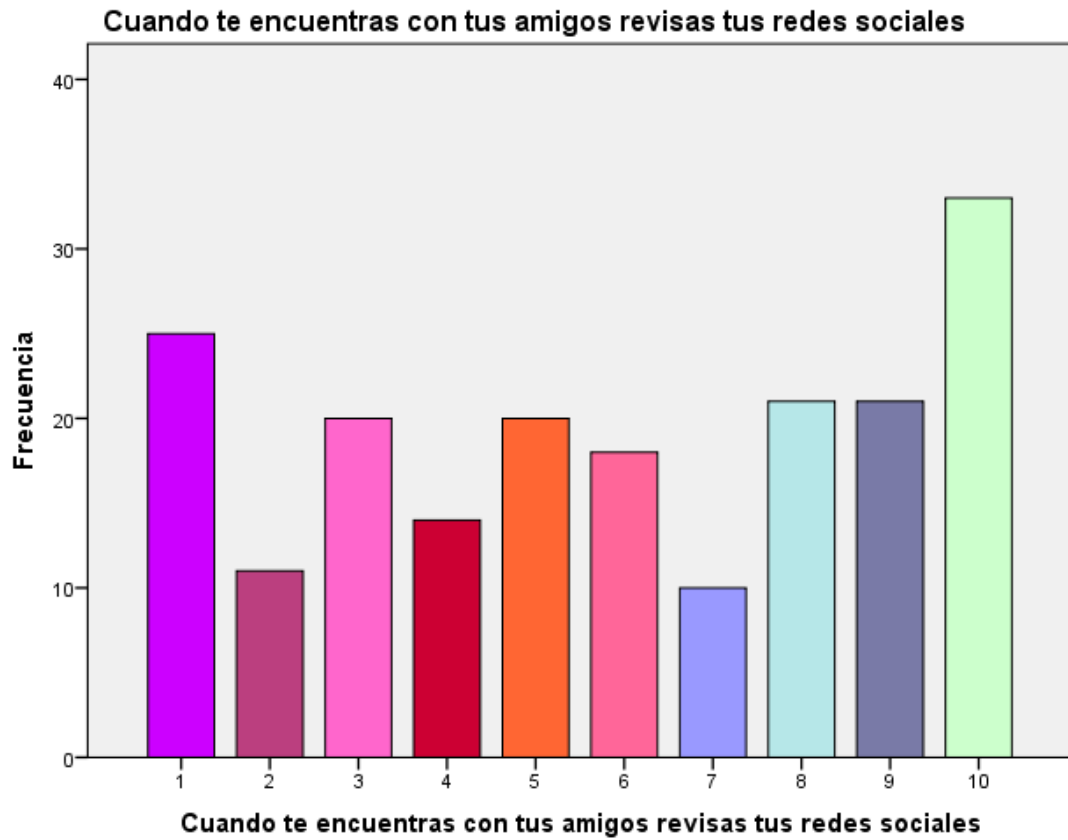


Descripción: se puede observar que la mayoría se encuentra en los niveles de poco a moderado con una frecuencia de 116 equivalente al 60.2% por lo que se puede deducir que el nivel de distracción durante las horas de comida no es tan grande para la mayoría aunque el hecho de revisar el teléfono ya implica una modificación de la conducta; una frecuencia 77 equivalente a un 39.8% y está entre los niveles de moderado a mucho estos jóvenes si tienden a distraerse mayormente a la hora de la comida y no se concentran en la actividad que están realizando en ese momento.

Tabla n. 16. Ítem “Cuando te encuentras con tus amigos revisas tus redes sociales”

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
1	25	13.0
2	11	5.7
3	20	10.4
4	14	7.3
5	20	10.4
6	18	9.3
7	10	5.2
8	21	10.9
9	21	10.9
10	33	17.1
Total	193	100.0

Gráfica # 16.

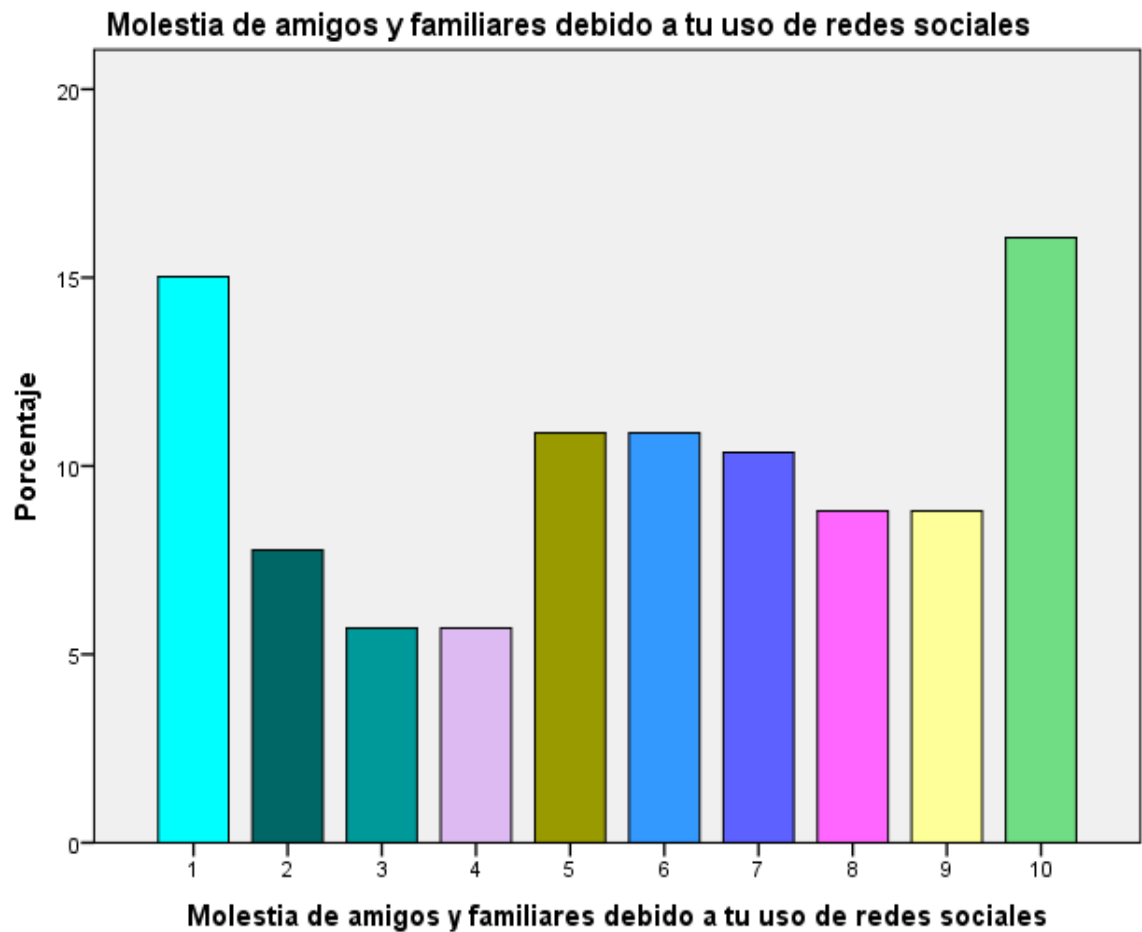


Descripción: en esta tabla y Gráfica se refiere cuando se encuentran con sus amigos revisan las redes sociales un total de 90 y con un porcentaje de 46.8 que pocas veces revisan sus redes sociales estando con sus amistades por el hecho que se pierde la continuidad de la conversación y no se puede dar una respuesta adecuada; mientras que el 103 de los jóvenes con un 53.2 por ciento de los estudiantes mencionaron que si revisan sus redes estando en compañía de sus amigos, ya que algunos de estos les gusta estar pendientes del mensaje que puedan tener o de las notificaciones que tendrán en sus perfiles.

Tabla 17. Ítem “Molestia de amigos y familiares debido a tu uso de redes sociales”

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Válido 1	50	25.9
2	15	7.8
3	9	4.7
4	11	5.7
5	18	9.3
6	16	8.3
7	12	6.2
8	14	7.3
9	17	8.8
10	31	16.1
Total	193	100.0

Gráfica n. 17.

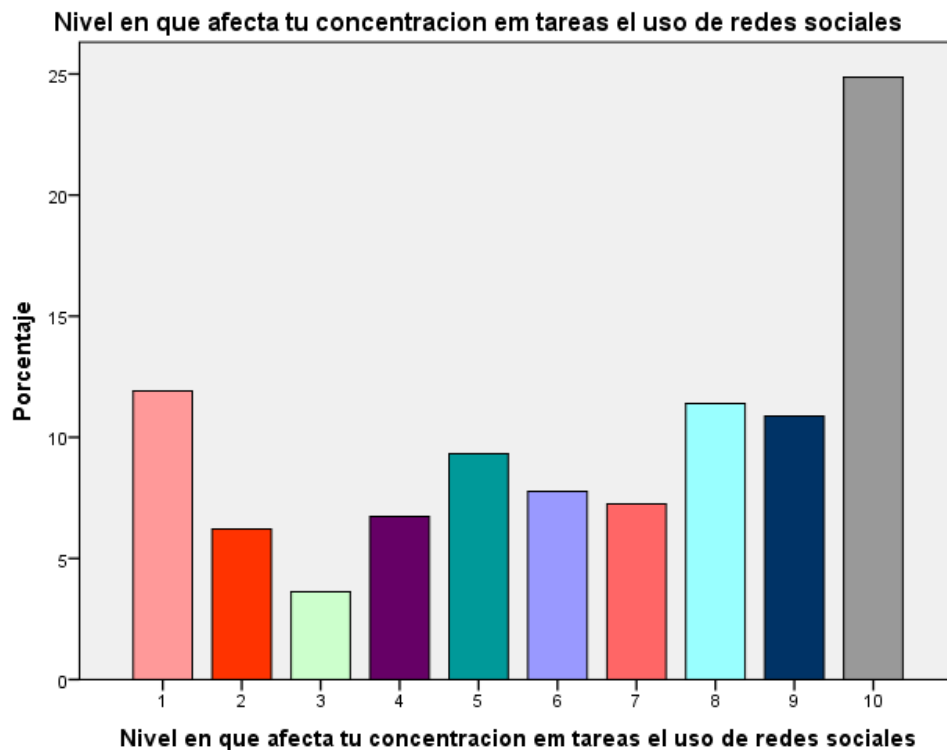


Descripción: esta tabla y Gráfica se puede observar la molestia de los familiares y amigos debido al uso de las redes sociales por parte de los jóvenes y entre los niveles de poco a moderado con una frecuencia de 87 y el porcentaje de 45.1% por cual si presenta una molestia para la familia y amigos, es decir que estos si están pendientes de lo que ocurre a su alrededor pero una parte de estos no lo hace por lo cual se ve reflejado en las molestias que causan; mientras que el resto de los estudiantes están entre los niveles de moderado a mucho con una frecuencia de 107 y con un 55% lo que indica que estos estudiantes cuando están con sus familiares o amigos no prestan atención ya sea a las conversaciones o momentos compartidos.

Tabla n. 18. Ítem “Nivel en que afecta tu concentración en tareas el uso de redes sociales”

Nivel en que afecta tu concentración en tareas	Frecuencia	Porcentaje
1	23	11.9
2	12	6.2
3	7	3.6
4	13	6.7
5	18	9.3
6	15	7.8
7	14	7.3
8	22	11.4
9	21	10.9
10	48	24.9
Total	193	100.0

Gráfica # 18.

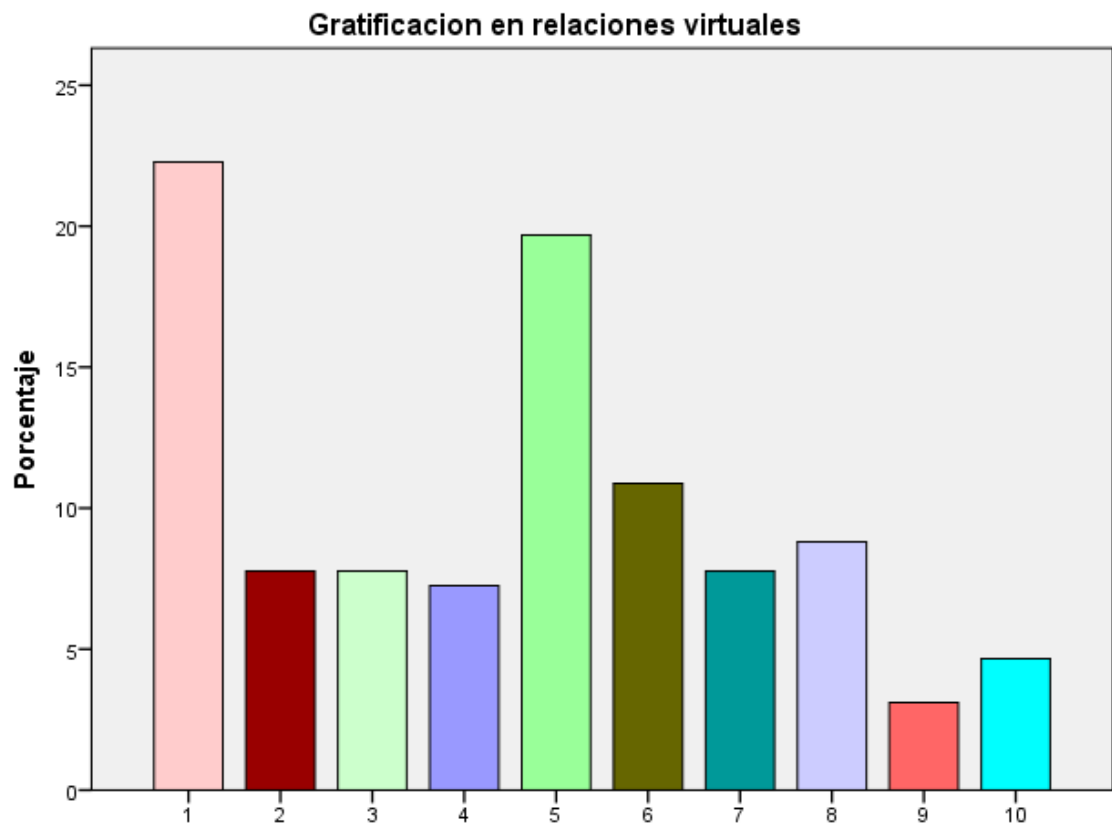


Descripción: en esta tabla y Gráfica se muestra el nivel que afecta la concentración de los jóvenes en las tareas académicas, una frecuencia de 73 jóvenes que les afecta poco en la concentración en sus tareas escolares y un porcentaje de 37.7%; mientras una frecuencia de 120 jóvenes equivalente al 62.3% expresan que las redes sociales si afecta en la concentración de sus tareas académicas.

Tabla n. 19. Ítem. “Gratificación en relaciones virtuales”

Gratificación en relaciones virtuales	Frecuencia	Porcentaje
1	43	22.3
2	15	7.8
3	15	7.8
4	14	7.3
5	38	19.7
6	21	10.9
7	15	7.8
8	17	8.8
9	6	3.1
10	9	4.7
Total	193	100

Gráfica # 19.

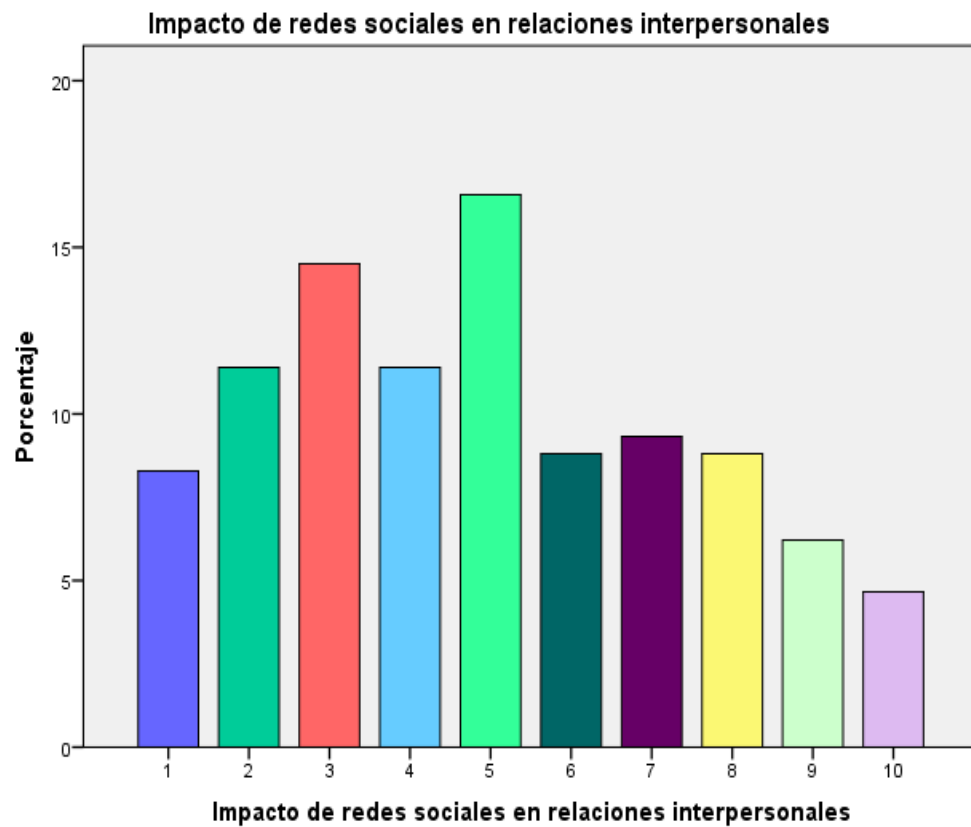


Descripción: en esta tabla y Gráfica se presenta el nivel de gratificación en relaciones establecidas de forma virtual en la que la mayoría de jóvenes expresan que reciben poca gratificación de las relaciones virtuales ya que una frecuencia de 125 de ellos así lo expreso lo que equivale a un porcentaje del 64.9% por lo que se deduce que a pesar de la invasión de las redes sociales y las sustitución de las relaciones humanas directas por las virtuales no obtienen gran gratificación de ellas, lo que resulta curioso puesto que le dedican gran parte de su tiempo a estas pero aun así no les satisfacen estas relaciones por lo que resultan un poco superficiales; mientras una frecuencia de 68 estudiantes que es el 35.1% expresa que la gratificación que encuentran en relaciones virtuales es mucha pudiendo deberse a que se sienten más confiados al estar protegidos tras una computadora o teléfono inteligente además que la personalidad que crean y basada en su yo ideal.

Tabla n. 20. Ítem “¿Cómo consideras las redes sociales en tus relaciones interpersonales”

Favorabilidad de redes sociales en relaciones interpersonales	Frecuencia	Porcentaje
1	16	8.3
2	22	11.4
3	28	14.5
4	22	11.4
5	32	16.6
6	17	8.8
7	18	9.3
8	17	8.8
9	12	6.2
10	9	4.7
Total	193	100.0

Gráfica # 20

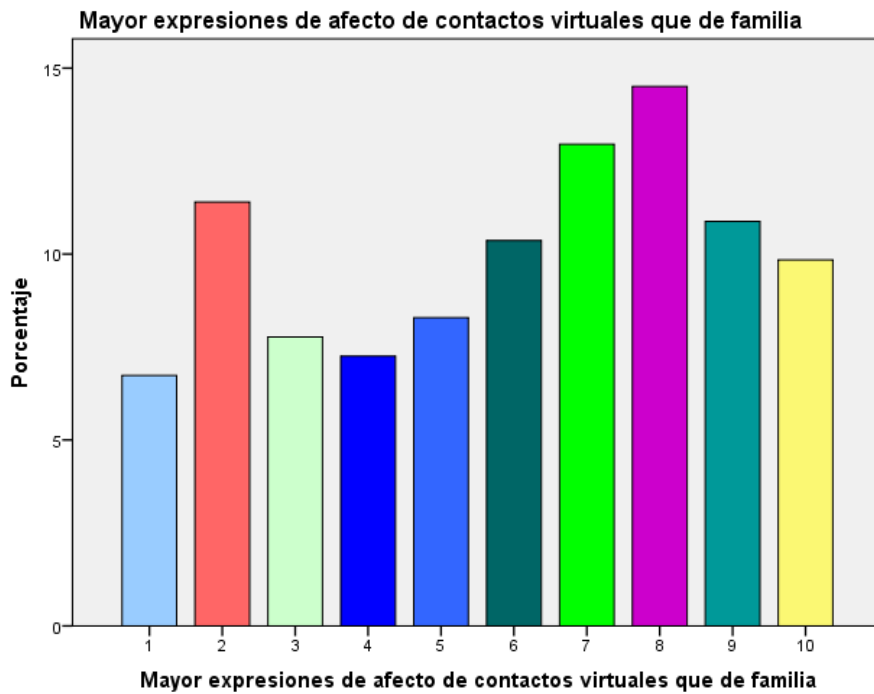


Descripción: En esta tabla y Gráfica se puede observar que tan favorable los jóvenes consideran el uso de redes sociales en sus relaciones interpersonales donde una gran mayoría considera estas como poco favorables puesto que la frecuencia fue de 120 estudiantes es decir el 62.2% quienes están conscientes del que el uso de redes sociales no estimula la calidad de relaciones interpersonales, mientras un numero de 73 jóvenes (37.8%) piensa que son favorables en sus relaciones interpersonales.

Tabla n. 21. Ítem “¿Recibes más expresiones de afecto y cariño de tus contactos en redes sociales que de tu familia?”

Mayor expresiones de afecto de contactos virtuales que de familia	Frecuencia	Porcentaje
1	13	6.7
2	22	11.4
3	15	7.8
4	14	7.3
5	16	8.3
6	20	10.4
7	25	13.0
8	28	14.5
9	21	10.9
10	19	9.8
Total	193	100.0

Gráfica # 21

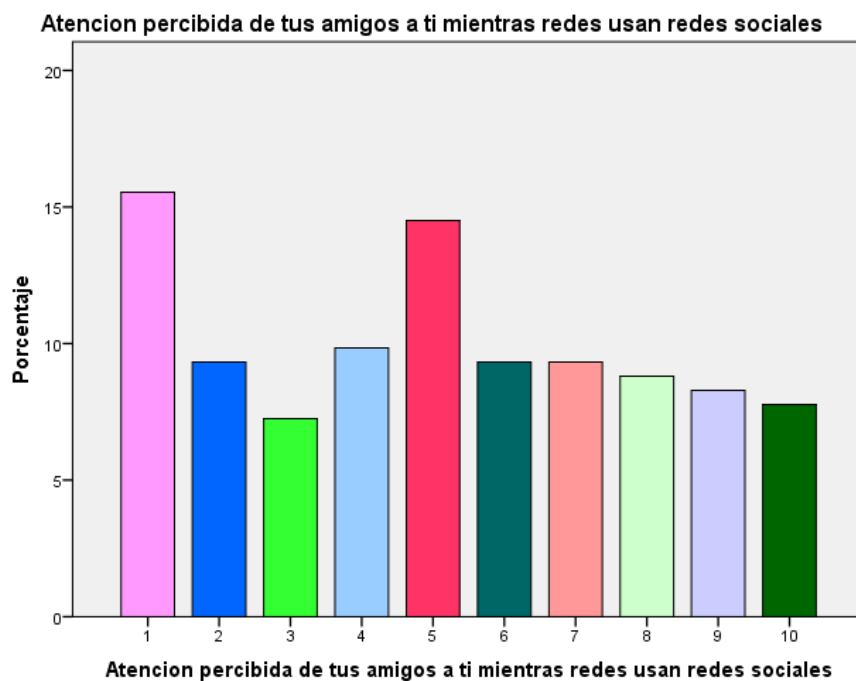


En la presente tabla y Gráfica se observa que 80 jóvenes expresa recibir poco afecto de contactos en comparación al de su familia es decir el 41.5%; mientras que 113 jóvenes o el 58.6% consideran reciben de un nivel intermedio a mucho afecto de sus contactos virtuales en comparación al recibido por su familia lo que explicaría porque prefieren pasar la mayoría de su tiempo dedicado a redes y sus contactos en estas en lugar de a su núcleo familiar ya que se sienten más apreciados en el mundo virtual que en el real.

Tabla n. 22. Ítem “Consideras que tus amigos te prestan poco atención por revisar sus redes sociales.”

Atención percibida de tus amigos a ti mientras redes usan redes sociales	Frecuencia	Porcentaje
1	30	15.5
2	18	9.3
3	14	7.3
4	19	9.8
5	28	14.5
6	18	9.3
7	18	9.3
8	17	8.8
9	16	8.3
10	15	7.8
Total	193	100

Gráfica # 22.

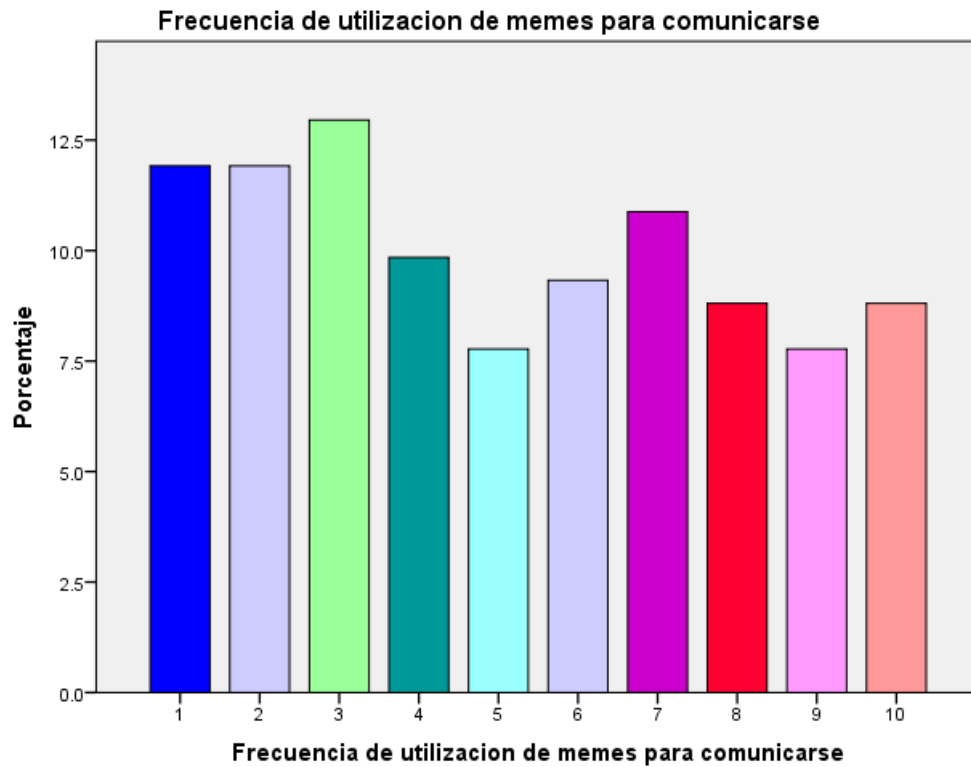


Descripción: se puede observar que 109 jóvenes o un 56.4% expresan percibir poca atención hacia ellos por parte de su grupo de amigos por estar pendiente de sus redes sociales por lo que la mayoría es consciente de los efectos que tiene el estar pendiente de redes sociales en el nivel de atención por parte de quienes están con ellos mientras una frecuencia de 84 equivalente al 43.6% jóvenes expresa percibir mucha atención por parte de sus amigos hacia ellos a pesar de estar en redes sociales.

Tabla n. 23. Ítem “Utilizas imágenes (memes) para expresarte”

Frecuencia de utilización de memes para comunicarse	Frecuencia	Porcentaje
1	23	11.9
2	23	11.9
3	25	13.0
4	19	9.8
5	15	7.8
6	18	9.3
7	21	10.9
8	17	8.8
9	15	7.8
10	17	8.8
Total	193	100.0

Gráfica # 23.

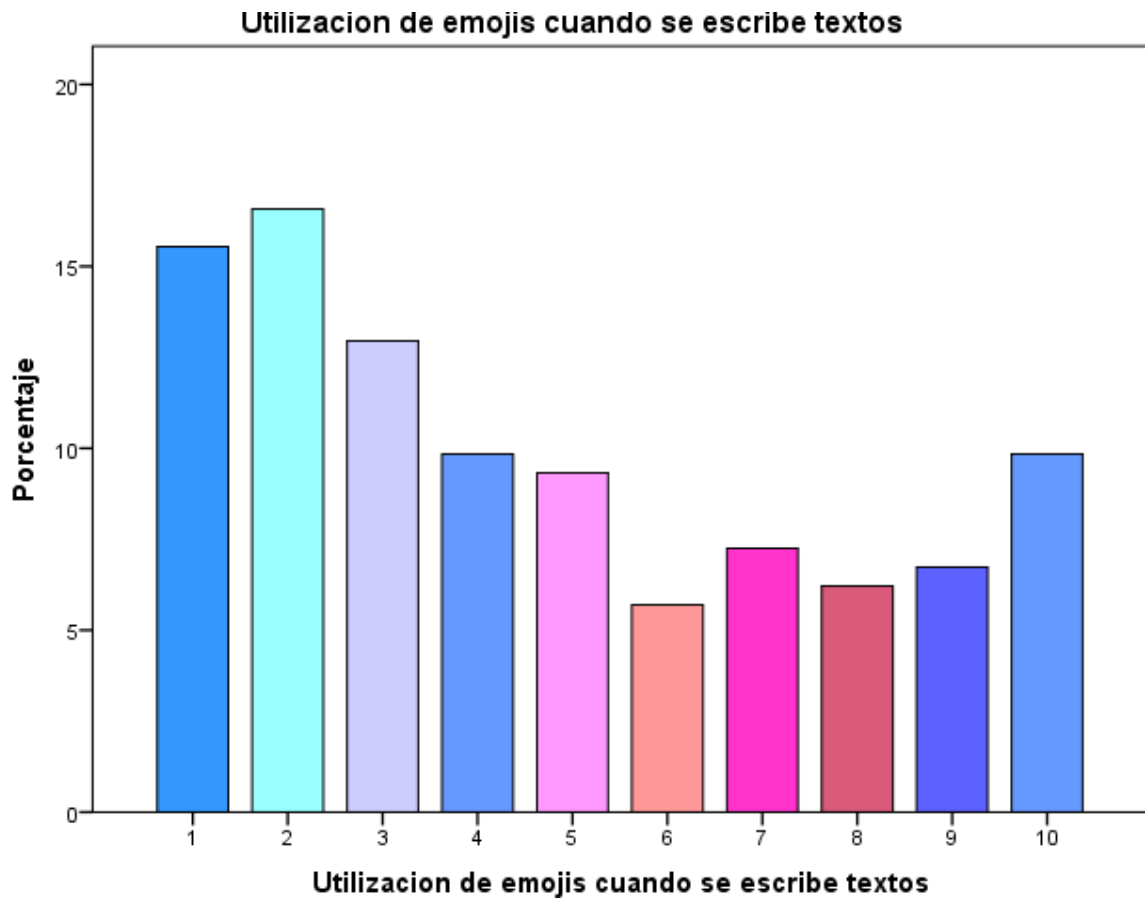


Descripción: como se puede observar tanto en la tabla como en la gráfica como se utilizan “Memes” para poder comunicarse con amigos e incluso familia y hay una frecuencia de 105 estudiantes que lo hacen pocas veces y el porcentaje de 54.4% ya que no siempre existen memes o imágenes que sean convenientes en las conversaciones y por ello no los utilizan y el 88 de estudiantes lo hacen muchas veces con un porcentaje del 45.6% esto podría ser por el impacto que genera en la conversación, esto es debido a que su fin es humorístico o para reflejar ciertas situaciones que pueden suceder en nuestro diario vivir.

Tabla n. 24. Ítem “26. Que tanto utilizas emojis cuando escribes textos?”

Utilización de emojis cuando se escribe textos	Frecuencia	Porcentaje
1	30	15.5
2	32	16.6
3	25	13.0
4	19	9.8
5	18	9.3
6	11	5.7
7	14	7.3
8	12	6.2
9	13	6.7
10	19	9.8
Total	193	100.0

Gráfica # 24

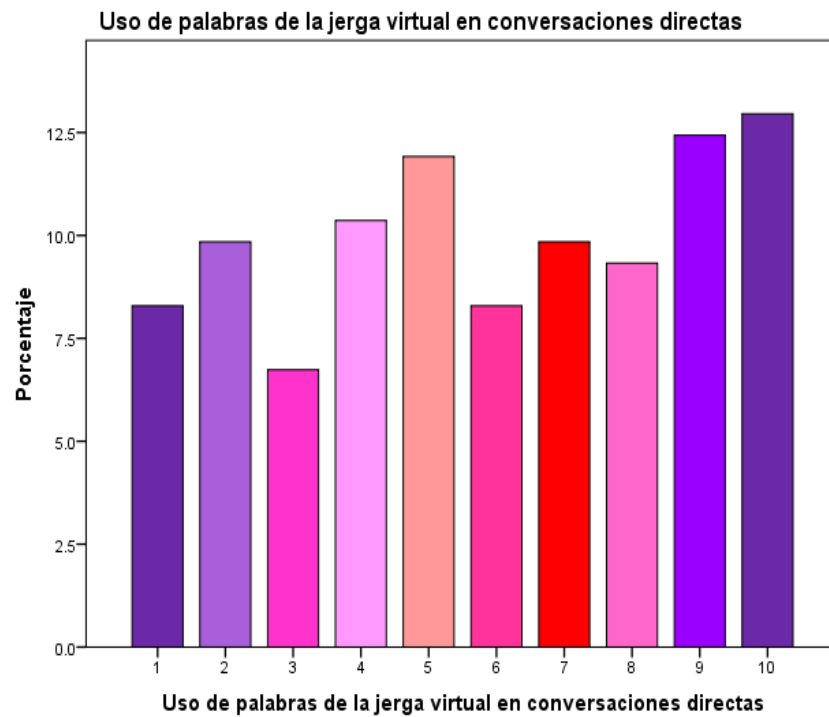


Descripción: en la anterior tabla y Gráfica se puede apreciar cómo es la utilización de los emojis a la hora de hablar por mensajes la cual se da con una frecuencia de 124 y con su porcentaje del 64.2% esto se da poco podría deberse a que cuando se están hablando de temas un tanto serios no cabe la oportunidad de hacer alguna broma con emojis; en cuanto a la clasificación de mucho se da con una frecuencia de 69 y su porcentaje es de 35.7% ya que con estos emojis se puede expresar emociones sin necesidad de utilizar palabra y a la vez simplifica la comunicación entre los amigos y familia.

Tabla n. 25 Ítem “Uso de palabras de la jerga virtual en conversaciones directas”

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
1	16	8.3
2	19	9.8
3	13	6.7
4	20	10.4
5	23	11.9
6	16	8.3
7	19	9.8
8	18	9.3
9	24	12.4
10	25	13.0
Total	193	100.0

Gráfica # 25

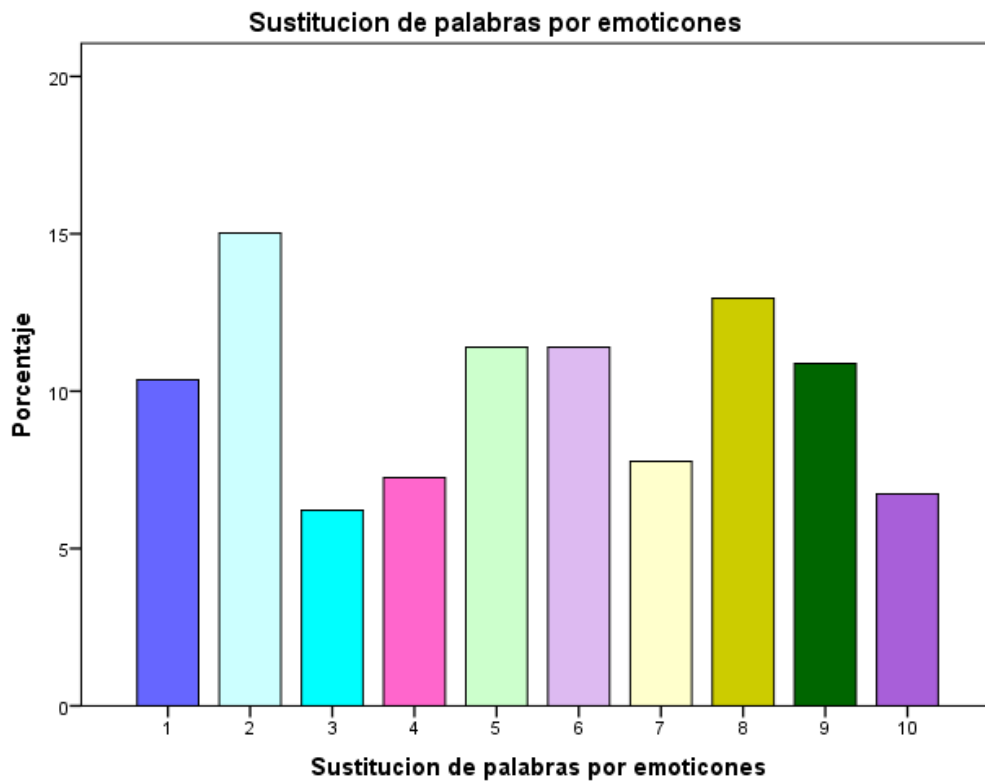


Descripción: en esta tabla y Gráfica se presentan la frecuencia y el porcentaje de los jóvenes que hacen uso de palabras de la jerga virtual siendo 91 jóvenes que utilizan palabras de la jerga virtual en sus conversaciones directas pero no lo hacen de forma frecuente, lo que hacen un porcentaje de 47.1%, mientras que 102 jóvenes que hacen la mayoría de ellos si hacen uso de la jerga virtual es decir que si utilizan palabras que para algunos no solían ser utilizadas antes de tener sus redes sociales lo que hace un porcentaje de 52.8% jóvenes.

Tabla n. 26. Ítem “Sustitución de palabras por emoticones”

Sustitución de palabras por emoticones	Frecuencia	Porcentaje
1	20	10.4
2	29	15.0
3	12	6.2
4	14	7.3
5	22	11.4
6	22	11.4
7	15	7.8
8	25	13.0
9	21	10.9
10	13	6.7
Total	193	100.0

Gráfica # 26.



Descripción: en esta tabla y Gráfica se presentan los resultados obtenidos acerca de la sustitución de palabras por emoticones que utilizan los jóvenes en sus conversaciones de forma virtual, 97 jóvenes respondieron que utilizan poco los emoticones por la sustitución de palabras lo que hace un porcentaje de 50.3%, mientras que 96 jóvenes respondieron que utilizan de forma frecuente los emoticones en vez de usar palabras, esto hace un total de 49.8% de los jóvenes lo cual da a conocer que la gran mayoría de los jóvenes están haciendo uso de emoticones ya que para ellos es una forma más rápida de expresar algo dentro de su conversación con las otra persona.

5.2 DISCUSIÓN.

Caplan (2002) menciona que el adolescente utiliza Internet para recibir de los otros usuarios respuestas más positivas que las que recibe de su entorno habitual, teniendo una preferencia por la comunicación en línea en detrimento de la interpersonal cara a cara; con esto se podría decir que el valor que se le dan a cada símbolo como por ejemplo los “like” que se reciben en Facebook o los seguidores que se tienen en Instagram proporcionan estatus a los adolescentes y estos de alguna manera sube su autoestima y siendo más seguro de ellos mismos pueden establecer nuevas relaciones a través de las redes sociales, dejando de lado la interacción directa y pasando más tiempo inmersos en ellas. Lo que se afirma en nuestra investigación ya que de los jóvenes en estudio un 58.6% considera reciben un nivel de intermedio de mucho afecto comparado con el recibido con el de su familia, haciéndolos sentir apreciados y recibiendo más estímulos de los contactos que tienen en sus redes sociales, sintiéndose desinhibidos y confiados; esto genera que busque más estímulos y publicando más contenido (ya sea estados, videos, imágenes) a pesar de eso expresa un 64.9% que estas relaciones virtuales no les resultan lo suficientemente gratificantes, por lo que vemos que a pesar de percibir que reciben afecto, este no es suficientemente satisfactorio como sería el recibirlo de quienes los rodean.

Esto podría explicar porque un 19.2% actualiza su perfil o estado diariamente y un 7.3% más de una vez al día, y esta necesidad de conocer como sus contactos reaccionan a sus publicaciones podría provocar las conductas obsesivo-compulsivo mencionado en el marco teórico que se menciona viven permanentemente pendientes de los avisos que suenan en sus teléfonos o tablets y sienten la necesidad de responder a los mismos independientemente de que estén solos o acompañados.

Entre los datos obtenidos resulta bastante interesante que una gran mayoría (69.4%) de los jóvenes se sienten más cómodos hablando de manera personal que de manera virtual; aquí se da una disonancia cognitiva ya que es un conflicto entre lo que siento, pienso y hago, ya que los jóvenes se sienten más cómodos interacción humana directa pero buscan más o cuidan más las relaciones virtuales.

Peter Berger y Thomas Luckman (1968) exponen que existen dos tipos de socialización las cuales son primaria y secundaria, siendo la primaria la ubicación material de la persona y la secundaria el proceso de incorporación de la persona a sectores particulares de la organización social “submundos” institucionales como pueden ser la universidad, un hospital o un club social; con la invasión tecnológica y las redes sociales podría considerarse como un nuevo submundo el cual influye en el desarrollo de la identidad social y en cómo se construye una imagen basada en lo que se pretende ser para el mundo virtual.

CAPITULO VI.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES,

6.1 CONCLUSIONES

Mediante los resultados obtenidos en nuestra investigación se puede deducir lo siguiente:

- Que el nivel de atención de los jóvenes a quienes les rodean no es el indicado ya que siempre se distraen por estar revisando redes sociales, este fenómeno se conoce como phubbing, esto puede crear un descontento en quienes están a su alrededor sintiéndose ignorados, lo cual provoca un deterioro en la calidad de las relaciones interpersonales.

- Las redes sociales más utilizadas por los jóvenes son: Whatsapp y Facebook. Whatsapp siendo la primera esto podría deberse a que su utilización es fácil de usar, puedes compartir contenido multimedia, es más privado y la comunicación es de forma directa; en cambio Facebook se enfoca en compartir y los acontecimientos que se dan en tu vida, permite mostrar intereses e ideologías también brinda mensajería instantánea.

- Es importante recalcar que los jóvenes han desplazado actividades triviales como ver televisión a actividades importantes como pasar tiempo con su familia y amigos, se puede deber que las redes están invadiendo ciertos espacios y que no solo es un aspecto ya que a la hora de la comida, en las iglesias y en escuelas vienen a crear problemas con la familia y amigos.

- También las formas de comunicación se han visto modificadas ya que utilizamos ciertas imágenes o estados para expresar lo que sentimos en el momento, además mencionar el uso de acrónimos para facilitar la conversación de forma virtual.
- Los jóvenes utilizan las redes sociales muchas veces para llenar un vacío o buscar un sentido de pertenencia, ya que al estar todos sus compañeros en las redes ellos temen perderse lo que pasa (en el mundo virtual). Pudiendo surgir una dependencia puesto que desean estar al día de lo que acontece en las redes.
- El uso excesivo de redes afecta económicamente puesto que los jóvenes para activar datos móviles y así tener acceso a las diferentes redes, les exigen más dinero a sus padres sin tomar en cuenta la situación económica y llegando a molestarse si no consiguen lo que desean: o al descuidar lo académico por estar en redes provoca un malestar en los padres por no ver resultados positivos en sus hijos al ver que ellos priorizan lo que se sucede en su mundo virtual descuidando actividades que si son relevantes y que les serán de provecho.
- Por una parte hay que tomar en cuenta que las redes sociales son una herramienta que nos puede ayudar a socializar y facilita la comunicación, por ejemplo los jóvenes expresaron que se comunicaban con sus padres por las diferentes redes sociales y esto les permite a ellos estar pendientes de lo que sus hijos publican, además se percatan del estado emocional que sus hijos expresan en las redes.
- Algunos jóvenes expresaron que tienden a tener mayor gratificación en las relaciones que establecen virtualmente y provocando así la dependencia a las redes sociales.

6.2 RECOMENDACIONES

A LOS PADRES.

- ✓ Establecer espacios o situaciones donde no se es permitido el llevar su celular, como por ejemplo a la hora de comer, de visitar a la abuela, y que quienes no cumplan tengan que cumplir ciertas tareas o depositar cierto número de dinero en una alcancía.
- ✓ Fomentar actividades para compartir en familia como juegos de mesa, salida, ver películas juntos, etcétera.
- ✓ Estimular el deporte y las actividades en equipo.
- ✓ Desarrollar actividades grupales, como las vinculadas al voluntariado.
- ✓ Estimular la comunicación y el diálogo en la propia familia.

A LOS JOVENES

- ✓ Priorizar actividades que les sean de provecho, cuidar las relaciones entre familiares y amigos para que estas sean saludables y así evitar la procrastinación.
- ✓ Respetar los espacios y las situaciones en las cuales se puede hacer uso del teléfono inteligente y en cuáles no.
- ✓ Que sean más conscientes de lo que publican o comparten en sus perfiles ya que esto puede afectar su privacidad y dañar de cierta manera su imagen.
- ✓ Que sean conscientes de la situación económica que tienen que enfrentar sus padres para cubrir los gastos escolares y tratar de no exigirles más de lo que ellos les pueden ofrecer.

A FUTUROS INVESTIGADORES

- ✓ A los futuros investigadores interesados en el tema que podrían ampliar ciertos aspectos para conocer más a fondo la temática estudiada y así profundizar en otros temas que podrían estar relacionados.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

Angulo, É. (2013), Phubbing, cuando la tecnología anula las relaciones sociales; Revista electrónica “Hey” de Septiembre; Barranquilla, Colombia, recuperada de: <http://revistas.elheraldo.co/hey/tecnologia/phubbing-cuando-la-tecnologia-anula-las-relaciones-sociales-125233>.

Baro, M. (1983) Acción e ideología, psicología social desde Centroamérica. El Salvador, UCA Ediciones.

Bellucci, M. (2014), Phubbing: Crece la manía de mirar más el celular que a las personas; revista electrónica entremujeres del periódico español el Clarín; Madrid España, España. Recuperado de: http://entremujeres.clarin.com/tech-y-web/Crece-mania-mirar-celular-personas_0_977902267.html

Clotilde Sarro. (2015). *¿Sustituyen las redes sociales a las relaciones interpersonales?* Recuperado de <http://www.gestalt-terapia.es/sustituyen-las-redes-sociales-las-relaciones-interpersonales/>

Cornejo, Marqueza; Tapia, María Lourdes; (2011). *Redes sociales y relaciones interpersonales en internet*. Fundamentos en Humanidades, Sin mes, 219-229.

DNA Translations, (2011) Escritura y deformación del lenguaje en redes sociales y otros medios de comunicación Recuperado de: <http://eempreario.mx/redes-sociales/escritura-deformacion-lenguaje-redes-sociales-otros-medios-comunicacion>

Facebook de: Wikipedia, la enciclopedia libre Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Facebok>

Guevara. S. (2015) “*El Impacto de las Redes Sociales para un Salvadoreño*” Recuperado de <https://las6.wordpress.com/2015/02/04/el-impacto-de-las-redes-sociales-para-un-salvadoreno/>

Instagram de: Wikipedia, la enciclopedia libre Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Instagram>

Line de: Wikipedia, la enciclopedia libre Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Line>

Lozano J. Redes Sociales, una nueva forma de comunicación, de: TELOS Cuadernos de comunicación e innovacion Recuperado de : <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articulo&idContenido=2009101611280001>

Obregon M. (2015) "*Phubbing Y Las Relaciones Interpersonales En Adolescentes (Estudio Realizado En El Colegio Rodolfo Robles, Quetzaltenango)*" Tesis de grado en licenciatura en Psicología Clínica, Universidad Rafael Landívar, España.

Oliva C. (2012). *REDES SOCIALES Y JÓVENES: UNA INTIMIDAD CUESTIONADA EN INTERNET*. 12 febrero 2016, de apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/coliva.pdf

Orihuela, J. L. (2008): Internet: la hora de las redes sociales. Nueva Revista de Política, Cultura y Arte, 119, 57 – 62.

Phubbing Wikipedia la enciclopedia libre Sitio web:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Phubbing>

SAMPIERI, R., COLLADO, C. Y LUCIO, P (2006). *Metodología de la Investigación* (4ª, Ed.). México: Mc Graw Hill Interamericana.

Snapchat de: Wikipedia, la enciclopedia libre
Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Snapchat>

Sullivan, H. (1953). *The Interpersonal theory of Psychiatry*. New York: Norton. Sullivan, H. S. (1956). *Clinical studies in psychiatry*. New York: Norton.

Twitter de: Wikipedia, la enciclopedia libre
Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Twitter>

Whatsapp de: Wikipedia, la enciclopedia libre
Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Whatsapp>

ANEXOS ANEXO I

Universidad de El Salvador
Facultad Multidisciplinaria Oriental
Departamento de Ciencias y Humanidades
Sección de Psicología



Objetivo: Evaluar sobre las redes sociales más utilizadas y su impacto en las relaciones humanas.

Generalidades.

Nombre: _____ Edad: ____ Sexo: _____ Escolaridad: _____

Procedencia: U ____ R ____

i. Subraye la respuesta que considere adecuada.

1. ¿Indica cuáles son las redes sociales que más utilizas?

- a) Instagram b) FaceBook c) WhatsApp d) Twitter e) Snapchat
f) Line g) GooglePlus

2. ¿Cuánto tiempo le dedicas a las redes sociales?

- a) Mediahora b) Una hora c) Dos Horas d) Cinco Horas o más

3. ¿Qué tan seguido actualizas tu información/ foto de perfil/ estado?

- a) Semanalmente b) Diariamente c) más de una vez al día

4. ¿Para qué utilizas principalmente las redes sociales?

- a) Compartir información personal b) Comunicarte c) Distraerte
d) Conocer personas e) Compartir documento académicos f) Para pertenecer a un grupo

a) ¿Cuáles son las actividades a las que dedican menos tiempo desde que usan las redes sociales? a) Tareas académicas b) Ver televisión

c) Convivir con tu familia e) Dormir f) quehaceres domésticos

5. ¿Te sientes más cómodo hablando?

- a) Virtual b) personalmente

6. ¿Usas algún criterio para elegir a quien aceptas en las redes sociales?

15. ¿tus amistades o familiares cuando están contigo te han reprochado que no les prestas atención por estar en redes sociales?

Nunca Muchas veces
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

16. ¿Has tenido problemas ya sea con amigos o pareja, por algún post que realizaste en cualquiera de tus redes?

Nunca Muchas veces
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

17. ¿Consideras que el uso de redes sociales afecta tu concentración en tus actividades escolares o académicos?

Poco Mucho
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

18. ¿Las relaciones que has establecido por internet te resultan mucho más gratificantes que las que tienes con las personas de tu entorno?

Poco gratificantes muy gratificantes
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

19. ¿Cómo consideras las redes sociales en tus relaciones interpersonales?

Poco favorable Muy favorable
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

20. ¿Recibes más expresiones de afecto y cariño de tus contactos en redes sociales que de tu familia?

Poco Mucho
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

21. Consideras que tus amigos te prestan poco atención por revisar sus redes sociales.

Poco Mucho
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

22. Que tan frecuentemente compartes contenido con personas que se encuentran en la misma habitación:

Poco mucho
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

23. Utilizas imágenes (memes) para expresarte?

Poco mucho
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

24. Que tanto utilizas emojis cuando escribes textos?

ANEXO II

(Fotografías cuando se aplicó el Instrumento a los Estudiantes de Bachillerato Opción General, del Instituto Nacional 14 de Julio de 1875 de San Francisco Gotera.)







ANEXO III.

(Imágenes relacionadas al movimiento anti phubbing)



ATENCIÓN PHUBBERS



No TWITTER
No FACEBOOK
No INSTAGRAM
No FOURSQUARE
No SEXTING



RESPECTA LA COMIDA, LA MÚSICA,
Y A QUIENES TE ACOMPAÑAN.

STOPPHUBBING.COM



Deja tu



Y TEN UNA PLÁTICA
EN EL MUNDO REAL

STOPPHUBBING.COM





ALTO
no ignores
por culpa
del
teléfono



3 de cada 10 usuarios ADICTOS a las REDES SOCIALES

Cada vez más personas están siendo atrapadas por las redes sociales, ya que tres de cada 10 usuarios de entre 15 a 25 años que usan Twitter o LinkedIn confesaron ser adictos a éstas, de acuerdo con la Sociedad Mexicana de Autores de las Artes Plásticas (Somaap)



SÍNTOMAS DEL ADICTO

- Pérdida de control del uso de redes sociales
- Episodios de uso compulsivo con gran inversión de tiempo y energía
- Daño o progresivo de la calidad de vida
- Postergan labores por estar en las redes
- La usan pese al daño familiar o así mismo
- Gran ansiedad si no se encuentra conectado
- Fantasías o sueños acerca de las redes

RAZONES PARA ESTAR EN LAS REDES

Más de 6 horas

- 56%** Porque les gusta
- 30%** Para tener amigos
- 17%** Para enterarse de lo que pasa

PREFIEREN REDES A RELACIONES INTERPERSONALES

- 80%** "Es más barato"
- 78%** "Resulta ser más cómodo"
- 30%** "Es seguro"
- 14%** "Presupone más autenticidad y libertad"

NOTA IMPORTANTE

En abril pasado, la Asociación dio a conocer que 54 por ciento de los hombres estableció relaciones humanas virtuales, de las cuales solo 11 por ciento derivó en relaciones personales

ntmx Diseño y Arte: Oscar Aguilar
Investigación y Redacción: Mónica Fuentes

Fuente: Nólumex, Sociedad Mexicana de Autores de las Artes Plásticas (Somaap)

ANEXO IV.

CONSIDERACIONES ÉTICAS.

- ✓ Asumir responsabilidad de realizar investigaciones que sean útiles al progreso de la Psicología y al fomento del bienestar humano.
- ✓ Respetar los principios éticos y científicos de la investigación, la cual debe realizarse en función de los derechos humanos de los participantes.
- ✓ Compartir la responsabilidad legal y ética con todos los participantes en la investigación, quienes deben tener la adecuada capacidad para la comprensión al momento de responder el instrumento.
- ✓ Especificar con claridad las responsabilidades entre investigador y sujetos de la investigación mediante explicar los compromisos de cada uno.
- ✓ Informar a los sujetos de la investigación todas las características y procedimientos, y explicar otros aspectos que pregunten,
- ✓ Asegurar que el sujeto de la investigación comprende los motivos que exige retener información cuando los requerimientos metodológicos de un estudio lo justifican.
- ✓ Respetar la libre aceptación, declinación o retiro de los sujetos de la investigación;
- ✓ Proteger la confidencialidad de los sujetos sobre datos obtenidos durante la investigación y cuando exista la posibilidad de que terceros tengan acceso a esa información.
- ✓ Contar con el permiso del responsable de la institución (director) cuando los sujetos de la investigación son menores de edad.
- ✓ Dirigir la investigación de acuerdo con el protocolo propuesto y aceptado por la institución u organización que lo apoya y autoriza para realizarla.

Evitar coacción a los participantes en la investigación mediante actitudes autoritarias, ofrecimiento de retribuciones financieras o de otro tipo