

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA PARACENTRAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN



Universidad de El Salvador

Hacia la libertad por la cultura

“FACTORES PSICOSOCIALES Y SU INCIDENCIA EN EL USO DEL INTERNET
CON LOS ESTUDIANTES DE TERCER CICLO DEL COMPLEJO EDUCATIVO
MARCELINO GARCÍA FLAMENCO EN LA CIUDAD DE SAN VICENTE, EN EL
PERIODO COMPRENDIDO DE AGOSTO DE 2012 A FEBRERO DE 2013”

PARA OPTAR AL GRADO DE
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN,
ESPECIALIDAD CIENCIAS SOCIALES.

POR

AGUIRRE PALACIOS NANCY MARIELOS

CORNEJO MORALES ANA GUADALUPE

SAN VICENTE, ABRIL DE 2013.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

MSC. MARIO ROBERTO NIETO LOVO

DECANO:

MSC. JOSÉ ISIDRO VARGAS CAÑAS

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACION

LUÍS ALBERTO MEJIA ORELLANA

COORDINADOR DE LA CARRERA

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA EDUCACION

ESPECIALIDAD CIENCIAS SOCIALES

LIC. JOSÉ ADÁN COLATO DIAZ

COORDINADOR DE LOS PROCESOS DE GRADUACION

LIC. FELIX EMERITO LÓPEZ

ASESOR METODOLOGICO

LIC. JORGE ALBERTO MENA

ASESOR DIRECTOR

LIC. JOSÉ ADÁN COLATO DIAZ

INDICE

CONTENIDO	PAG.
INDICE DE TABLAS	6
INDICE DE FIGURAS	7
AGRADECIMIENTOS	8
RESUMEN.....	11
INTRODUCCION	13
OBJETIVOS	14
General	14
Específicos.....	14
JUSTIFICACION	15
CAPITULO I: MARCO TEORICO	16
1. Factores psicosociales.....	16
1.1 Definición de grupos.....	17
1.1.1 Teoría dialéctica sobre el grupo humano	18
1.1.2 La identidad grupal	19
1.1.3 La percepción de grupo	20
1.1.4 Clasificación de grupos.....	20
1.1.5 Creación deliberada de grupos	21
1.1.5.1 El Grupo De Trabajo	22
1.1.5.2 El Grupo De Entrenamiento (T-group)	22
1.1.5.3 Los Gremios Ocupacionales.....	23
1.1.6 El grupo de amigos/as	24
1.1.7 Surgimiento espontaneo de grupos	25
1.1.7.1 Atracción	25
1.1.7.2 Semejanza	26
1.1.7.3 Ansiedad	26
1.1.7.4 Complementariedad	27
1.1.8 La voluntad de poder	28
1.1.8.1 La búsqueda de poder como tendencia neurótica	28
1.1.8.2 La búsqueda de poder como tendencia normal necesaria	29
1.2 Definición de autoestima	30
1.2.1 Breve reseña histórica del autoestima	32
1.2.2 Niveles de la autoestima: alta, baja, e intermedio	34

1.2.3 Configuración de la autovaloración	35
1.2.4 Desarrollo de la conciencia crítica y autocrítica para el uso del internet	35
1.2.4.1.1 Conciencia individual	36
1.2.4.1.2 Conciencia social	36
1.3 El Consumismo: historia y concepto	36
1.3.1 Causas y consecuencias del consumismo	39
1.3.2 Ventajas y Desventajas del consumismo.....	39
1.4 Concepto e historia de internet	40
1.5 Utilización del internet	41
1.5.1 Ventajas y desventajas del internet.....	42
1.5.2 El lado oscuro del internet.....	44
1.5.3 Influencia del internet en la sociedad actual	46
1.6 Contextualización de la Institución Educativa.....	49
1.6.1 Reseña Histórica de la Institución	49
1.6.2 Infraestructura de la Institución	51
1.6.3 Características de la Comunidad Educativa Estudiantes y docentes	52
CAPITULO II: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	53
2.1 Tipo de enfoque	53
2.2 Selección de la muestra.....	54
CAPITULO III: RESULTADOS.....	57
3.1 Análisis de los datos	58
3.2 Método y procedimiento para la prueba de hipótesis	59
3.3 Estadística descriptiva: Gráficas	61
3.4 Estadística inferencial: Prueba de hipótesis	70
3.4.1 Prueba de hipótesis 1	71
3.4.2 Prueba de hipótesis 2.....	73
3.4.3 Prueba de hipótesis 3.....	75
CAPITULO IV: ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	77
CAPITULO V: CONCLUSIONES	81
CAPITULO VI: RECOMENDACIONES.....	83
CAPITULO VII: BIBLIOGRAFIA.....	84
CAPITULO VIII: ANEXOS.....	85

8.1 Representación gráfica sobre cada una de las preguntas de la encuesta.....	85
8.2 Cuadro de generalidades de las personas encuestadas.....	96
8.3 Libro de códigos sobre las preguntas del instrumento aplicado a los estudiantes	98
8.4 Matriz de los datos obtenidos en la aplicación del instrumento	102
8.5 Cuadro de frecuencias relativas y porcentuales	108
8.6 Cuadro de entrevista realizada a los docentes encargados del tercer ciclo del Complejo Educativo Marcelino García Flamenco.....	111
8.7 Encuesta dirigida a estudiantes	113
8.8 Entrevista a docentes.....	118

INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

TABLAS

CONTENIDO	PAG.
Tabla 1: Sexo de las personas encuestadas	61
Tabla 2: Edad de las personas encuestadas	61
Tabla 3: Tienes amigos/as	62
Tabla 4: Que son para ti las personas con que te relacionas	62
Tabla 5: Han influido tus padres para escogerte tus amigos/as.....	62
Tabla 6: Que medios utilizas para comunicarte con tus amigos/as	63
Tabla 7: Te gusta imitar algún amig@	63
Tabla 8: Cuando estás en tu grupo de amigos/as, te cuesta tomar decisiones.....	63
Tabla 9: Te preocupa mucho la impresión que causas sobre los demás, si caes bien o no	64
Tabla 10: Cuando te sientes tristes, que actividades realizas.....	64
Tabla 11: Crees tú que el estado de ánimo influye en los sitios web que visitas.....	65
Tabla 12: Crees que podrías lograr cualquier cosa que te propusieras.....	65
Tabla 13: A cuánto equivale el ingreso económico de tu Hogar mensualmente	66
Tabla 14: Tienes computadora con acceso a internet.....	66
Tabla 15: Qué tanto te consideras consumista.....	66
Tabla 16: En qué inviertes el dinero que posees.....	67
Tabla 17: Estás a la expectativa de las nuevas tecnologías	67
Tabla 18: Para qué utilizas el internet.....	67
Tabla 19: Cuántas horas diarias le dedicas al internet.....	68
Tabla 20: Tus actividades escolares se ven perjudicadas porque dedicas mucho tiempo a navegar	68
Tabla 21: Consideras que el uso que le das al internet influye en Tu conducta.....	69
Tabla 22: Temes que tu vida sin internet sea aburrida o vacía	69
Cuadro de generalidades de las personas encuestadas.....	96
Libro de códigos sobre las preguntas del instrumento	98

Matriz de los datos obtenidos en la aplicación del instrumento	102
Cuadro de frecuencias relativas y porcentuales	108
Cuadro de entrevista a docentes encargados de 3 ^{er} ciclo Complejo Educativo Marcelino García Flamenco	111

FIGURAS

CONTENIDO	PAG.
Grafica 1: Sexo de las personas encuestadas	85
Grafica 2: Edades de las personas encuestadas	85
Grafica 3: Tienes amigos/as	86
Grafica 4: Que son para ti las personas con que te relacionas	86
Grafica 5: Influyen tus padres para escoger tus amigos/as.....	87
Grafica 6: Medios utilizados para comunicarse con os amigos/as.....	87
Grafica 7: Te gusta imitar amigos/as	88
Grafica 8: Te cuesta tomar decisiones en tu grupo de amigos/as	88
Grafica 9: Te preocupa la impresión que causas sobre los demás.....	89
Grafica 10: Actividades que realizan cuando están tristes	89
Grafica 11: Influencia del estado de ánimo.....	90
Grafica 12: Podrías lograr cualquier cosa que te propusieras.....	90
Grafica 13: Ingreso económico mensual del hogar	91
Grafica 14: Poseen computadora con acceso a internet.....	91
Grafica 15: Te consideras consumista.....	92
Gráfica 16: Inversión del dinero que poseen	92
Grafica 17: Estas a la expectativa de las nuevas tecnologías.....	93
Grafica 18: Utilización que hacen los alumnos del internet	93
Grafica 19: Horas diarias dedicadas al internet.....	94
Grafica 20: Interrupción de las actividades escolares	94
Grafica 21: Influencia del uso del internet en la conducta	95
Grafica 22: Temes que tu vida sin internet sea aburrida	95

AGRADECIMIENTOS

Ana Guadalupe Cornejo Morales:

Primeramente comienzo agradeciendo a Dios todo poderoso y a la virgen de Guadalupe por guiarme, ayudarme, darme la sabiduría necesaria para poder culminar mis estudios universitarios.

A mis padres Adán Benjamín Cornejo por su apoyo incondicional su cariño, sus consejos, porque sin eso no fuera la profesional que soy.

A mi madre Ana Isabel Morales de Cornejo gracias de todo corazón mami por su apoyo tanto emocional y económico así también por la paciencia para cumplir mi sueños por estar pendiente de todo lo que necesitaba. ¡¡¡Gracias mami te amo!!!

A mi tía Ada Cornejo por su apoyo económico y sus consejos que me dio cuando los necesitaba.

A mi novio José Ernesto Pérez Hernández por la paciencia que me tuvo para poder culminar mis estudios gracias por todo su amor incondicional.¡¡¡ te amo!!!

A mis hermanas Eva y Gaby por todos esos momentos de locura que me hicieron pasar dentro de todo el proceso de la tesis.

A mi compañera Nancy Aguirre por la oportunidad de trabajar a su lado en toda la carrera y en desarrollo de la tesis gracias por tus palabras de ánimo para salir adelante que Dios te llene de muchas bendiciones.

A mis amigos y compañeros en general por esas palabras de ánimo y de aliento hacia mi muchas gracias.

A Fabricio González por apoyarnos en todo momento por estar al pendiente del proceso de la tesis.

A mis familiares por llevarme en sus oraciones siempre que Dios les bendiga.

A Manuel Muñoz de todo corazón muchas gracias por sus consejos brindados en el momento más adecuado, por su apoyo incondicional sé que esos consejos me servirán para toda la vida.

Al Lic. Mena y el Lic. Colato gracias de todo corazón por habernos acompañado en este proceso sin ustedes no seríamos lo que somos ahora Dios les bendiga siempre se les recuerda y aprecia mucho.

Nancy Marielos Aguirre Palacios:

Las páginas no alcanzarían y no existen palabras para expresar todo el agradecimiento para aquellos que quiero y que me apoyaron y colaboraron sin merecerlo.

En primer lugar quiero agradecer a Dios todopoderoso por la misericordia y amor derramado en mi vida, por derramar su preciosa sangre para perdonar mis pecados y regalarme la salvación, pero sobre todo gracias Dios por ayudarme en cada paso de mi preparación profesional, por sus bendiciones y recursos: físicos, económicos, humanos y emocionales brindados, por sus cuidados y por la sabiduría, conocimiento e inteligencia brindada a mi persona. Gracias mi Dios bendito este trabajo es por usted y para usted. Lo amo con todo mi corazón.

A mi abuela Leonor Palacios, porque a pesar de que no se encuentra presente en mi vida y que está descansando sus consejos brindados y su sabiduría transmitida me acompañaron en todo este tiempo, por su amor por enseñarme a luchar para obtener lo que se quiere. La amo muchísimo y siempre está presente en mi corazón.

A mi madre por todo su apoyo brindado, sus consejos, regaños, correcciones, amor y por apoyarme a cumplir mis sueños por guiarme por el buen camino y enseñarme a ser mejor cada día. Por soportar mis defectos y aun así continuar apoyándome por tu esmero dedicación y tiempo brindado a mi persona y a mis estudios. Sobre todo gracias por tu apoyo económico y comprensión, has sido una de mis mayores bendiciones en mi vida te amo mamá. Gracias por todo.

A mi padre porque a pesar de la distancia siempre estuvo pendiente de cada uno de los pasos para desarrollarme, de cada una de mis necesidades. Gracias por sus consejos por su apoyo económico e incondicional, gracias por quererme apoyarme y siempre estar presente cuando lo necesitaba. Lo quiero mucho papá.

A mis hermanos Cristina, Alexander y Henry Aguirre Palacios, gracias por apoyarme por todo el cariño, cooperación y por haberme ayudado a terminar esta carrera por esperar pacientemente, por aguantar mis noches de desvelo y quedarse conmigo acompañándome, por aguantar mis histerias y mis cambiantes estados de humor, los amo muchísimo hermanos/a, gracias por ser parte de mi vida y de este proceso, son una bendición para mí.

A mi tío Saúl Palacios y mi tía Francisca Palacios, gracias por ser mi segundo padre y mi segunda madre han sido una bendición en mi vida, gracias por su apoyo económico incondicional en mi formación profesional, porque a pesar de la distancia siempre han estado conmigo.

A mis amigos/as y compañeros/as: Jacqueline Rojas, Julio Martínez, Fredy García, Nelson Córdova, Gilberto Romero, Mayra Rodríguez, Karina Marroquín, Fabricio González, Abel Avelar, gracias por estar pendientes de todo el desarrollo de la tesis, por apoyarme, ayudarme y compartir tan lindos momentos conmigo y dejar recuerdos bonitos en mí. Los quiero muchísimo que Dios les bendiga inmensamente.

A los licenciados: Jorge Mena y Adán Colato, por su dedicación y tiempo brindado, por sus enseñanzas, correcciones y conocimientos transmitidos para el desarrollo de este trabajo.

A la licenciada: Rosibel Barriere, Amílcar Calderón, Celia Cañas y demás licenciados/as; gracias por sus conocimientos brindados en mi formación profesional, por el tiempo brindado y todas esas horas de clase que fundaron mi inicio profesional. Que Dios les bendiga.

Quizás algunas personas no sean mencionadas, pero si fueron parte de mi vida o son parte de mi vida gracias por las lecciones por haber llegado a mi vida permanecer o pasar y enseñarme se les aprecia y que Dios todo poderoso derrame bendiciones en ustedes y sus familias.

¡Este trabajo es por ustedes y para ustedes!

RESUMEN

Cuando se trata de jóvenes el sentirse parte de un grupo es esencial, el grupo le da pertenencia y le abre hacia la vida social, su relación les permite tener afinidades e intereses mismos, creando la necesidad de ser aceptados y no rechazados. Dentro de cada grupo se desempeñan roles específicos, ya sea con los grupos de amigos, religiosos, deportivos, culturales o escolares

El concepto de factores psicosociales hace referencia a aquellas condiciones que se encuentran presentes en una persona y que están directamente relacionadas con su pensamiento, comportamiento u otras situaciones mentales de los seres humanos.

Cuando los factores psicosociales están afectando en gran medida a los jóvenes y sus situaciones son desfavorables, generan en ellos: angustias, ansiedades, preocupaciones, tristezas, poco deseo de superación personal, pensamiento negativo. Sin duda alguna estos y otros factores psicosociales, que quizá no se hayan mencionado en este apartado, derivan eminentemente en un desinterés, distracción y principalmente en una desmotivación que posiblemente sea el principal factor, y que incide directamente en el rendimiento académico de los alumnos y alumnas. En sentido general, el término psicosocial puede utilizarse para describir procesos internos que ocurren en el individuo, los cuales se modifican a partir de la interacción con el medio, la cultura, los grupos de amigos, la religión, entre otros.

Los factores psicosociales que actúan en la conducta¹ y/o comportamiento del ser humano, han determinado el éxito en diferentes aspectos de sus vidas, condicionado por las diferencias individuales, la capacidad intelectual, con la que cada individuo actúa y acciona ante diferentes problemáticas personales.

En este caso algunos factores psicosociales que se tomaran en cuenta para su debido análisis son: el grupo de amigos/as, el autoestima, el consumismo y su efecto en el uso que se le dé al internet, tomando en cuenta que el internet tiene mucho auge hoy en día en nuestra sociedad pero principalmente en los grupos de jóvenes o adolescentes que son quienes más influenciados son por el internet y en la mayoría de casos el uso que

se le da es inadecuado tomando en cuenta que el internet es utilizado como una herramienta para la enseñanza y el aprendizaje, pero hoy en día se le brinda un uso de distractor; tomando en cuenta el análisis desarrollado en el internet por el grupo de amigos/as, el autoestima y el consumismo.

El internet es simplemente maravilloso, nos permite estar conectados con personas de todo el mundo, compartir archivos, documentos, ideas, enterarnos de cosas que de otro modo sería imposible, nos da acceso a las últimas noticias etc.

La adolescencia de El salvador, hoy en día deben ser considerados como “nativos digitales” y por tanto han crecido inmersos en la tecnología digital, con Internet, los videojuegos, la telefonía móvil y un conjunto variado de gadgets (pequeños dispositivos y/o mini aplicaciones con funciones específicas que ofrecen diversas prestaciones tecnológicas), que presentan algunas características en común, como son su ubicuidad y su sencillez de uso, proporcionando el acceso a múltiples contenidos y ofreciendo la posibilidad de mantener al mismo tiempo un gran número de contactos y relaciones sociales; cerca del 100% de los adolescentes entre los 12 y los 17 años utilizan de forma habitual Internet y cada vez de forma más intensiva, ya sea como herramienta de comunicación o como primera fuente de información sobre temas tan diversos como deportes, música y con finalidad escolar, pero también para obtener información sobre temas de salud y diversos trabajos como los realizados.

INTRODUCCIÓN

A través de la presente investigación, como estudiantes de las Ciencias Sociales estamos comprometidos a conocer y buscar vías de solución a los problemas que existen en nuestra sociedad, por lo tanto, el siguiente trabajo de investigación titulado: “Factores Psicosociales y su Incidencia en el uso del Internet con los estudiantes de tercer ciclo del Complejo Educativo Marcelino García Flamenco en la ciudad de San Vicente, en el periodo comprendido de agosto de 2012 a febrero de 2013”, con el cual se pretende estudiar la causa y el efecto de las variables en estudio que son Factores Psicosociales y el Uso del internet. . Tomando en cuenta que nuestra sociedad hoy en día enfrenta muchas crisis y problemáticas en diferentes ramas; en este caso el uso del internet que es un fenómeno a nivel mundial y San Vicente no es la excepción, el poder investigar dicho tema está dentro de cada persona y en algunas ocasiones no se le da el uso adecuado. Más que todo dentro de las escuelas con los estudiantes entre las edades de 12 a 19 años siendo la edad donde los estudiantes se encuentran más inquietos, con curiosidades, experimentando y absorbiendo todo lo que la sociedad les pone al alcance dentro del mundo de las tecnologías.

Por consiguiente a continuación se detalla el proceso y la estructura del trabajo de investigación ya que estará compuesto por: índice general y de tablas y figuras, agradecimientos a todas las personas implicadas en este proceso, introducción, objetivos de la investigación que es el propósito de nuestra investigación, una justificación en la cual se describe por qué y para qué de la investigación de la investigación; el planteamiento del problema que trata sobre una breve descripción de la investigación que se está gestando, en el marco teórico se plantea un resumen capitular de los temas que contiene y respalda la investigación, dentro de la metodología de la investigación se explica el enfoque que guía el proceso investigativo además de una selección de la muestra de la población que se pretende trabajar, el procesamiento de la información describe el procedimiento para la recolección de datos y el proceso para el análisis de los mismos, conclusiones, recomendaciones la bibliografía y anexos que dan evidencias de la investigación.

OBJETIVOS

Objetivo General:

- Investigar los factores psicosociales y su incidencia en el uso del internet con los estudiantes de tercer ciclo del Complejo Educativo Marcelino García Flamenco, de la ciudad de San Vicente durante el periodo comprendido de Agosto de 2012 a Febrero de 2013.

Objetivos Específicos:

- Indagar si la presión ejercida por el grupo de amigos incide en el uso del internet con los estudiantes de tercer ciclo del Complejo Educativo Marcelino García Flamenco, de la ciudad de San Vicente.
- Conocer la influencia que ejerce el consumismo en el uso del internet con los estudiantes de tercer ciclo del Complejo Educativo Marcelino García Flamenco.
- Analizar la influencia que tiene la autoestima en el uso del internet de los estudiantes de tercer ciclo del Complejo Educativo Marcelino García Flamenco.

JUSTIFICACIÓN

En la institución que se pretende realizar esta investigación no se conocen ni se han efectuado investigaciones de este tipo y con fines positivos; se sabe que el problema está presente en la institución pero no han existido personas que se interesen por estudiar esta problemática y buscar una solución al problema. Por estos motivos se decidió tomar como objeto de estudio el tema: Factores psicosociales y su incidencia en el uso del internet con los estudiantes de tercer ciclo del Complejo Educativo Marcelino García Flamenco, de la ciudad de San Vicente, en el periodo comprendido de Agosto de 2012 a Febrero de 2013.

En la actualidad existen diferentes problemas en cuanto al uso inadecuado del internet, pues podría utilizarse como una herramienta que favorezca el proceso de enseñanza aprendizaje, pero en la actualidad principalmente los jóvenes lo utilizan como un entretenimiento. En este sentido, el análisis de dicho fenómeno involucra el uso del internet y en particular la influencia por diversos factores internos y/o externos como los factores psicosociales. De igual manera esta investigación se realiza para poder obtener nuevos conocimientos por parte del investigador en cuanto al tema del uso del internet y ser ayuda a la sociedad, en esta ocasión sería por medio de la institución educativa aportando en su desempeño como profesionales.

Así se pretende hacer una contribución a la sociedad y en específico a las prácticas educativas que se desarrollan en el proceso de enseñanza aprendizaje en la institución priorizada, que sin lugar a dudas es reforzar la base de una educación de calidad y con una visión integral del ser humano. Además se espera que la teoría generada en éste estudio sirva de referente en la realización de nuevas investigaciones que se den a la tarea de analizar todos aquellos elementos que contribuyan a la buena educación.

CAPITULO I: MARCO TEORICO

1. Factores Psicosociales

Cuando los factores psicosociales están afectando en gran medida a los jóvenes su situación tiende a ser desfavorable, generan en ellos: angustias, ansiedades, preocupaciones, tristezas, poco deseo de superación personal, pensamiento negativo. Sin duda alguna estos y otros factores psicosociales, que quizá no se hayan mencionado en este apartado, derivan eminentemente en un desinterés, distracción y principalmente en una desmotivación que posiblemente sea el principal factor para que los estudiantes hagan uso del internet inadecuadamente, y que incide directamente en el rendimiento académico de los alumnos y alumnas. En sentido general, el término psicosocial puede utilizarse para describir procesos internos que ocurren en el individuo, los cuales se modifican a partir de la interacción con el medio, la cultura, los grupos de amigos, la religión, entre otros. Psicosocial, es la rama que estudia la manera en que impresionamos a otros y somos influenciados por ellos, tanto en grupo como en las relaciones íntimas. En este sentido la teoría psicosocial ha de indagar sobre aquellos factores psicosociales que influyen en el comportamiento y conducta de los seres humanos.

Los factores psicológicos desde el punto de vista social, “son todos aquellos elementos de la vida que tienen influencia en alguna medida sobre la conducta del ser humano y al intervenir en él, actúan de diferentes maneras, puede ser directamente en el desempeño creativo de cada individuo de acuerdo al contexto en el que interactúan con los demás miembros, determinando lo que puede lograr, crear o desarrollar, en sus emociones, sentimientos y acciones”.²

Cuando los factores psicosociales afectan de manera negativa depende en buena medida de la forma en la que cada individuo haga su propia valoración, ya que cada sujeto se desarrolla de acuerdo a su propio entorno, los efectos se encuentran más

² Ignacio Martín Baró: “Acción e Ideología: Psicología Social desde Centroamérica”, UCA editores, Edición: Marzo 2010.

visibles en el área formativa y se reflejan en el rendimiento académico de cada estudiante, muchos estudios realizados en el área educativa, muestran que la familia es parte fundamental en el proceso académico y es que el Currículo nacional, la toma como parte de los procesos de enseñanza aprendizaje.

1.1 Definición de grupos

De forma general, se define grupo como el conjunto de dos o más individuos que se relacionan y son interdependientes y que se reunieron para conseguir objetivos específicos, con características comunes.

El Grupo Social, también conocido como Grupo Orgánico, resulta ser aquel conjunto de individuos que despliegan roles recíprocos dentro de una misma comunidad. Su **forma estructurada y su larga duración en el tiempo** son las dos características que principalmente nos permiten distinguirlo como tal, porque quienes lo componen, básicamente, accionan a través de las mismas normas, valores y con los mismos fines, los cuales serán los que le aporten el bienestar común al grupo en cuestión. En tanto, será una condición sin “equanom” para formar un grupo social que exista la **identidad común o sentido de pertenencia**, en esto nada tendrá que ver que los integrantes posean el mismo nivel sociocultural para poder llevar adelante su cometido, sino más bien lo que hará que funcionen es esa identidad común, trabajar en el mismo proyecto. Cuando lo que prima e inclina la balanza a la hora de integrar o no un grupo social es un criterio económico, entonces, estaremos en realidad ante una clase social y no de un grupo. El grupo social, además de ser la principal pieza constitutiva de la estructura social resulta ser el primer espacio en el cual los individuos ponen en práctica los roles y los estatus. Una vez en el grupo, las normas que lo regularán saldrán únicamente desde adentro es decir, se promoverán algunas, luego se dictarán y finalmente se aceptarán para sí o sí ser cumplidas.

1.1.1 Teoría dialéctica sobre el grupo humano.

“Existen tres condiciones que debe reunir una teoría psicosocial sobre los grupos humanos más adecuada que los modelos en uso”³.

- (a) Debe dar cuenta de la realidad social del grupo en cuanto tal, realidad no reductible a las características no personales de los individuos que constituyen el grupo.
- (b) Debe ser lo suficientemente comprensiva como para incluir tanto a los grupos pequeños como a los grupos grandes.
- (c) Debe incluir como uno de sus aspectos básicos en carácter histórico de los grupos humanos.

A la luz de estas existencias, definimos un grupo humano como aquella estructura de vínculos y relaciones entre personas que canalizan en cada circunstancia sus necesidades individuales y/o los intereses colectivos. Explicamos esta definición: un grupo es, en primer lugar, una estructura social. El grupo es una realidad total, un conjunto que no puede ser reducido a la suma de sus constitutivos. Una familia es más que un hombre, y una mujer y un niño; un batallón es más que un centenar de hombres armados; es más viene dado en ambos casos por los conjuntos que forman, las totalidades que lo constituyen. La totalidad del grupo supone unos vínculos entre los individuos, una relación de interdependencia que es la que establece el carácter de estructura y hace de las personas miembros.

Se habla de una estructura social primero porque, como ya se había indicado, condición esencial para la existencia de un grupo es la participación de varios individuos; pero el carácter social de la estructura grupal radica precisamente en que surge como producto de la referencia mutua y necesaria de sus miembros y/o de sus acciones.

En segundo lugar, se afirma que la estructura social que es un grupo constituye un canal de necesidades e intereses en una situación y circunstancia específica. El grupo es una estructura que responde a las necesidades y exigencias de los seres humanos;

³ Ignacio Martín Baró: “Sistema, grupo y poder: Psicología Social desde Centroamérica II”, UCA editores, 1996; págs: 205-206.

finalmente, la definición propuesta que señala el grupo canaliza tanto las necesidades personales como los intereses colectivos. Este punto es crucial desde la perspectiva psicosocial. Algunos grupos son primordialmente en resultado de las necesidades peculiares de los individuos que los componen; pero hay grupos también que son la expresión y la materialización de los interés colectivos, ya sean los intereses conflictivos de unos pueblos contra otros o de unas clases sociales frente a otras. De manera semejante, la constitución de un sindicato obrero tiende a articular los intereses de los grupos de trabajadores, puede canalizar en ciertos casos intereses personales de algunos de sus dirigentes y aun servir como instrumento asimilador o de “cooptación” a los intereses personales. De ahí que los principales parámetros para el análisis de un grupo sean tres:

- (1) La identidad del grupo, es decir, la definición de lo que es y le caracteriza como tal frente a otros grupos.
- (2) El poder de que dispone el grupo en sus relaciones con los demás grupos más.
- (3) La significación social de lo que produce esa actividad grupal.

1.1.2. La identidad grupal

Un grupo será una familia, una “barra” de amigos, un club deportivo, un sindicato, un regimiento militar, los miembros de una secta religiosa, los integrantes de un colegio profesional. La identidad de un grupo no significa que todos los miembros posean necesariamente un mismo rasgo; si así fuera, estaríamos de nuevo incurriendo en aquella visión que postula un elemento común a todos los individuos para que formen un grupo. Lo que la identidad grupal requiere es que exista una totalidad, una unidad de conjunto, y que esa totalidad tenga una peculiaridad que permita diferenciarla de otras totalidades. Tres aspectos conforman básicamente la identidad de grupo:

- (1) Su formalización organizativa.
- (2) Sus relaciones con otros grupos.
- (3) La conciencia de sus miembros.

Estos tres aspectos pueden ser empíricamente operativizados como indicadores de la identidad de un determinado grupo.

1.1.3 La percepción de grupo

Es obvio que un grupo como tal no percibe a otro grupo; son los miembros de los diversos grupos los que se perciben entre sí. Sin embargo, se puede hablar de percepción grupal en la medida en que el que percibe lo hace como miembro de un grupo y, a su vez, percibe a los demás no como individuo sino como miembros de grupos. Que al percibir las personas estemos actuando como miembros de un determinado grupo es algo que se sigue lógicamente de los procesos de socialización primaria: percibimos con categorías surgidas y enraizadas en los intereses y valores de nuestro propio grupo.

1.1.4 Clasificación de grupos

Los grupos pueden ser formales o informales. Por **grupos formales** nos referimos a los que define la estructura de la organización, con asignaciones determinadas de trabajo que fijan tareas. En los grupos formales, el comportamiento de los individuos está estipulado y dirigido hacia las metas de la organización. Los seis miembros de la tripulación de un avión son ejemplo de un grupo formal. En cambio, los **grupos informales** son alianzas que no tienen una estructura formal ni están definidos por la organización. Estos grupos son formaciones naturales del entorno laboral que surgen en respuesta a la necesidad de contacto social. Tres empleados de diferentes departamentos que comen periódicamente juntos son un ejemplo de grupo informal. Todavía es posible clasificar las agrupaciones en grupos de mando, de tareas, de interés y de amigos. Los grupos de mando y de tareas, están dictados por la organización formal, en tanto que los grupos de interés y de amigos son alianzas informales.

Clases de grupos:

- “Grupo formal: grupo designado de trabajo definido por la estructura de la organización.
- Grupo informal: grupo que no está estructurado formalmente ni está determinado por la organización; aparece en respuesta a la necesidad de contacto social.
- Grupo de mando: grupo compuesto por individuos que reportan a determinado gerente.
- Grupo de tarea: quienes trabajan juntos para completar una tarea.
- Grupo de intereses: quienes trabajan juntos para alcanzar determinado objetivo que concierne a todos.
- Grupo de amigos: personas que se reúnen porque tienen una o más características comunes”.⁴

1.1.5 Creación deliberada de grupos

Sea vuelto una práctica habitual el enfrentar los problemas que se plantean mediante la formación de una comisión o grupo de trabajo. Incluso la familia tiene en muchos casos el carácter de una decisión deliberada, asumida tras sopesar los pros y los contras; esto es sobre todo común cuando se trata de conyugues maduros o en los casos de segundas nupcias. Pero es sobre todo en el mundo del trabajo donde la formación de equipos se ha vuelto una de las formas más usuales de actuación. Los equipos de trabajos pueden ir desde una subcomisión que estudie y ofrezca alternativas sobre un determinado punto a una empresa o institución hasta un sindicato mediante el cual se pretenda lograr respuestas a aquellas reivindicaciones laborales que de otro modo son ignoradas. Obviamente, los grupos creados en forma deliberada pueden ser muy distintos según el objetivo o las tareas que les asignen. Así, los grupos variaran en el

⁴Ignacio Martín Baró: “Sistema, grupo y poder: Psicología Social desde Centroamérica II”, UCA editores, 1996; págs: 207-208.

número de funciones que tengan que atender en el poder de que dispondrán para cumplir su cometido y, por supuesto, en la duración de su existencia. Hay dos tipos de grupos pequeños, formados deliberadamente, que han tenido mucha importancia en los últimos años: los equipos de trabajo y los grupos de encuentro o de entretenimiento. Quizás la diferencia más fundamental entre ellos radique en que los grupos de trabajo se forman para resolver un problema o realizar una tarea definitiva, mientras que el objetivo primordial de los grupos de encuentro es atender a los miembros del grupo en cuanto a personas y a sus relaciones interpersonales. Puede decirse así que el objeto de los equipos de trabajo está fuera del grupo, mientras que el objeto de los equipos de encuentro o de entretenimiento lo constituye el propio grupo.

1.1.5.1 El Grupo De Trabajo

En la vida cotidiana surgen una serie de necesidades, exigencias, dificultades y problemas cuya resolución puede ser mejor realizada por un grupo que por un individuo. Hay muchas condiciones que pueden hacer recomendable la formación de un equipo de trabajo. En algunas ocasiones es necesario tomar en cuenta diversos puntos de vista; es el caso por ejemplo, de la formación de comisiones inter partidistas al interior de un parlamento o asamblea legislativa. Cuando una tarea no puede ser realizada individualmente la formación de un grupo no ofrece mayor duda; no se puede jugar fútbol por ejemplo, si no se cuenta con un equipo. La respuesta a esta cuestión no es mecánica sino que depende en buena medida de los criterios a los que se conceda prioridad. En algunos casos, el criterio principal será que el resultado ofrezca el menor número posible de errores o deficiencia; en otros casos lo que primara será la obtención de un resultado rápido, aunque tenga más fallos; y en otros casos, todavía, el criterio decisivo lo constituirá el empleo más eficiente de los recursos disponibles.

1.1.5.2 El Grupo De Entrenamiento (T-group)

Una manera de definir los llamados grupos de entretenimiento (en inglés, training groups o T-groups) es caracterizarlos por equipo sin una tarea explícita. Precisamente la concentración progresiva en las relaciones entre los miembros produjo la evolución

de este tipo de grupos. Esa evolución puede ser descrita como el paso de los grupos de entrenamiento propiamente dichos (los T-groups) a los grupos de encuentro (en inglés, los encounter groups o E-groups). Mientras los grupos de entrenamiento tienen su origen en la tradición de Kurt Lewin y se vincula con los centros del noreste de Estados Unidos, los grupos de encuentro se originan en la tradición de Carl R.

“Según Edward E. Sampson, los grupos de entrenamiento surgen como el producto de cinco factores, 1) el trabajo de Lewin, 2) la psicología del yo, 3) la “dramaturgia” de Moreno, 4) algunas ideas existencialistas y 5) ciertas transformaciones de los países industrializados. Lewin inició los grupos de entrenamiento como una forma particularmente adecuada para lograr que las personas desarrollaran aquella comprensión de los procesos grupales que le permitirían hacer miembros más productivos y eficientes de los grupos. Se trata, por tanto, de un aprendizaje experimental, a través de la propia participación en los procesos grupales”⁵.

1.1.5.3 Los Gremios Ocupacionales

“Gremio” es un concepto de origen latino que ya en el siglo XVI se utilizaba para aludir a una “corporación de trabajadores”. Una de las principales acepciones que el diccionario da al término es la de “corporación formada por los maestros, oficiales y aprendices de una misma profesión u oficio”. La identidad corporativa vendría por tanto, de la profesión u oficio realizado. Cuando se mira la realidad gremial en nuestras sociedades se observa la existencia de trabajadores o profesionales unidos por fuertes vínculos y todo tipo de estructuras gremiales, mientras que se ven otros trabajadores y profesionales sin ningún vínculo entre sí y sin más relación que la de desempeñar un trabajo similar o una misma ocupación. Ciertamente, en no pocos casos, la conciencia sobre las necesidades gremiales abre la puerta a la conciencia de clases.

En primer lugar, la conciencia gremial es, por lo general, de carácter reivindicativo y busca una satisfacción concreta e inmediata, mientras que la conciencia de clase suele

⁵ Ignacio Martín Baró: “Sistema, grupo y poder: Psicología Social desde Centroamérica II”, UCA editores, 1996; págs: 274-281.

reclamar una satisfacción más global y, por tanto, más mediata. En segundo, lugar la conciencia de clases supone en la situación de el salvador, una conciencia y una consiguiente praxis política. Ahora bien, la represión ejercida por el estado Salvadoreño desde la década de los setenta, tanto mediante los cuerpos de seguridad o fuerzas policiales, como mediante el recurso a los “los escuadrones de la muerte”, han vuelto sumamente costoso el involucramiento político opositor a los sectores laborales. En los gremios profesionales, formados sobre todo por lo que suelen llamar “las clases medias”, se produce un fenómeno similar respecto a las necesidades creadas. El estilo de vida y el status adscritos a la realización de determinados roles van propiciando la aparición de determinadas necesidades, fuertemente estimuladas por todo el aparato publicitario vinculado al sistema productivo. “En las sociedades latinoamericanas, los dos gremios socialmente más poderosos suelen ser el de los “empresarios privados” y el de las fuerzas armadas. Ambos constituyen los ejes en los que se articula el orden establecido: el uno como poder económico, determinante del sistema social, y el otro como poder coercitivo, mantenedor del mismo sistema”⁶.

1.1.6 El grupo de amigos/as

La elección de los amigos es una cuestión personal, los padres deben mantenerse al margen de esta elección, pero deben mostrar interés por las amistades y observar si estas le pueden perjudicar, ya que es en la adolescencia cuando los amigos pueden influir más, tanto positiva como negativamente en nuestros hijos. Cuando se crea una amistad es porque los dos o más se sienten identificados. Los amigos son quienes reafirman la personalidad en los diferentes momentos de la vida. Cuando se trata de jóvenes el sentirse parte de un grupo es esencial, el grupo le da pertenencia y le abre hacia la vida social, su relación les permite tener afinidades e intereses mismos, creando la necesidad de ser aceptados y no rechazados, dentro de cada grupo se desempeñan roles específicos, ya sea con los grupos de amigos, religiosos o escolares.

⁶ Ignacio Martín Baró: “Sistema, grupo y poder: Psicología Social desde Centroamérica II”, UCA editores, 1996; págs: 335.

1.1.7 Surgimiento espontaneo de grupos

Espontaneidad no significa casualidad. Un comportamiento es espontaneo en la medida en que se realiza voluntariamente, sin fuerzas externas que presionen a su ejecución. Se dice que un individuo es espontaneo cuando es capaz de actuar sin que las circunstancias ambientales lo influyan o determine. Ahora bien, que un comportamiento sea espontaneo no quiere decir que sea irracional, una persona puede tener buenas razones para actuar espontáneamente y, en todo caso, el comportamiento es espontaneo no porque se haga sin causa o razón, sino porque su razón y causa hay que buscarlos en la propia persona que lo realiza. Que una persona se enamore de otra, que dos personas decidan casarse, bien pueden ser procesos y comportamientos espontáneos, es decir, cuya raíz haya que buscarla en los propios interesados y no en otras fuerzas externas o ajenas a ello. “Se suelen mencionar cuatro factores que influyen en la formación espontanea de los grupos primarios: a) la atracción entre sus futuros miembros, b) alguna semejanza entre ellos, c) la ansiedad y d) la complementariedad de sus rasgos o habilidades”⁷. Cada uno de estos factores puede influir más o menos en el origen de un grupo, aunque basta uno solo de ellos para que el grupo se forme.

1.1.7.1 Atracción

La apariencia física de las personas es uno de los elementos más importantes para el establecimiento de las relaciones interpersonales. Las personas de apariencia más bella gozan de ciertas ventajas en la interacción social, ya que se ha comprobado que las personas tienden a atribuirles cualidades deseables. Ante todo los criterios de belleza varían significativamente de un grupo a otro y hasta de un individuo a otro. Así por ejemplo, el campesino suele considerar a la mujer delgada como poco atractiva, mientras que la delgadez constituye un distintivo de belleza en algunos ambientes urbanos. Por otro lado, la capacidad de atraer no depende únicamente de la belleza física de una persona. Hay otras cualidades, intelectuales, morales o sociales, que

⁷ Ignacio Martín Baró: “Sistema, grupo y poder: Psicología Social desde Centroamérica II”, UCA editores, 1996; págs: 253.

pueden hacer muy atractiva a una persona, aunque en lo físico sea fea o poco agradable. Muchas familias surgen por el enamoramiento experimentado entre dos personas, que se atraen mutuamente. Más de una separación o divorcio temprano se deben al descubrimiento de rasgos y características que se ocultaba tras la apariencia que resultaron atractivas.

1.1.7.2 Semejanza

Otro de los factores fundamentales que lleva a formar un grupo primario es la semejanza. Es obvio que las personas tienden a juntarse con los de su misma edad: niños con niños, adolescentes con adolescentes, adultos con adultos, y ancianos con ancianos. Pero cualquier otra similitud, sobre todo aquellas que afectan a las principales áreas de la vida humana, puede servir de base a la formación espontánea de un grupo. Se juntan los aficionados al fútbol y los que gustan bailar, los amantes del teatro y los que tienen unas mismas ideas políticas. Todo lleva a pensar que, cuantas más cosas en común tengan varias personas, más probabilidades habrá que lleguen a formar un grupo primario y de que su vinculación sea más duradera. Un hecho comprobado es que las personas tienden espontáneamente a unirse en grupos de diversas naturalezas con aquellos que tienen ideas, actitudes gustos o aficiones semejantes. Por eso, entre quienes viven o se mueven en un mismo ambiente, pueden darse relaciones que no se basan necesariamente en ideas, valores o gustos semejantes; pero es claro que las relaciones más estables e íntimas tienden a establecerse entre quienes, además de estar próximos físicamente, cuentan con otras formas de cercanía psicosocial.

1.1.7.3 Ansiedad

Una de las circunstancias que suele impulsar a las personas a buscar la compañía de los demás es la experiencia de la ansiedad. La ansiedad constituye un sentimiento de malestar, más o menos difuso acerca de algún objeto o proceso que la persona no puede controlar o frente al cual no sabe qué hacer o pensar. La ansiedad puede llegar a paralizar a las personas, desarticulándolas psíquicamente. Por consiguiente, una de las causas que precipitaría la formación de grupos primarios sería el intento por eliminar la

ansiedad. “Según Stanley Schachter (1959)”⁸, hay cinco posibles explicaciones de por qué la presencia de otras personas reduce la ansiedad:

- 1) Escape: la presencia de otras personas sirve como una forma de escapar a las circunstancias ansiógenas.
- 2) Claridad cognoscitiva: las personas ansiosas tratan de encontrar en las demás personas o en sus comportamientos una respuesta a su propia oscuridad e inquietud.
- 3) Consuelo: la presencia de otras personas resulta reconfortante frente a la efusividad del objeto de la ansiedad.
- 4) Distracción: al distraer la atención, la presencia de otras personas tiende a calmar la ansiedad.
- 5) Evaluación de uno mismo: la presencia de otros sirve como índice para medir la propia manera de actuar o reaccionar frente a la circunstancia causante de la ansiedad.

1.1.7.4 Complementariedad

Se trata de una de las razones en apariencias más obvias para la formación de un grupo primario. Es evidente que la complementariedad de los miembros resulta una de las condiciones esenciales para la formación deliberada de grupos.; sin embargo, resulta menos claro que las personas se junten espontáneamente buscando complementarse entre sí, sobre todo si tiene en cuenta que la complementariedad puede aparecer en un primer momento como simple disimilitud. Por eso, las características complementarias servirán de base a la formación de grupos en la medida en que quienes carecen de ellas las aprecien o sean consientes de su necesidad. Las personas seleccionan sus amistades entre aquellos con quienes se relacionan en su medio social, ya sea a través de los vínculos generados por la cercanía habitacional, los contactos laborales. Atracción, semejanza, ansiedad y complementariedad inducen a la formación espontanea de un grupo.

⁸ Ignacio Martín Baró: “Sistema, grupo y poder: Psicología Social desde Centroamérica II”, UCA editores, 1996; págs: 256-258.

1.1.8 La voluntad de poder

Como punto de partida podemos tomar dos importantes observaciones de la experiencia cotidiana: a) todos los grupos humanos, por no decir todos los seres humanos, buscan de una u otra manera el poder, entendido como un diferencial favorable de recursos en sus relaciones sociales, intergrupales o interpersonales, b) hay importantes diferencias tanto en las áreas en que grupos y personas buscan el poder cuanto en la intensidad con lo que persiguen y en las formas que emplean para lograrlo. Estamos afirmando, que la búsqueda del poder constituye una tendencia universal, lo que no quita para que determinados grupos o personas puedan optar en un momento determinado o en un ámbito concreto de la existencia social por renunciar a su poder. Acerca de esta tendencia universal hay dos enfoques distintos: los que la consideran como una derivación neurótica de la personalidad, y los que se estiman que se trata de una característica necesaria para el desarrollo de la vida humana, aunque pueda desviarse hacia formas indeseables.

1.1.8.1 La búsqueda de poder como tendencia neurótica

“El exponente más connotado de este punto de vista es Alfred Adler; para Adler, todo el punto de partida en la comprensión del hombre se cifra en el desvalimiento o insuficiencia con que nace, lo que le pone en dependencia y a merced total del adulto: ser hombre significa sentirse inferior”⁹. El famoso “sentimiento de inferioridad” no es entonces sino la vivencia subjetiva por parte de cada individuo de que se encuentra en una situación de desventaja frente a otros o de insuficiencia frente a algo; pero este mismo sentimiento de inferioridad desencadena la aspiración hacia una superación, hacia un crecimiento, hacia un fin que se constituye en polo dinamizador de la existencia humana. Ahora bien en relación con el sentimiento de inferioridad que lleva a superar la deficiencia, a compensar las carencias, puede seguir en cauce normal y sano o un cauce anormal y neurótico. La formal normal requiere el “sentimiento comunitario” por el que la persona busca su propio bien junto con el bien de los demás; por el

⁹ Ignacio Martín Baró: “Sistema, grupo y poder: Psicología Social desde Centroamérica II”, UCA editores, 1996; págs: 178-179.

contrario, la forma anormal lleva a buscar el propio beneficio en forma egoísta, subordinando el bien de los demás al bien personal, convirtiendo a los demás en escalones para el propio ascenso. La superioridad neurótica supone el ejercicio del poder no con los demás sino sobre los demás. Por tanto, la búsqueda de poder entendido como el diferencial de superioridad sobre los otros, constituye una forma neurótica de buscar compensación al inicial sentimiento de inferioridad.

1.1.8.2 La búsqueda de poder como tendencia normal necesaria

Según Roll May (1972), el poder constituye un elemento esencial para el desarrollo de todo ser viviente, en particular del ser humano. En este sentido tan básico, el poder constituye precisamente el factor que hace posible la afirmación vital de las personas. Por ello, la búsqueda de poder, la voluntad de poder pretende la propia afirmación y realización existencial. May utiliza la paradoja contrapuesta a la expresión de Lord Acton, afirmando que es la impotencia la que corrompe.

“May propone cinco niveles del poder que, según él se encuentran como potencialidades en la vida de todo ser humano”¹⁰:

1. El poder para hacer que se recibe en el acto del nacimiento y que es necesario para desarrollar una personalidad propia.
2. La afirmación de uno mismo necesaria a todo ser humano. Esta afirmación supone el problema de la significación y estima de uno mismo.
3. La reafirmación de uno mismo que se da como reacción cuando las personas se encuentran resistencia y oposición a la inicial afirmación de sí mismas.
4. La agresión, que es una forma de reacción más fuerte cuando la persona ve bloqueada por un periodo largo de tiempo la afirmación de sí misma.
5. Finalmente, la violencia, que es la explosión física cuando incluso los esfuerzos agresivos resultan ineficaces.

¹⁰ Ignacio Martín Baró: “Sistema, grupo y poder: Psicología Social desde Centroamérica II”, UCA editores, 1996; págs: 180-181.

Creemos que la voluntad de poder es parte, efectivamente, del desarrollo y actuar normal de las personas que, veíamos en nuestra definición se encuentra presente en todas las relaciones sociales, interpersonales e intergrupales, aunque puede evolucionar asía formas anormales o patológicas. En este sentido, quizás se pueda afirmar que el carácter anormal que la voluntad de poder empieza a darse cuando el poder se cosifica, se convierte en un objeto por sí mismo, dinámica que se aprecia en toda su desnudez cuando se entra en la espiral viciosa del poder.

1.2 Definición de autoestima

La barrera que representa el mayor obstáculo para los logros y el éxito no es la falta de talento o habilidad, sino, más bien, el hecho de que aquellos, llegando a cierto punto, se vean excluidos del autoconcepto, la propia imagen de quiénes somos y que es apropiado para nosotros. La mayor de las barreras para el amor es el secreto temor de no ser digno de ser amado, la peor barrera para la felicidad es la indescriptible sensación de que la felicidad no es el destino adecuado para nosotros. En esto reside la importancia de la autoestima; así que debemos de comenzar por comprender lo que significa autoestima.

Robert B. Burns considera que “la autoestima es el conjunto de las actitudes del individuo hacia sí mismo. El ser humano se percibe a nivel sensorial; piensa sobre sí mismo y sobre sus comportamientos; se evalúa y los evalúa. Consecuentemente, siente emociones relacionadas consigo mismo”¹¹. Todo ello evoca en él tendencias conductuales dirigidas hacia sí mismo, hacia su forma de ser y de comportarse, y hacia los rasgos de su cuerpo y de su carácter, y ello configura las actitudes que, globalmente, llamamos autoestima. Por lo tanto, la autoestima, para Burns, es la percepción evaluativa de uno mismo. En sus propias palabras: «la conducta del individuo es el resultado de la interpretación peculiar de su medio, cuyo foco es el sí mismo».

¹¹ Branden, Nathaniel: “El respeto hacia uno mismo: como vencer el temor a la desaprobación”, Barcelona, Paidós; 2da edición 1997; pág: 19.

Investigadores como Coopersmith (1967), Brinkman et al. (1989), López y Schnitzler (1983), Rosemberg y Collarte, si bien exponen conceptualizaciones de la autoestima diferentes entre sí, coinciden en algunos puntos básicos, como que la autoestima es relevante para la vida del ser humano y que constituye un factor importante para el ajuste emocional, cognitivo y práctico de la persona. Agrupando las aportaciones de los autores citados, se obtendría una definición conjunta como la siguiente: La autoestima es una competencia específica de carácter socio-afectivo que constituye una de las bases mediante las cuales el sujeto realiza o modifica sus acciones. Se expresa en el individuo a través de un proceso psicológico complejo que involucra a la percepción, la imagen, la estima y el auto concepto que éste tiene de sí mismo. En este proceso, la toma de conciencia de la valía personal se va construyendo y reconstruyendo durante toda la vida, tanto a través de las experiencias vivenciales del sujeto, como de la interacción que éste tiene con los demás y con el ambiente.

La autoestima es un concepto inherente a una sensación fundamental de eficacia y aun sentido fundamental de mérito, a la idoneidad y a la dignidad en principio. Puede comprenderse mejor el concepto de elevada autoestima como la suma integrada de confianza en sí mismo y respeto de sí mismo. “La confianza en sí mismo es la conciencia que evalúa la eficacia de sus propias operaciones cuando está abocada a la tarea de comprender la realidad y desenvolverse en ella”¹². En resumen la autoestima es una evaluación de mi mente, mi conciencia, y en un sentido profundo, de mi persona. No se trata de una evaluación de determinados éxitos o fracasos, tampoco de determinados conocimientos o habilidades. Es decir, se puede estar muy seguro de sí mismo en el nivel fundamental, y sin embargo sentirme inseguro de mis capacidades en situaciones sociales específicas. De la misma manera, puedo desenvolverme bien en el trato social y, aun así, ser inseguro y dubitativo en mi interior. En contraposición a lo mencionado anteriormente tener una baja autoestima es sentirse inapropiado para la vida, inadecuado, no acerca de un tema o conocimiento, sino inadecuado como

¹² Branden, Nathaniel: “El respeto hacia uno mismo: como vencer el temor a la desaprobación”, Barcelona, Paidós; 2da edición 1997; pág: 20-21.

persona, inadecuado en su propia existencia, y responder a los desafíos y alegrías de la vida con un sentimiento fundamental de incapacidad y desmerecimiento.

1.2.1 Breve reseña histórica del autoestima

La autoestima, como vivencia psíquica, ha acompañado al ser humano desde sus comienzos. El constructo psicológico de autoestima (o auto concepto) se remonta a William James, a finales del siglo XIX, quien, en su obra *Los Principios de la Psicología*, estudiaba el desdoblamiento de nuestro “Yo-global” en un “Yo-conocedor” y un “Yo-conocido”. Según James, de este desdoblamiento, del cual todos somos conscientes en mayor o menor grado, nace la autoestima.

Ya entrado el siglo XX, la influencia inicial de la psicología conductista minimizó el estudio introspectivo de los procesos mentales, las emociones y los sentimientos, reemplazándolo por el estudio objetivo mediante métodos experimentales de los comportamientos observados en relación con el medio. El conductismo situaba al ser humano como un animal sujeto a reforzadores, y sugería situar a la propia psicología como una ciencia experimental similar a la química o a la biología. Como consecuencia, se descuidó durante bastante tiempo el estudio sistemático de la autoestima, que era considerada una hipótesis poco susceptible de medición rigurosa.

A mediados del siglo XX, y con la psicología fenomenológica y la psicoterapia humanista, la autoestima volvió a cobrar protagonismo y tomó un lugar central en la autorrealización personal y en el tratamiento de los trastornos psíquicos. Se empezó a contemplar la satisfacción personal y el tratamiento psicoterapéutico, y se hizo posible la introducción de nuevos elementos que ayudaban a comprender los motivos por los que las personas tienden a sentirse poco valiosas, desmotivadas e incapaces de emprender por ellas mismas desafíos.

Carl Rogers, máximo exponente de la psicología humanista, expuso su teoría acerca de la aceptación y auto aceptación incondicional como la mejor forma de mejorar la autoestima.

“La autoestima se va formando desde que nace el ser humano desde el momento que interactúa la familia con el ser humano ahí él, va experimentando el agrado de la familia, la satisfacción el agrado de saber que el nuevo miembro de la familia será o es niño o niña”¹³. A medida le van dando cuidado al niño salud, educación, vivienda, el ser humano se va desarrollando como persona dinámica con intereses, inquietudes en este sentido el niño se va formando la imagen de la familia normal, el entorno y va desarrollando la conciencia y la autoconciencia, y así va pasando varias etapas del ser humano. La opinión que hace el padre de su hijo contribuye a que el niño se sienta útil o potencialmente inútil porque un condicionamiento emocional-cultural. El equilibrio está dado por una autoestima para una familia estable de manera que sepa qué es capaz de hacer y que no es capaz de hacer. Ahí comienza a valorarse como persona, la autoconciencia es conocerse uno mismo en relación con la sociedad.

La etapa determinante del ser humano es la pubertad porque existe una resistencia que busca una construcción una valoración de sí mismo, porque dentro del niño/a hay cambios biológicos y psicológicos. Cuando el joven empieza a tomar autoridad en sus planes todo esto se hace por parte de la autoestima. Sea niño/a, joven, o adulto aun en la vejez es de hacerles ver que son importantes dentro de una sociedad. Es normal que los púber se alejen de los adultos porque se reúnen con gente de su misma edad por que buscan los mismos fines; los países consumistas bombardean al adolescente para que sea consumista experimenta una realidad que no es la de él. El capitalismo es bien hábil y muy subliminal para poder alienar a toda la población y es ahí donde el capitalismo vulnera la autoestima al sujeto.

Al tener una autoestima baja la población comete crímenes, asesinatos, de creerse más que otras personas por que nos volvemos engreídos nos endiosamos. Al creernos inútil tenemos una baja autoestima, al tener una alta autoestima el joven le dará un mejor uso al internet pues la autoestima es parte de la personalidad no es nada aislado es parte del sujeto y una cuestión de aprendizaje social que tiene el individuo. La tecnología puede contribuir en buena parte en la autoestima acerca de su desarrollo personal, para

¹³ Entrevista realizada al Licenciado en Psicología: Santos Alberto Juárez, catedrático de la UES-FMP.

desarrollar una autoestima buena se debe aprender a escucharse uno mismo y escuchar el mundo también.

1.2.2 Niveles de la autoestima: alta, baja, e intermedio

Como seres sociales que somos, necesitamos cierta estima por parte de nuestro prójimo. El pilar fundamental de la autoestima positiva es la intención de tomar conciencia, la voluntad de comprender, pero ningún estudio ha sugerido nunca que la buena autoestima se relaciona con el coeficiente intelectual, lo cual no es nada sorprendente. “La autoestima es una función no inherente a nuestros dotes naturales, sino a nuestra manera de usar la conciencia”¹⁴. Resulta útil hablar de “pensar con independencia” porque la redundancia tiene valor en términos de énfasis. Muchas veces, se da a pensar el significado de reciclar las opiniones de otros. De manera que podemos decir que pensar con independencia sobre nuestro trabajo, nuestras relaciones, los valores que guiaran nuestras vidas, las metas que nos impondremos estimula la autoestima y la sana autoestima estimula a una inclinación natural por pensar con independencia. Si bien nadie es perfectamente independiente ni por completo dependiente durante todo el tiempo, cuanto mayor sea el nivel de independencia que tengamos y cuanto más dispuestos estemos a pensar por nuestra cuenta, mayor será el nivel de autoestima que alcancemos. Pensar con independencia consiste en aprender a diferenciar entre los hechos, por un lado, y los deseos y temores por otro. La tarea resulta difícil a veces porque los mismos pensamientos se ven influidos y hasta saturados por el sentimiento. La autoestima es un concepto gradual. En virtud de ello, las personas pueden presentar en esencia uno de tres estados:

- Tener una **autoestima alta** equivale a sentirse confiadamente apto para la vida, o, usando los términos de la definición inicial, sentirse capaz y valioso; o sentirse aceptado como persona.

¹⁴ Branden, Nathaniel: “El respeto hacia uno mismo: como vencer el temor a la desaprobación”, Barcelona, Paidós; 2da edición 1997; pág: 70-73.

- Tener una **baja autoestima** es cuando la persona no se siente en disposición para la vida; sentirse equivocado como persona.
- Tener un **término medio de autoestima** es oscilar entre los dos estados anteriores, es decir, sentirse apto e inútil, acertado y equivocado como persona, y manifestar estas incongruencias en la conducta actuar, unas veces con sensatez otras con irreflexión reforzando así, la inseguridad.

1.2.3 Configuración de la autovaloración

“El desarrollo de la autovaloración es una cuestión muy compleja que se va configurando a través de la educación y la autoeducación. La autovaloración se desarrolla a través del estudio, análisis de la síntesis, experiencias que tiene cada sujeto, de las oportunidades que tiene en la vida sea deportiva, recreativa, laboral, estudiantil u otra actividad del ser humano”¹⁵. En la medida que interactúa con su realidad tiene más posibilidad de desarrollar su autovaloración; pasando por varios filtros, reconociendo aciertos y errores en la vida.

Las ideas negativas ayudan a formar la autovaloración, pues el sujeto se enfrenta a la asesoría o consejería de personas que tiene más experiencia que la del propio sujeto. Cuando hay pensamiento crítico y autocrítico, hay una mejor autovaloración.

1.2.4 Desarrollo de la conciencia crítica y autocrítica para el uso del internet

“La crítica es el procedimiento para descubrir y superar los errores e insuficiencias en las actividades diarias del contexto en el cual nos desenvolvemos. Cuando se logra el avance de la crítica y la autocrítica se convierten en una de las principales fuerzas motrices del desarrollo de la sociedad”¹⁶. La conciencia crítica se incrementa cuando como sujetos nos reprogramamos, en otras palabras el pensamiento crítico nos lleva a reflexionar, construir y generar cambios.

¹⁵ Entrevista realizada al Licenciado en Psicología: Santos Alberto Juárez, catedrático de la UES-FMP.

¹⁶ Hegel, G. W. F: “Enciclopedia de las ciencias filosóficas”, México: Porrúa, edición 1980, pág: 93.

La conciencia crítica influye grandemente en el uso que se le brinde al internet y uno de los componentes de está, es no dejarse sorprender sin ver cuál es su intencionalidad. A la tecnología hay que pasarle el filtro de la crítica, como utilizarla de manera que nos favorezca para el desarrollo individual y comunitario; solo así se sacará el mejor provecho para el desarrollo de nuestra comunidad pues el uso adecuado es utilizar el internet como una herramienta de trabajo.

1.2.4.1 Conciencia individual

Forma superior, propia tan solo del hombre, del reflejo de la realidad objetiva; la conciencia constituye un conjunto de procesos psíquicos que participan activamente en el que conduce al hombre a comprender el mundo objetivo y su ser personal, está no es una cualidad innata, está determinada por la posición del hombre en la sociedad, por sus condiciones de vida, su educación, etc. Va más ligada a la capacidad que tiene cada persona para percibir la realidad del mundo en que se desenvuelve.

1.2.4.2 Conciencia social

Va encaminada a darse cuenta que pertenece o interactúa en un modo de producción determinado y aquí prácticamente la gente descubre que hay un sistema de ideas bien particular. Es el reflejo del ser social del mundo material donde se encuentra la persona.

1.3 El Consumismo: historia y concepto.

El consumismo puede referirse tanto a la acumulación, compra o consumo de bienes y servicios considerados no esenciales, como al sistema político y económico que promueve la adquisición competitiva de riqueza como signo de status y prestigio dentro de un grupo social. El consumo a gran escala en la sociedad contemporánea compromete seriamente los recursos naturales y el equilibrio ecológico. El consumismo inicia su desarrollo y crecimiento a lo largo del Siglo XX como consecuencia directa de la lógica interna del capitalismo y la aparición de la mercadotecnia o publicidad herramientas que fomentan el consumo generando nuevas necesidades en el consumidor, por ejemplo: ropa de moda, zapatos de moda, el uso de las nuevas

tecnologías, etc. El consumismo se ha desarrollado principalmente en el denominado mundo occidental extendiéndose después a otras áreas haciéndose popular el término creado por la antropología social sociedad de consumo, referido al consumo masivo de productos y servicios. Hasta caer en la alienación y enajenación.

“La alienación se entiende como la evidencia, visible y patente que nos convence de la presencia objetiva de una realidad, en otro sentido es mostrarse y al mismo tiempo, expresar la exterioridad de una presencia, el signo o la forma de exponer que una cosa existe. El origen de la palabra alienación es inglés y significa: marca, distintivo, señal es decir una exteriorización. La alienación de Hegel comienza a alienarse al sujeto al concentrarse por sí mismo, al abandonar definitivamente su individualidad al espíritu que es lo universal”¹⁷. El consumismo se aprovecha a través de la alienación, aliena a toda la población de manera que sean objetos de manipulación.

“La enajenación que se entiende como la acción de poner a uno fuera de sí o privarle de un juicio propio”¹⁸.

Para Jeremy Rifkin en la década de 1920 se produjo una sobreproducción en Estados Unidos motivada por un aumento de la productividad y una bajada de la demanda (economía) por la existencia de un alto número de desempleados debido a los cambios tecnológicos, que encontró en el marketing (mercadotecnia y publicidad) la herramienta para incrementar, dirigir y controlar el consumo y la mente de la gente. En relación con la evolución desde las primitivas sociedades igualitarias a sociedades de clases diferenciadas y el paso del intercambio y la reciprocidad a la acumulación que alcanza su apogeo en sociedad actual señala el antropólogo Marvin Harris.

La palabra consumismo proviene del latín “*consumĕre*” que significa gastar o destruir y que describe actualmente una tendencia innovadora, en especial en el pensamiento y

¹⁷ Carlos, Gurméndez: “El secreto de la alienación y la desalineación humana, Barcelona: Anthropos, edición: 1989, págs: 11-16.

¹⁸ Hegel, G. W. F: “Enciclopedia de las ciencias filosóficas”, México: Porrúa, edición 1980, pág: 26.

en el arte. Lo malo se vuelve un valor aceptable por todos los consumistas sin poner un acento crítico al problema.

El Salvador se ha ido transformando a través de los años en una sociedad extremadamente consumista, entendiendo que el consumismo se refiere a la acumulación, compra o consumo de bienes y servicios considerados no esenciales. Lo anterior se revela en el informe sobre desarrollo humano De la pobreza y el consumismo al bienestar de la gente, del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) 2010, que dejar ver que El Salvador es el tercer país más consumista en el mundo en cuanto a la relación consumo/Producto Interno Bruto (PIB), después de Lesoto y Liberia. El estudio advierte que El Salvador es uno de los cuatro países de América Latina que más ha perdido productividad con relación a Estados Unidos. El país ha tenido un crecimiento de 1.1 por ciento desde 1960. Se necesitarían 29 años para alcanzar el nivel de desarrollo de Costa Rica y 47 para alcanzar el nivel de desarrollo de Chile, si el país continúa bajo esta dinámica. Además, el informe explica que por cada 100 dólares producidos en El Salvador (el país geográficamente más pequeño de América) se consume 102.4. "Somos consumistas porque nos han impuesto el modelo neoliberal y nos han puesto que importemos de los países desarrollados productos subsidiados que eliminan al productor nuestro", explica el economista Salvador Arias. La dolarización y el libre comercio vinieron a consolidar aún más el modelo consumista. Tomando en cuenta que las remesas siguieron creciendo durante los años 90, así el nivel de consumo incrementó de igual forma.

Podemos decir que hoy en día nuestra sociedad se ha convertido en una sociedad muy consumista. Hoy en día, por ejemplo los jóvenes, se han convertido los motores principales del consumismo: "me voy a comprar los zapatos que salen en la tele". La juventud se ha convertido en el centro al que se dirige la producción por lo cual las grandes empresas intentan producir el deseo de "tener aún más" en los jóvenes actuales. Nos hemos convertido en una sociedad en la que cuanto más tenemos, más queremos. Las mujeres son también grandes consumistas. Las grandes empresas han juegan hábilmente pero de una manera incorrecta con la mente de las mujeres, por

ejemplo para vender un perfume, utilizan a una mujer guapa y atractiva o en su defecto, famosa para promocionar el producto

Pero todos en general hemos llegado a ser unos grandes consumistas, en la medida de que si sale en la televisión, tengo que comprarlo. La "compra compulsiva", por capricho, que no responde a necesidades del individuo crece sin parar.

1.3.1 Causas y consecuencias del consumismo.

El consumismo se ve incentivado principalmente por:

- La publicidad que en algunas ocasiones consigue convencer al público de que un gasto es necesario cuando antes se consideraba un lujo.
- La predisposición de usar y tirar de muchos productos,
- La baja calidad de algunos productos, que conllevan un período de vida relativamente bajo, los cuales son atractivos por su bajo costo, pero a largo plazo salen más caros y son más dañinos para el medio ambiente.
- Algunas patologías como obesidad o depresión que nos hacen creer más fácilmente en la publicidad engañosa, creyendo con esto que podemos resolver nuestro problema consumiendo indiscriminadamente alimentos, bebidas, artículos milagrosos u otro tipo de productos.
- El desecho inadecuado de objetos que pueden ser reutilizados o reciclados, ya sea por nosotros o por otros.
- La cultura y la presión social.
- La falta de identidad de cada una de las personas, al no conocer sus necesidades esenciales y por no estar claro en relación a las necesidades de los más cercanos a cada uno; factores influyentes como la imitación de personajes de televisión que generan un ídolo que se sigue. Dichos ídolos inducen a los faltos de identidad a consumir ciertos productos innecesarios. Consecuencia: generación de necesidades infinitas que no pueden suplirse, la no felicidad.

1.3.2 Ventajas y Desventajas del consumismo.

El consumismo se puede decir que es una enfermedad psicológica en la que solo te sientes bien si obtuviste la ropa de moda que deseabas, el cambio de cuerpo, el carro último modelo, etc. Y que conforme lo vas teniendo cada vez te aburre más rápido o simplemente te deja de gustar y vuelves a comprar lo nuevo que ha salido, por ejemplo: los celulares de último modelo, las computadoras y todo lo que está de moda.

El consumismo en cierta parte tiene ventajas, no para los consumidores porque implica un gasto más en su economía, pero sí es gran ventaja para los vendedores, ya que en un dos por tres, todo está agotado y su economía se supera día a día sin que nadie los pueda detener, además es una forma de desarrollar nuevos productos, nuevas ideas, nuevas prácticas que sin duda, van mejorando al pasar los años. Desventaja porque lo nuevo que sale en el mercado tiene una característica especial que hace que compremos; es bonito por fuera y además está de moda, y al poco tiempo resulta un fiasco, no se puede revender porque nadie lo quiere, puesto que ya salió algo más en el mercado, finalmente termina arrumbado u obsoleto sin uso pues se cambia por lo más nuevo o lo de moda

1.4 Concepto e Historia del Internet.

La historia de Internet se remonta al temprano desarrollo de las redes de comunicación. La idea de una red de computadoras diseñada para permitir la comunicación general entre usuarios de varias computadoras sea tanto desarrollo tecnológico como la fusión de la infraestructura de la red ya existente y los sistemas de telecomunicaciones. Las más antiguas versiones de estas ideas aparecieron a finales de los años cincuenta. Implementaciones prácticas de estos conceptos empezaron a finales de los ochenta y a lo largo de los noventa. En la década de 1980, tecnologías que reconoceríamos como las bases de la moderna Internet, empezaron a expandirse por todo el mundo. En los noventa se introdujo la World Wide Web (WWW), que se hizo común.

La infraestructura de Internet se esparció por el mundo, para crear la moderna red mundial de computadoras que hoy conocemos. Atravesó los países occidentales e intentó una penetración en los países en desarrollo, creando un acceso mundial a información y comunicación sin precedentes, pero también una brecha digital en el acceso a esta nueva infraestructura. Internet también alteró la economía del mundo entero, incluyendo las implicaciones económicas de la burbuja de las .com.

Un método de conectar computadoras, prevalente sobre los demás, se basaba en el método de la computadora central o unidad principal, que simplemente consistía en permitir a sus terminales conectarse a través de largas líneas alquiladas. Este método se usaba en los años cincuenta por el Proyecto RAND para apoyar a investigadores como Herbert Simon, en Pittsburgh (Pensilvania), cuando colaboraba a través de todo el continente con otros investigadores de Santa Mónica (California) trabajando en demostración automática de teoremas e inteligencia artificial. Un pionero fundamental en lo que se refiere a una red mundial, J.C.R. Licklider, comprendió la necesidad de una red mundial, según consta en su documento de enero, 1960, Man-Computer Symbiosis (Simbiosis Hombre-Computadora). Una red de muchos [ordenadores], conectados mediante líneas de comunicación de banda ancha" las cuales proporcionan "las funciones que existen hoy en día de las bibliotecas junto con anticipados avances en el guardado y adquisición de información y otras funciones simbióticas.

Internet: es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, garantizando que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial.

1.5 Utilización del internet.

Es indudable que la utilización de Internet ha ido ganando terreno de forma progresiva e imparable en todas las esferas de nuestras vidas, desde las actividades de ocio y entretenimiento hasta la forma en la que se establecen las relaciones sociales,

constituyendo además una fuente de información de referencia sobre cualquier tema o condición.

La adolescencia de El Salvador, hoy en día deben ser considerados como “nativos digitales” y por tanto han crecido inmersos en la tecnología digital, con Internet, los videojuegos, la telefonía móvil y un conjunto variado de gadgets (pequeños dispositivos y/o mini aplicaciones con funciones específicas que ofrecen diversas prestaciones tecnológicas), que presentan algunas características en común, como son su ubicuidad y su sencillez de uso, proporcionando el acceso a múltiples contenidos y ofreciendo la posibilidad de mantener al mismo tiempo un gran número de contactos y relaciones sociales; cerca del 100% de los adolescentes entre los 12 y los 17 años utilizan de forma habitual Internet y cada vez de forma más intensiva, ya sea como herramienta de comunicación o como primera fuente de información sobre temas tan diversos como deportes, música y con finalidad escolar, pero también para obtener información sobre temas de salud y diversos trabajos como los realizados.

1.5.1 Ventajas y desventajas del internet.

La evolución y el acceso a internet en estos últimos tiempos ha crecido enormemente y hoy hay mucha gente, especialmente las nuevas generaciones ya nacieron con esto, por lo que dentro de un tiempo ya el internet será algo intrínseco en nuestras vidas, y su crecimiento no lo podremos detener. Ahora bien, similar a la dependencia del teléfono celular, el internet ha hecho que muchas cosas se mejoren, haciendo procesos más eficientes, búsquedas de información mucho más sencilla, comunicación a distancia a tiempo real, y especialmente que ha economizado mucho los costos de los envíos de mensajes que anteriormente solo se daba por correspondencia. Pero también ha traído muchas cosas malas, como toda tecnología lo hace, y es hacer que las personas sean mucho más cómodas, trabajen menos, y accesibles a otro tipo de información desagradable. Por lo que vale la pena listar algunas ventajas y desventajas del internet en estos últimos tiempos:

Ventajas

- Hace la comunicación mucho más sencilla.
- Es posible conocer e interactuar con muchas personas de todas partes del mundo.
- La búsqueda de información se vuelve mucho más sencilla, sin tener que ir forzosamente a las bibliotecas tradicionales.
- Es posible encontrar muchos puntos de vista diferentes sobre alguna noticia.
- Es posible la creación y descarga de software libre, por sus herramientas colaborativas.
- La computadora se actualiza periódicamente más fácil que si no tuviéramos internet.
- Es posible encontrar soporte técnico de toda clase sobre alguna herramienta o proceso.
- El seguimiento de la información a tiempo real es posible a través del Internet.
- Es posible comprar fácilmente a otras tiendas de otros p
- Y es posible compartir muchas cosas personales o conocimientos que a otro le puede servir, y de esa manera, se vuelve bien provechoso.

Desventajas

- Así como es de fácil encontrar información buena, es posible encontrar de la misma forma información mala, desagradable (pornografía, violencia explícita, terrorismo) que puede afectar especialmente a los menores.
- Te genera una gran dependencia o vicio del internet, descuidándote de muchas cosas personales o laborales.
- Hace que los estudiantes se esfuercen menos en hacer sus tareas, debido a la mala práctica del copiar/pegar.
- El principal puente de la piratería es el internet.
- Distrae a los empleados en su trabajo.

- Dependencia de procesos. Si hay un corte de internet, hay muchos procesos que se quedan varados por esa dependencia.
- Dependencia de energía eléctrica. Si hay un corte de energía en la casa, adiós internet (no es el caso de la telefonía convencional).
- Hace que nazcan otros males tales como el spa, el malware, la proliferación de los virus, el phishing, etc.

1.5.2 El lado oscuro del internet

El internet es simplemente maravilloso, nos permite estar conectados con personas de todo el mundo, compartir archivos, documentos, ideas, enterarnos de cosas que de otro modo sería imposible, nos da acceso a las últimas noticias etc. No olvidemos que como prácticamente todo en este mundo también tiene su lado oscuro, existen muchas llamémosles desventajas del internet que si lo utilizamos con sentido común y prudencia no tienen por qué ocurrirnos.

Podemos encontrarnos con diferentes términos para definir a estos personajes: hackers, crackers, piratas, etc., estando normalmente condicionado el calificativo a los objetivos y a los efectos de sus ataques a los sistemas. El término hacker, por ejemplo, se utiliza normalmente para identificar a los que únicamente acceden a un sistema protegido como si se tratara de un reto personal, sin intentar causar daños. Los crackers, en cambio, tienen como principal objetivo producir daños que en muchos casos suponen un problema de extrema gravedad para el administrador del sistema. En cuanto a los piratas, su actividad se centra en la obtención de información confidencial y software de manera ilícita.

Pánico: Recordemos, y mis colegas webmasters no me dejarán mentir que las páginas de internet lo que buscan es un tráfico alto para esto muchas de ellas utilizan tácticas que son llamadas “Black Hat SEO” (con la analogía del sombrero de vaquero blanco significando que es el bueno y el del sombrero negro el malo) y rayan en el sensacionalismo para promocionar las keywords “del momento”; esto sucede por

ejemplo con las enfermedades en cuyo caso causan una buena cantidad de hipocondría (alteración mental enfermiza que se caracteriza por una preocupación obsesiva y sin motivos por la propia salud, provocando depresión y ansiedad) pues obviamente solo hablan de la “enfermedad de moda” la más peligrosa, de la que todo mundo quiere saber más y cuando las personas buscan sus síntomas por internet lo más probable es que se lleven el susto de su vida pues muchas enfermedades tanto simples como terminales comparten ciertos síntomas. Lo mismo es para las noticias, son muchos los sitios que te hacen creer que se va a acabar el mundo en cualquier momento y que si sales de tu casa no vas a volver, precisamente porque exageran la noticia tanto, que muchas veces rayan en el amarillismo.

Gente Peligrosas: asesinos, perversos, extorsionadores, violadores y prácticamente todas las felonías del código penal. Las redes sociales como Facebook son geniales pero no olviden usarlas con cautela y para lo que son: divertirse, no esperen conseguir trabajo a través de ellas, pueden terminar con mucho más que una decepción, no revelen datos muy personales, no pongan fotos tuyas enfrente de su escuela o lugar de trabajo; usen su sentido común y protéjase, la mayoría de las personas o son paranoicos o son del tipo “no pasa nada” la verdad es que tristemente la realidad no es blanco o negro.

Desordenes De Conducta: En el internet hay de todo, esto abarca un sin número de perversiones y parafilias, un niño expuesto a este tipo de cosas será fuertemente bombardeado en su sistema de creencias y moral, no olviden proteger a los niños y “darse sus vueltas” véanlos, estense con ellos un rato en la computadora pasen a preguntarles si quieren un refresco... el chiste es que sepan que en cualquier momento uno puede aparecer y chequen lo que hacen en internet, no es suficiente con el pornblocker (bloqueador de pornografía) puesto que hay 20 000 maneras para burlarlos lamentablemente la vigilancia a la antigua sigue siendo la mejor manera de protegerlos. Estos son los más importantes, pero hay muchos más seamos conscientes de los problemas que puede acarrear.

1.5.3 Influencia del internet en la sociedad actual

El mundo en el que vivimos ha dado un giro de 360° grados, ya que el futuro en las aulas de los diferentes centros educativos de El Salvador es muy prometedor, a la vez preocupante, porque si no estamos preparados nos pasara lo que sucede en el mar cuando estamos con el agua hasta la cintura, y nos percatamos del nuevo tumbo de agua que se ha formado. Ya el siglo pasado nos dio recursos tecnológicos como el teléfono, celular, el automóvil, el transporte aéreo, el uso de la electricidad en los hogares, la computadora, el internet. Tras la aparición de novedosas y diferentes tecnologías la sociedad se ve afectada en varios aspectos: económicos, sociales, políticos, etc. Es por esto que es conveniente analizar los aspectos que produce ese cambio directo o indirecto en desenvolvimiento de las personas dentro de la sociedad.

En el aspecto social es muy drástico decir que todos nos vemos afectados o influidos por el Internet, pero se debe mencionar que esta influencia puede ser considerada desde varios puntos de vista, varios grupos sociales como: jóvenes, estudiantes, trabajadores involucrados con la tecnología, banqueros, cajeras de empresas grandes, empleados departamentales entre otras personas se ven influidos directamente por el Internet con el simple hecho de tener que utilizarlo para deberes, trabajo, etc. Al momento de ocupar el Internet para medios de trabajo la persona comienza a descubrir los cientos de ofertas y actividades que le permite el Internet como la facilidad de comunicación. Tras la aparición de novedosas y diferentes tecnologías la sociedad se ve afectada en varios aspectos: económicos, sociales, políticos, etc. Es por esto que es conveniente analizar los aspectos que produce ese cambio directo o indirecto en desenvolvimiento de las personas dentro de la sociedad.

Cabe recalcar que somos un país influenciado social y económicamente por varios países del primer mundo, por tanto al ser ellos los mayores desarrolladores de la nuevas tecnologías y sobre todo al ser ellos mismo los reguladores de estos nuevos sistemas la influencia del Internet no solo se da por el mismo hecho y servicios del sistemas sino que además se basan en estrategias mundiales que fomentan mediante

publicidad y ofertas adquirir nuevos usuarios siendo el Internet la mejor plataforma para llegar a las nuevas generaciones. Debido a esta influencia, el Internet crea una dependencia tecnológica especialmente en la gente que utiliza directamente estas tecnologías, siempre que tenemos acceso al Internet es casi una obligación revisar el e-mail, conectarse al Messenger, observar el hi5 por solo mencionar esto. Esta dependencia crea además hábitos y costumbres nuevas en nuestro desempeño diario, antes era muy difícil dar a conocer nuestras cosas personales (fotos, intereses, ideas) pero ahora abrimos nuestras puertas y brindamos a todo el mundo la opción de conocernos mejor y sobre todo hablar y comentar nuestras “intimidades” de una manera más espontánea y libre mediante blogs como también en el Hi5. Con más de 200 millones de usuarios en todo el mundo, Internet se ha convertido en el medio de comunicación más extendido en toda la historia de la humanidad por tanto al ser parte de este grupo tenemos la facilidad de compartir información, debatir sobre temas específicos (foros) y sobre tener la oportunidad de comunicarnos muy fácilmente sobre todo siendo la distancia lo menos importante, el Internet para las nuevas generaciones más que una opción es una necesidad.

Pero el Internet al ser una gran nube con información puede llegar a confundirnos y sobre todo a llegar ser un servicio que en muchos casos nos quita tiempo y no es muy productivo, por tanto es una obligación por parte de quienes regulan el sistemas o el mismo estado incentivar el buen uso de Internet y brindar capacitaciones y recomendaciones. Otro aspecto importante es el surgimiento de las TICS, en la década de los ochentas que ha influido en la creación de un nuevo tipo de sociedad, y recibe el nombre de sociedad informacional más concretamente, dentro de ella, el impacto que han tenido en los cambios educativos y la creciente tendencia hacia el aprendizaje electrónico. Los retos principales que las tics plantean a las universidades son la formación de profesionales para nuevos puestos de trabajos y la formación continua. Cuando se habla de las tics, es en referencia al conjunto convergente de tecnologías desarrolladas en el campo de la microelectrónica, la informática (máquinas y software),

las telecomunicaciones, la televisión y la radio, la optoelectrónica y su conjunto de desarrollos y aplicaciones.

Al hablar del escenario educativo actualmente “El Salvador, invierte en educación, aproximadamente un 2.9% del PIB, lo que representa un 18.6% del presupuesto nacional. La mayor parte de este presupuesto educativo se dedica a los niveles de básica, media y parvularia. El que algunas universidades posean sitios web, no garantiza que los funcionarios, docentes y estudiantes estén al día con las tics, ni tampoco que el uso que se les dé sea el adecuado. Existe un 46.75% que dice no haber escuchado hablar de las tic, mientras que el 32.7% manifiesta haber escuchado hablar del mismo tema pero con diferente nombre y solo un 20.55% dice haber escuchado hablar de las tics. Únicamente 15 de cada 100 estudiantes del sector público tienen acceso a las tic, además por cada 200 estudiantes existe solamente una computadora en el sistema educativo público salvadoreño. En conclusión la brecha digital en el sector educativo de El Salvador está latente y todavía son muchos los niños y jóvenes que no tiene acceso a internet. El que un porcentaje mínimo de población tenga acceso a las tics no significa que ya avanzamos en el uso de las mismas en proceso de enseñanza-aprendizaje”¹⁹

Para la mayoría de los jóvenes estudiantes, el uso de las tecnologías de la Información y Comunicación se ha convertido en parte esencial de su vida. Seguramente, si visitáramos en este preciso momento un salón de cómputo de cualquier universidad, lo encontraríamos con todos los lugares ocupados y con lista de espera, unos efectivamente realizaban tareas de investigación, otros escribían o leían correos y porque no decirlo, muchos de ellos simplemente conversaban en el chat y buscaban información de interés personal. Definitivamente estar dentro de un salón de cómputo para estudiantes es una buena forma para observar y clasificar los distintos usos que los jóvenes dan al Internet. El sistema educativo tiene mucho que avanzar en el uso, aprendizaje y aprovechamiento de las TIC. ¿Qué podemos esperar de los alumnos si

¹⁹ De la revista “Realidad y reflexión” de la UFG editores, septiembre-diciembre 2005, págs: 37-39

sus propios profesores no las saben usar adecuadamente? Los jóvenes son autodidactas por necesidad. Por otra parte, no hay problema en usar las TIC para usos personales (siempre que no pase a ser una adicción o una obsesión, en la vida cada vez más ajetreada que llevamos las TIC nos ofrecen una oportunidad de no descuidar nuestras relaciones y asuntos personales.

1.6 Contextualización de la Institución Educativa.

El centro escolar está ubicado en el departamento de San Vicente, San Vicente es un departamento de El Salvador, en la región Paracentral. La ciudad cabecera es San Vicente. El departamento fue creado el 12 de junio de 1824 y funcionó como capital de El Salvador de 1834 a 1840. Al ser establecido comprendía también el territorio de los actuales departamentos de Cabañas y La Paz.

Su dirección es: decima avenida sur y segunda calle oriente barrio san Francisco, costado norte de la colonia Santa Elena.

1.6.1 Reseña Histórica de la Institución.

“El Centro Escolar Marcelino García Flamenco fue fundado el 6 de Marzo de 1963; y nació como una institución anexada a la escuela normal Urbana Marcelino García Flamenco ubicada frente al comedor Riboli en donde los normalistas realizaban sus prácticas con una sección de primer grado siendo su primer director el profesor Rodrigo Pérez Hernández”.²⁰

En el año 1966 el C.E. Se trasladó a la esquina sur frente al par dos, actualmente el local que ocupa el hospedaje Turista, restaurante Acapulco, Farmacia, agencia tigo. En este periodo contaba con tres secciones de primero a tercer grado. Para el año de 1969 se formó la sección de cuarto grado, dos años más tardes en 1971 se formó el quinto grado. Y no fue hasta el año de 1973 que se obtuvo la primera promoción de sexto grado. Para 1980 se tenía dos secciones de sexto grado. Luego la escuela se

²⁰Elaboración propia del Complejo Educativo Marcelino García Flamenco.

traslada frente al campo centenario. En 1981 el Centro Escolar fue creciendo atendiendo cuatro secciones de primer grado, dos secciones de cuarto grado, dos secciones de quinto grado, una seccion de sexto grado. En 1982 se mantenían las secciones de primero a sexto y también funcionaba el séptimo grado por el cual la escuela se le denominó escuela unificada Marcelino García Flamenco y dejó de ser una institución anexada a la escuela normal Urbana Marcelino García Flamenco. En el año de 1983 aparece una nueva sección de primer grado siendo en su total cinco secciones de primer grado. También se incrementa una sección de segundo grado siendo en su total cuatro secciones de segundo grado. En el sexto operan dos secciones y surge el octavo grado. Así cada año se incrementaban algunas secciones en el año 1984 se incrementa una sección de cuarto, quinto y sexto grado y surge el noveno grado. En 1985 se atiende el séptimo grado sección A y B. En 1986 se atendía quinto grado sección A, B y C. En 1988 el segundo grado funcionan las secciones A, B, C, D y E. En cuarto grado las secciones A, B, C y D. El quinto grado las secciones A, B y C. En octavo grado las secciones de A y B.

En 1989 para la escuela ese fue un año que quedaría en la memoria, ya que el primero de Febrero de ese mismo año se trasladaron a su propio edificio. Siendo directora la señora María Salomé Garaish de Rivas. Para entonces se atendían seis secciones de primer grado, cinco secciones de segundo, cinco secciones de tercer grado, cuatro secciones de cuarto grado, tres secciones de quinto grado, tres secciones de sexto grado y tercer ciclo se mantenían en dos secciones. Para el año 1991 se atendían cinco secciones de primer grado, cuatro secciones de quinto grado, tres secciones de séptimo grado y todas las demás secciones se mantuvieron. Un año después en 1992 el único cambio que hubo fue en primer grado, con la apertura de una nueva sección y todas las demás se mantuvieron. Dos años más tardes en 1994 se incrementa una sección en octavo grado sumando en total tres secciones. En el 1998 se hace el cambio de directora y entra a ejercer ese cargo la profesora Lidia Cristina Vaquerano. En ese año en octavo grado desaparece una sección pero aparece un noveno grado, quedando solamente dos octavos y tres secciones de noveno grado. En

1999 primer grado pierde una sección quedando cinco secciones, octavo grado retoma una sección más sumando tres en total y noveno grado pierde una sección quedando dos secciones. Para el 2000 segundo grado tiene cuatro secciones, dos años después 2002 desaparece una sección de cuarto grado quedando con tres secciones para ese año lectivo. En 2003 en primer grado desaparece una sección; en 2004 se suma una sección más haciendo un total de cinco secciones. En 2005 la profesora y directora Lidia Cristina Vaquerano se jubila y el cargo de director es retomado por el Lic. Ciro Benjamín García. Para el año 2007 la población estudiantil se incrementa atendiendo cinco secciones de primer grado, cinco secciones de segundo grado, cinco secciones de tercer grado, cuatro secciones de cuarto grado, tres secciones de quinto grado, tres secciones sexto grado, dos secciones de séptimo grado, dos secciones de octavo grado, dos secciones de noveno grado, parvularia y primer año de bachillerato General. Es un Centro Escolar del área Urbana de tipo mixto. Con un código de infraestructura de 12425. Este Centro escolar fue construido durante la administración del ingeniero José Napoleón Duarte presidente constitucional Ministro de educación profesor Carlos cruz A. director de construcción y mantenimiento ingeniero Julio Alfredo Samayoa Escrich docente, alumnado. Mayo 1989. En el año 2010 el complejo educativo consta con una planta docente de 40 maestros y además consta de 25 aulas.

1.6.2 Infraestructura de la Institución.

El Complejo Educativo Marcelino García Flamenco primeramente cuenta con tres pabellones; dos de ellos son de doble planta es decir de dos niveles y el otro no. De ahí las aulas se cuentan con un total de 24 salones o secciones además se cuentan con 2 bodegas, una pequeña aula de arte y cultura así mismo una biblioteca, una sala de cómputo y la dirección. Se cuenta con zonas recreativas como una cancha de básquet una de futbol y una de beisbol, dos cafetines para la población estudiantil y docentes, una cocina para los alimentos del programa, dos tanques de agua también para poder cubrir alguna emergencia. Gracias a manos unidas por el salvador programa de responsabilidad social de banco agrícola construyo y equipo dos aulas del complejo

educativo Marcelino García Flamenco beneficiando a 1200 alumnos y fue inaugurado el 21 de septiembre de 2010.

1.6.3 Características de la Comunidad Educativa: estudiantes y docentes

En este apartado se pretende destacar las características de las personas que componen el centro escolar iniciando con los estudiantes: la mayoría son de escasos recursos la mayoría de los padres son empleados informales es decir que tienen sus ventas informalmente por que venden en el mercado o andan con sus ventas ambulantemente vendiendo. La comunidad en si son de escasos recursos económicos otra pequeña parte de la población tienen familiares en los E.E.U.U y sobreviven gracias a las remesas. La población estudiantil es muy accesible, podemos mencionar que desde el inicio de nuestra investigación los alumnos y maestros fueron muy colaborativos. Durante el momento que tomamos la población y muestra la directora mostro gran satisfacción, cooperación e interés. En cuanto al personal docente, son profesionales muy amables, abiertos a brindar espacios a estudiantes, la mayoría de clase trabajadora y entre sus cualidades se destacan: amabilidad, tolerancia, paciencia, colaboración, cooperación, etc.

CAPITULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 TIPO DE ENFOQUE:

Hay que tener presente que el enfoque de investigación es prácticamente la vía o el camino a seguir y que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación. Desde este concepto y en cuanto al diseño de investigación que se pretende utilizar en el desarrollo del problema: **“Factores psicosociales y su incidencia en el uso del internet con los estudiantes de tercer ciclo del Complejo Educativo Marcelino García Flamenco, de la ciudad de San Vicente, en el periodo comprendido de Agosto de 2012 a Febrero de 2013”**, y teniendo presente que los enfoques de investigación se dividen en cualitativo, cuantitativo y mixtos.

Esta investigación se realizará por medio del enfoque cuantitativo por que se ha considerado como el más apropiado para el estudio del fenómeno en cuestión, ya que se manipularán datos estadísticos que se obtendrán por medio de instrumentos que se destacan del enfoque cuantitativo como la encuesta que servirá como base para la recolección de información más clara y precisa; y la entrevista que nos ayudará a obtener información desde un punto de vista más concreto con mucha claridad para poder establecer un análisis más sistemático. Con el cuestionario ya realizado, aprobado y modificado, la última acción que se realizará es proporcionar los cuestionarios a las personas escogidas en la muestra, de esta forma obtener las diferentes respuestas de los alumnos y analizarlas para obtener la respuesta a los objetivos de investigación que en este caso es el problema de investigación, y además darle respuestas a las diferentes hipótesis establecidas; aceptar la hipótesis general o aceptar las hipótesis específicas para encontrar posibles soluciones al problema.

La metodología que se va a utilizar servirá de enlace entre el sujeto y el objeto de conocimiento y sin ella es prácticamente imposible lograr el camino que conduce al conocimiento científico.

2.2 SELECCIÓN DE LA MUESTRA:

La población que en esta investigación se pretende estudiar es de 207 alumnos todos estos de tercer ciclo del turno matutino del Complejo Educativo Marcelino García Flamenco de la Ciudad de San Vicente.

Para el análisis de datos se recolectará información de dicha población la cual se delimitará por medio del muestreo estratificado que consiste en: la división previa de la población de estudio en grupos o en clases que se suponen homogéneos con respecto a alguna característica de las que se van a estudiar, de manera que la muestra se seleccionará por medio de la siguiente fórmula:

DATOS A UTILIZAR:

n=Muestra

N= Población

e=Nivel de error muestral

Z=Nivel de confianza, bajo la curva normal

p=Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

FORMULA:
$$n = \frac{(z)^2(p)(q)(N)}{(N-1)(e)^2 + (z)(p)(q)}$$

SUSTITUCION DE DATOS PARA EL 7° "A":

$$N= 33 \quad n= \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(33)}{(33-1)(0.15)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$e=0.15n= \frac{31.69}{1.68}$$

$$Z=1.96 \quad n= 18.86 \approx 19 \text{ Estudiantes.}$$

$$p= 0.5 \quad q= 0.5$$

SUSTITUCION DE DATOS PARA EL 7° “B”:

$$N= 46 \quad n= \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(46)}{(46-1)(0.15)^2+(1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$e=0.15n= \frac{44.18}{1.97}$$

$$Z=1.96 \quad n= 22.43= 22 \text{ Estudiantes.}$$

$$p= 0.5$$

$$q= 0.5$$

SUSTITUCION DE DATOS PARA EL 8° “A”:

$$N= 33 \quad n= \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(33)}{(33-1)(0.15)^2+(1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$e=0.15n= \frac{31.69}{1.68}$$

$$Z=1.96 \quad n= 18.86 \approx 19 \text{ Estudiantes.}$$

$$p= 0.5$$

$$q= 0.5$$

SUSTITUCION DE DATOS PARA EL 8° “B”:

$$N= 26 \quad n= \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(26)}{(26-1)(0.15)^2+(1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$e=0.15n= \frac{24.97}{1.52}$$

$$Z=1.96 \quad n= 16.43 = 16 \text{ Estudiantes.}$$

$$p= 0.5$$

$$q= 0.5$$

SUSTITUCION DE DATOS PARA EL 9° "A":

$$N= 30 \quad n= \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(30)}{(30-1)(0.15)^2+(1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$e=0.15 \quad n= \frac{28.81}{1.61}$$

$$Z=1.96 \quad n= 17.89 \approx 18 \text{ Estudiantes.}$$

$$p= 0.5$$

$$q= 0.5$$

SUSTITUCION DE DATOS PARA EL 9° "B":

$$N= 39 \quad n= \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(39)}{(39-1)(0.15)^2+(1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$e=0.15 \quad n= \frac{37.46}{1.82}$$

$$Z=1.96 \quad n= 20.58 \approx 21 \text{ Estudiantes.}$$

$$p= 0.5$$

$$q= 0.5$$

CAPITULO III: RESULTADOS (Organizados y sistematizados)

La recolección de los datos es una etapa muy importante en la investigación cuantitativa pues por ella juntamos los datos pertinentes sobre las variables involucradas con la ayuda o instrumentos de técnicas de investigación. Esta etapa de la investigación tiene como finalidad medir por medio de los datos las variables en estudio; esto nos hace definir medición como un proceso de vincular conceptos abstractos con indicadores empíricos, el cual se realiza mediante un plan explícito y organizado para clasificar los datos disponibles, en términos del concepto que el investigador tiene en mente.

Para que esta etapa tenga éxito fue necesario diseñar un instrumento de medición como recurso para el registro de datos sobre nuestras variables. Se diseñó un instrumento confiable que nos ayudó a obtener datos válidos pues todo instrumento para la recolección de datos debe reunir confiabilidad y validez porque los resultados sean tomados en serio.

Consideramos que nuestro instrumento cuenta con la confiabilidad de producir datos coherentes y validez en medir las variables en estudio; ya que para su elaboración acudimos a las asesorías necesarias con el docente encargado de guiar nuestra investigación. El instrumento que decidimos diseñar para nuestra recolección de datos fue el cuestionario, porque consideramos que es el más apropiado de acuerdo al enfoque de investigación que se está aplicando.

El cuestionario se constituyó de ítems de respuestas múltiples en las cuales los alumnos tendrán que subrayar la respuesta que a ellos les convenga más, para después de obtenerla información vaciarlos y así poder obtener los datos congruentes y conocer cómo y cuánto afectan los factores Psicosociales en el uso del internet con los estudiantes del tercer ciclo del Complejo Educativo Marcelino García Flamenco de la Ciudad de San Vicente. (Ver anexo 7)

Además de los cuestionarios que se les proporcionaron a los alumnos en estudio, con el motivo de obtener más información y hacer la investigación más fuerte en el sentido de tener raíces estables referente a la información obtenida, se les proporciono un

cuestionario a diferentes maestros que imparten clases en el tercer ciclo del Complejo Educativo, estos fueron tres de los cuales se espera obtener información valiosa para poder darle respuesta a las hipótesis planteadas en la investigación. En la elaboración de los instrumentos lo primero que se realizó para los ítems fue tener claras las variables en estudio seguidamente se realizó un cuadro llamado operativización de variables donde se presentaban los indicadores de los cuales se tomaron los diferentes ítems presentados en el cuestionario.

3.1 ANALISIS DE LOS DATOS

Los instrumentos son necesarios para conocer la percepción de la población en estudio y el conocimiento que tienen sobre factores psicosociales y el uso del internet. Además los instrumentos se utilizaron para la recogida de información de la investigación con el propósito de obtener los datos necesarios para la relevancia de nuestra investigación en estudio y obtener datos útiles para la tabulación de datos y para comprobar si las hipótesis establecidas en nuestra investigación puedan ser rechazadas o aceptadas. Luego de recopilada la información y los datos que sirven de base se lleva a cabo el proceso del análisis para lo cual se utilizó en primer lugar el vaciado de la información y luego se aplicó la estadística descriptiva para el debido análisis de la información.

Para vaciar la información se desarrolló el siguiente proceso:

- Un cuadro de generalidades de las personas encuestadas, con sus respectivas frecuencias: el cual representa las diferentes edades de las personas entrevistadas así como también el sexo al cual pertenece cada entrevistado.
- Un libro de códigos que represente las preguntas del instrumento utilizado para la recolección de información: el libro de códigos representa las preguntas que poseía el instrumento que se les proporciono a los alumnos para recolectar datos, también las posibles respuestas y los respectivos códigos que tienen las respuestas, además las columnas que tendrá cada pregunta en la matriz de datos; el motivo por el cual se realiza este cuadro es para que la matriz no tenga tanta letra y así que el lector lo tenga de guía para poder entender la matriz de datos.

- Una matriz de datos representantes de las preguntas del instrumento utilizado para recolectar datos en la investigación: en la cuales presentan todas las respuestas obtenidas en el instrumento de recolección de datos que se proporcionará a los alumnos, todos los números que está posee son las respuestas obtenidas, y para entenderla mejor se tendrá que utilizar el libro de códigos.
- Un cuadro de frecuencias relativas y porcentuales de cada una de las preguntas que componen el instrumento de recolección de información: para saber cuántas personas respondieron a cada respuesta, y además cuanto es ese número de personas en un porcentaje.
- Un cuadro de la entrevista realizada a los tres docentes del Complejo Educativo: se realizó con el motivo de obtener otra opinión, este representa las respuestas tal y como las escriban los docentes encuestados.
- Luego como ya se había mencionado antes, se hizo uso de la estadística descriptiva: se graficó cada una de las preguntas del instrumento aplicado a los estudiantes.
- Por último, se utilizó la estadística inferencial para probar las hipótesis anteriormente planteadas

3.2 MÉTODO Y PROCEDIMIENTO PARA LA PRUEBA DE HIPÓTESIS

Dentro de la estadística inferencial se hizo uso de la prueba no paramétrica, una prueba no paramétrica es aquella que no requiere del conocimiento de parámetros o características de la distribución poblacional. Existen pruebas no paramétricas para los más variados estudios, incluidos aquellos que también pueden realizarse mediante pruebas paramétricas; si se puede escoger para una investigación una prueba paramétrica y una no paramétrica, se debe preferir la paramétrica cuando el enfoque de investigación es en la vía cualitativa ya que se requiere de características poblaciones; éstas son siempre más potentes que las no paramétricas; las no paramétricas se utilizan básicamente en las investigaciones con enfoque cuantitativo. La ventaja de las pruebas no paramétricas radica precisamente en el hecho de que no se necesita del conocimiento de características poblacionales que en muchos casos son ignoradas.

Entre las pruebas no paramétricas más conocidas están las llamadas **pruebas chi-cuadrado**, que deben su nombre a que el estadígrafo de prueba utilizado sigue la distribución homónima, es una prueba estadística para evaluar la hipótesis acerca de la relación entre dos variables categóricas. Las pruebas chi-cuadrado, pretenden decidir sobre si una determinada variable, empírica u observada, cumple una cierta condición teórica. La hipótesis nula en estas pruebas siempre está asociada al cumplimiento de la condición, y la verificación se basa en comparar los valores observados con los valores teóricos esperados bajo dicha condición: Si las diferencias entre lo observado y lo esperado son muy grandes, es decir, mayores que un valor tomado como crítico, se rechaza la hipótesis nula y se asume que no se cumple la condición supuesta. Dos de las aplicaciones inmediatas de las pruebas chi-cuadrado son las que se conocen como pruebas para la bondad del ajuste y pruebas para independencia:

- Las **pruebas para la bondad del ajuste** se utilizan para verificar si un grupo de datos u observaciones se ajusta bien al comportamiento de alguna distribución probabilística conocida, como la normal o la de Poisson.
- Las **pruebas de independencia** buscan establecer si dos variables son independientes entre sí o no. Tampoco son las únicas en este sentido; cabe mencionar las de Cramer y Kendall.

Por tanto esta prueba se realizó por medio del método de Chi- cuadrado (χ^2), y la prueba de independencia. Se simboliza por: χ^2 y se calcula a través de una tabla de contingencia o tabulación cruzada, de dos dimensiones y cada una representa una variable.

3.3 ESTADISTICA DESCRIPTIVA, GRAFICAS

Tabla 1: La siguiente tabla representa el porcentaje de mujeres y hombres encuestados en la investigación, de los cuales el 53.91% eran mujeres y el 46.09% eran hombres.

SEXO	F	F%
FEMENINO	62	53.91
MASCULINO	53	46.09
TOTAL	115	100

Ver anexo 1: Gráfica sobre el sexo de las personas encuestadas

Tabla 2: La tabla muestra las diferentes edades de las personas encuestadas y cuantos poseen estas edades, 15 poseen 12 años, 29 poseen 13 años, 34 poseen 14 años, 19 poseen 15 años, 6 poseen 16 años, 7 poseen 17 años, 3 poseen 18 años y 2 poseen 19 años.

EDADES	F	F%
12	15	13.04
13	29	25.22
14	34	29.57
15	19	16.52
16	6	5.22
17	7	6.09
18	3	2.61
19	2	1.73
TOTAL	53	100

Ver anexo 2: Gráfica sobre las edades de las personas encuestadas

Tabla 3: En la tabla se muestran las respuestas de la pregunta 1, si tienen amigos/as o no.

VARIABLE INDEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
FACTORES PSICOSOCIALES: El grupo de amigos/as	1. ¿consideras que tienes amigos/as?	Si	100	86.96
		No	15	13.04

Ver anexo 3: ¿Consideras que tienes amigos/as?

Tabla 4: La tabla presenta los porcentajes de como ven a las personas con quienes se relacionan cada uno de los/as encuestados/as.

VARIABLE INDEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
FACTORES PSICOSOCIALES: El grupo de amigos/as	2. ¿Qué son para ti las personas con las que te relacionas?	- Amig@s	78	67.83
		- Companer@s	17	15.65
		- Vecin@s	1	0.87
		- Conocid@s	18	15.65

Ver anexo 4: Grafica sobre la pregunta 2, ¿Qué son para ti las personas con las que te relacionas?

Tabla 5: Se puede observar la influencia de los padres para escoger los amigos/as de los estudiantes.

VARIABLE INDEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
FACTORES PSICOSOCIALES: El grupo de amigos/as	3. ¿Han influido tus padres para escogerte tus amigos/as?	- Si	25	21.74
		- No	90	78.26

Ver anexo 5: ¿Han influido tus padres para escogerte tus amigos/as?

Tabla 6: En la siguiente tabla se observa los medios de comunicación más utilizados para comunicarse con amigos/as.

VARIABLE INDEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
FACTORES PSICOSOCIALES: El grupo de amigos/as	4. ¿Qué medios utilizas para comunicarte con tus amigos/as?	Teléfono	73	63.48
		Internet	27	23.48
		Cartas	2	1.74
		Otros	13	11.30

Ver anexo 6: ¿Qué medios utilizas para comunicarte con tus amigos/as?

Tabla 7: La tabla muestra que a los estudiantes encuestados les gusta imitar o no a algún amigo/a.

VARIABLE INDEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
FACTORES PSICOSOCIALES: El grupo de amigos/as	5. ¿Te gusta imitar a algún amig@?	Si	10	8.70
		No	105	91.30

Ver anexo 7: ¿Te gusta imitar a algún amig@?

Tabla 8: La tabla representa si les cuesta tomar decisiones con sus amigos/as.

VARIABLE INDEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
FACTORES PSICOSOCIALES: El autoestima	6. ¿Cuando estás en tu grupo de amigos/as, te cuesta tomar decisiones?	Si	44	38.26
		No	71	61.74

Ver anexo 8: ¿Cuando estás en tu grupo de amigos/as, te cuesta tomar decisiones?

Tabla 9: La tabla presenta que al 62.61% de los estudiantes no les preocupa si caen bien o mal con los demás, pero a un 37.39% si le interesa si cae bien o mal.

VARIABLE INDEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
FACTORES PSICOSOCIALES: El autoestima	7. ¿Te preocupa mucho la impresión que causas sobre los demás, si caes bien o no?	Si	43	37.39
		No	72	62.61

Ver anexo 9: ¿Te preocupa mucho la impresión que causas sobre los demás, si caes bien o no?

Tabla 10: La tabla presenta las actividades realizadas cuando están tristes los estudiantes.

VARIABLE INDEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
FACTORES PSICOSOCIALES: El autoestima	8. ¿Cuándo te sientes triste, que actividades realizas?	-Visitar redes sociales	37	32.17
		- Videojuegos	8	6.96
		- Ver televisión	15	13.04
		- Escuchar música	37	32.17
		-Salir con amig@s	18	15.65

Ver anexo 10: ¿Cuándo te sientes triste, que actividades realizas?

Tabla 11: La tabla presenta el estado de ánimos y la influencia de los sitios web que visitan.

VARIABLE INDEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
FACTORES PSICOSOCIALES: El autoestima	9. ¿Crees tú que el estado de ánimo influye en los sitios web que visitas?	Si	43	37.39
		No	72	62.61

Ver anexo 11: ¿Crees tú que el estado de ánimo influye en los sitios web que visitas?

Tabla 12: El 90.43% de los estudiantes encuestados manifiesta que podrían lograr cualquier cosa que se propusieran y solo un 9.57% menciona que no podrían lograrlo.

VARIABLE INDEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
FACTORES PSICOSOCIALES: El autoestima	10. ¿Crees que podrías lograr cualquier cosa que te propusieras?	Si	104	90.43
		No	11	9.57

Ver anexo 12: ¿Crees que podrías lograr cualquier cosa que te propusieras?

Tabla 13: Aquí se representa el ingreso económico de cada hogar mensualmente.

VARIABLE INDEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
FACTORES PSICOSOCIALES: El consumismo	11. ¿A cuánto equivale el ingreso económico de tu hogar mensualmente?	\$50.00-\$150.00	44	38.26
		\$ 160.00-\$250.00	29	25.22
		\$ 260.00-\$350.00	15	13.04
		\$360.00-\$500.00	27	23.48

Ver anexo 13: ¿A cuánto equivale el ingreso económico de tu hogar mensualmente?

Tabla 14: La tabla presenta cuantos poseen computadora con acceso a internet.

VARIABLE INDEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
FACTORES PSICOSOCIALES: El consumismo	12. ¿Tienes computadora con acceso a internet?	- Si	63	54.78
		- No	51	45.22

Ver anexo 14: ¿Tienes computadora con acceso a internet?

Tabla 15: La tabla presenta que tan consumistas se consideran los estudiantes.

VARIABLE INDEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
FACTORES PSICOSOCIALES: El consumismo	13. ¿Qué tanto te consideras consumista?	Nada	17	14.78
		Poco	66	57.39
		Mucho	32	27.83

Ver anexo 15: ¿Qué tanto te consideras consumista?

Tabla 16: Aquí se representa la inversión que hacen con el dinero que posee cada estudiante.

VARIABLE INDEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
FACTORES PSICOSOCIALES: El consumismo	14. ¿En qué inviertes el dinero que posees?	Ropa	36	31.30
		Zapatos	6	5.22
		Comida	33	28.70
		Internet	3	2.61
		Celular	37	32.17

Ver anexo 16: ¿En qué inviertes el dinero que posees?

Tabla 17: La tabla representa si los estudiantes se encuentran a la expectativa de las nuevas tecnologías.

VARIABLE INDEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
FACTORES PSICOSOCIALES: El consumismo	15. ¿Estás a la expectativa de las nuevas tecnologías?	Si	63	54.78
		No	52	45.22

Ver anexo 17: ¿Estás a la expectativa de las nuevas tecnologías?

Tabla 18: La siguiente tabla muestra la utilización del internet.

VARIABLE DEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
USO DEL INTERNET	16. ¿Para qué utilizas el internet?	- Para distraerte	45	39.13
		- Para estudiar	39	33.91
		- Para hablar con amig@s	22	19.13
		- Conocer nuevos amig@s	9	7.83
		- Para vender o comprar productos	0	0

Ver anexo 18: ¿Para qué utilizas el internet?

Tabla 19: La tabla representa las horas dedicadas al internet.

VARIABLE DEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
USO DEL INTERNET	17. ¿Cuántas horas diarias le dedicas al internet?	1 a 3 horas	79	68.70
		4 a 6 horas	21	18.26
		Más horas	15	13.04

Ver anexo 19: ¿Cuántas horas diarias le dedicas al internet?

Tabla 20: La siguiente tabla presenta el efecto de navegar mucho en el internet y sus actividades escolares.

VARIABLE DEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
USO DEL INTERNET	18. ¿Tus actividades escolares se ven perjudicadas porque dedicas mucho tiempo a navegar?	-Ocasionalmente	26	22.61
		-Frecuentemente	9	7.83
		- Siempre	19	16.52
		- Nunca	61	53.04

Ver anexo 20: ¿Tus actividades escolares se ven perjudicadas porque dedicas mucho tiempo a navegar?

Tabla 21: La tabla representa la conducta de los estudiantes y la influencia en el uso que le den al internet.

VARIABLE DEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
USO DEL INTERNET	19. ¿Consideras que el uso que le das al internet influye en tu conducta?	- Si	41	35.65
		- No	74	64.35

Ver anexo 21: ¿Consideras que el uso que le das al internet influye en tu conducta?

Tabla 22: El presente cuadro especifica si los estudiantes encuestados temen que su vida sin internet sea aburrida y vacía.

VARIABLE DEPENDIENTE:	PREGUNTA	ALTERNATIVAS	F	F%
USO DEL INTERNET	20. ¿Temes que tu vida sin internet sea aburrida o vacía?	- Si	35	30.43
		- No	80	69.57

Ver anexo 22: ¿Temes que tu vida sin internet sea aburrida o vacía?

3.4 ESTADISTICA INFERENCIAL, PRUEBA DE HIPOTESIS

PLANTEAMIENTO DE LAS HIPOTESIS ESTADISTICAS:

H_0 : Las diferencias entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas estadísticamente, en cuanto al grupo de amigos-as y la influencia ejercida en el uso del internet no son significativas

H_1 : Las diferencias entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas estadísticamente, en cuanto al grupo de amigos-as y la influencia ejercida en el uso del internet son significativas

H_0 : No existe diferencias estadísticas entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas en cuanto al comportamiento del consumidor y su influencia en el uso del internet

H_1 : Existe diferencias estadísticas entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas en cuanto al comportamiento del consumidor y su influencia en el uso del internet

H_0 : No son significativas las diferencias entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas estadísticamente, en el nivel de autoestima y su influencia en el uso del internet

H_1 : Son significativas las diferencias entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas estadísticamente, en el nivel de autoestima y su influencia en el uso del internet

PRUEBA DE HIPOTESIS

HIPOTESIS N° 1:

Paso 1: Plantear las hipótesis.

H₀: Las diferencias entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas en cuanto al grupo de amigos-as y la influencia ejercida en el uso del internet no son significativas

H₁: Las diferencias entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas en cuanto al grupo de amigos-as y la influencia ejercida en el uso del internet son significativas

Paso 2: Seleccionar el nivel de significancia. Se utilizará un nivel del 5% (0.05)

Paso 3: Identificar el estadístico de prueba.

En el cuestionario que se les proporciono a una muestra de 115 alumnos se utilizara para darle respuesta a la hipótesis número 1, la siguiente pregunta:

4. ¿Qué medios utilizas para comunicarte con tus amigos/as?					
CATEGORIAS	Teléfono	Internet	Cartas	Otros	Total
FRECUENCIAS OBSERVADAS (O _i)	73	27	2	13	115
FRECUENCIAS ESPERADAS(E _i)	28.75	28.75	28.75	28.75	115

Las frecuencias esperadas se calculan con la sumatoria de las frecuencias observadas, dividiéndola con el número de columnas: **115/4= 28.75**

$$X^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

$$X^2 = \frac{(73 - 28.75)^2}{28.75} + \frac{(27 - 28.75)^2}{28.75} + \frac{(2 - 28.75)^2}{28.75} + \frac{(13 - 28.75)^2}{28.75}$$

$$X^2 = 101.73$$

Paso 4: Llegar a una conclusión, se acepta o se rechaza la hipótesis nula calculando los grados de libertad (V).

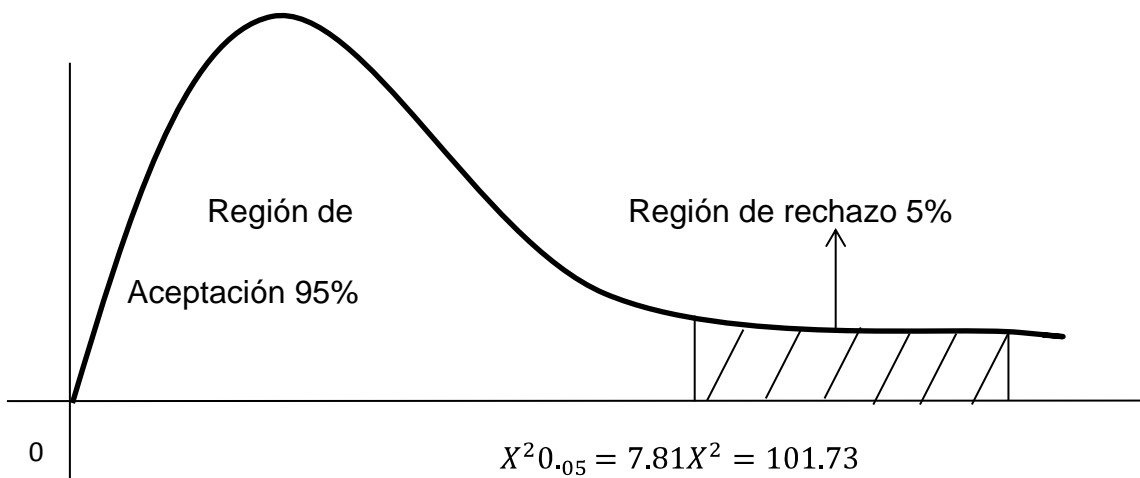
$$V = (\text{NUMERO DE FILAS} - 1) \text{ POR } (\text{NUMERO DE COLUMNAS} - 1)$$

$$V = 2 - 1 \quad 4 - 1$$

$$V = 1 \quad 3$$

$$V = 3$$

Estadístico teórico: Se busca en la tabla el nivel de significancia y los grados de libertad: $X^2_{0.05} = 7.81$



CONCLUSION: Como el estadístico de prueba $X^2 = 101.73$ es mayor que el estadístico teórico $X^2_{0.05} = 7.81$, esto significa que las diferencias entre las frecuencias observadas y esperadas son significativas, por lo tanto rechazamos la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa la cual plantea que “las diferencias entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas en cuanto al grupo de amigos-as y la influencia ejercida en el uso del internet son significativas”

HIPOTESIS N° 2:

Paso 1: Plantear las hipótesis.

H₀: No existe diferencias entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas en cuanto al comportamiento del consumidor y su influencia en el uso del internet

H₁: Existe diferencias entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas en cuanto al comportamiento del consumidor y su influencia en el uso del internet

Paso 2: Seleccionar el nivel de significancia. Se utilizará un nivel del 5% (0.05)

Paso 3: Identificar el estadístico de prueba.

Se selecciona la pregunta 14 del cuestionario proporcionado a 115 estudiantes para darle respuesta a la hipótesis 2:

14. ¿En qué inviertes el dinero que posees?						
CATEGORIAS	Ropa	Zapatos	Comida	Internet	Celular	Total
FRECUENCIAS OBSERVADAS (O _i)	36	6	32	4	37	115
FRECUENCIAS ESPERADAS (E _i)	23	23	23	23	23	115

Las frecuencias esperadas se calculan con la sumatoria de las frecuencias observadas, dividiéndola con el número de columnas: $115/5= 23$

$$X^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

$$X^2 = \frac{(36 - 23)^2}{23} + \frac{(6 - 23)^2}{23} + \frac{(32 - 23)^2}{23} + \frac{(4 - 23)^2}{23} + \frac{(37 - 23)^2}{23}$$

$$X^2 = 47.65$$

Paso 4: Llegar a una conclusión, se acepta o se rechaza la hipótesis nula calculando los grados de libertad (V).

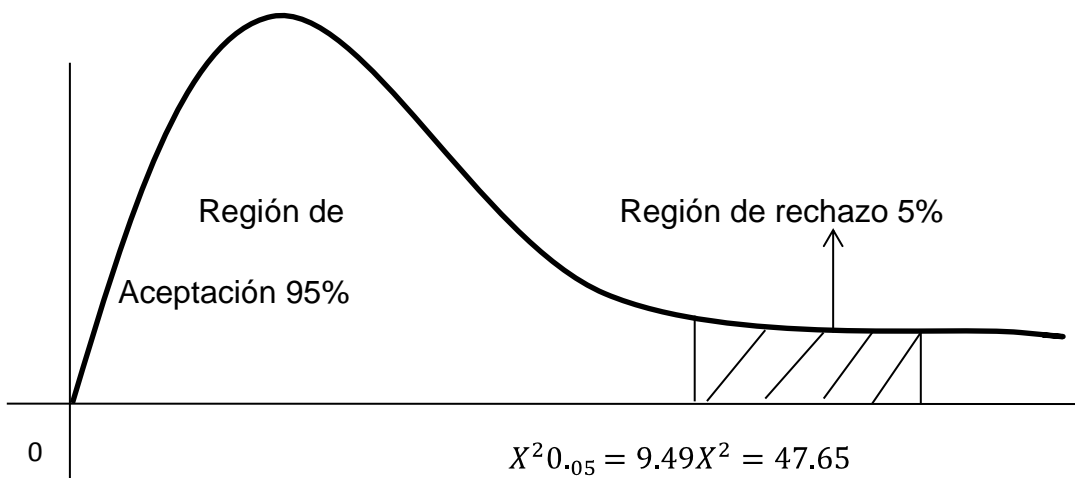
$$V = (\text{NUMERO DE FILAS} - 1) \text{ POR } (\text{NUMERO DE COLUMNAS} - 1)$$

$$V = 2 - 1 \quad 5 - 1$$

$$V = 1 \quad 4$$

$$V = 4$$

Estadístico teórico: Se busca en la tabla el nivel de significancia y los grados de libertad: $X^2_{0.05} = 9.49$



CONCLUSION: El estadístico de prueba $X^2 = 47.65$ es mayor que el estadístico teórico $X^2_{0.05} = 9.49$, esto significa que existe diferencia entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas, por lo tanto rechazamos la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa la cual afirma que "existe diferencias entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas en cuanto al comportamiento del consumidor y su influencia en el uso del internet"

HIPOTESIS N° 3:

Paso 1: Plantear las hipótesis.

H₀: No son significativas las diferencias entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas en el nivel de autoestima y su influencia en el uso del internet

H₁: Son significativas las diferencias entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas en el nivel de autoestima y su influencia en el uso del internet

Paso 2: Seleccionar el nivel de significancia. Se utilizará un nivel del 5% (0.05)

Paso 3: Identificar el estadístico de prueba.

Para la prueba de hipótesis 3 se utilizara la pregunta 7 del cuestionario, proporcionada a 115 estudiantes:

1. ¿Te preocupa mucho la impresión que causas sobre los demás, si caes bien o no?			
CATEGORIAS	Si	No	Total
FRECUENCIAS OBSERVADAS (O_i)	43	72	115
FRECUENCIAS ESPERADAS (E_i)	57.5	57.5	115

Las frecuencias esperadas se calculan con la sumatoria de las frecuencias observadas, dividiéndola con el número de columnas: **115/2= 57.5**

$$X^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

$$X^2 = \frac{(43 - 57.5)^2}{57.5} + \frac{(72 - 57.5)^2}{57.5}$$

$$X^2 = 7.31$$

Paso 4: Llegar a una conclusión, se acepta o se rechaza la hipótesis nula calculando los grados de libertad (V).

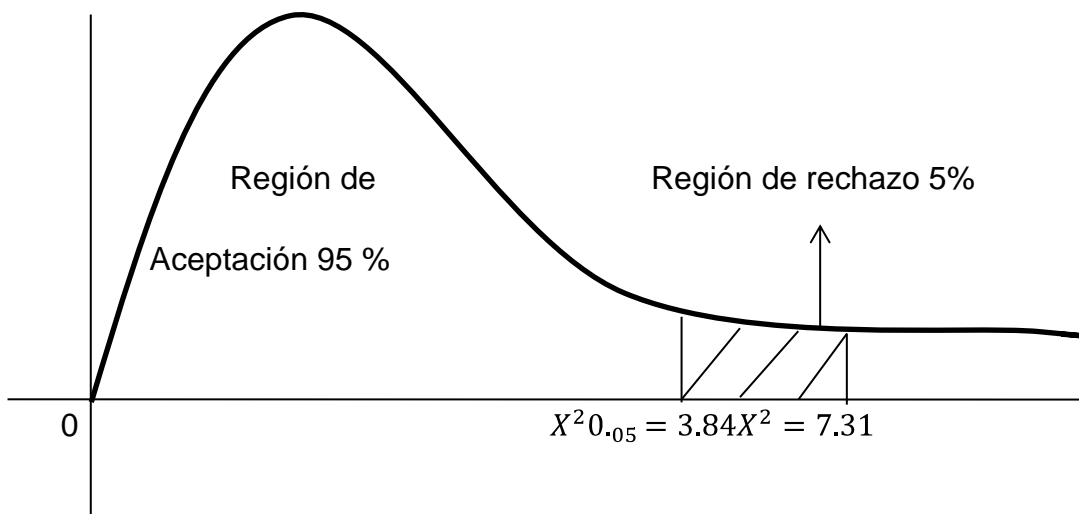
$$V = (\text{NUMERO DE FILAS} - 1) \text{ POR } (\text{NUMERO DE COLUMNAS} - 1)$$

$$V = 2 - 1 \quad 2 - 1$$

$$V = 1 \quad 1$$

$$V = 1$$

Estadístico teórico: Se busca en la tabla el nivel de significancia y los grados de libertad: $X^2_{0.05} = 3.84$



CONCLUSION: Como el estadístico de prueba $X^2 = 7.31$ es mayor que el estadístico teórico $X^2_{0.05} = 3.84$, esto significa que las diferencias entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas son significativas, por lo tanto rechazamos la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa que plantea “son significativas las diferencias entre las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas en el nivel de autoestima y su influencia en el uso del internet”

CAPITULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos con la aplicación del instrumento a los estudiantes de tercer ciclo del Complejo Educativo Marcelino García Flamenco reafirman el planteamiento de que los factores psicosociales si influyen en el uso del internet. En primer lugar se estudió el factor del grupo de amigos/as, en este caso la mayor parte de los estudiantes manifestaron que si tiene amigos con un porcentaje del 86.96% (ver tabla nº 3) e incluso el 67.83%, (ver tabla nº 4) dijo que las personas con quienes se relacionan las ven como amigos/as y al escogerlos en la mayoría de ellos sus padres no ejercieron influencia sino que el 78.26% (ver tabla nº 5) de los adolescente los escogió según sus gustos; los estudiantes mayormente utilizan el teléfono celular con un 63.48% y el internet con el 23.48% para comunicarse entre amigos/as (ver tabla nº 6), sin embargo la gran mayoría de ellos manifestaba con un porcentaje del 91.30% que no les gustaba imitar a nadie más, (ver tabla nº 7). En cuanto a este grupo social es evidente que la influencia que ejerce es indirecta pues no es obligatoria, pero como la moda es ser parte de una red social todos los adolescentes se unen a redes sociales como: facebook, twitter, you tube o hi5 y sus medios de comunicación son estas redes donde comparten experiencias, fotografías y muchas veces hasta aspectos de su vida personal o familiar; por lo tanto cuando un joven quiere ser parte de una grupo de amigos pero no pertenece a ninguna de estas redes hasta cierto punto es discriminada, marginada porque no está en “la onda” o “a la moda”, es de esta manera como los amigos/as influyen a los adolescentes a usar el internet inadecuadamente, sin darse cuenta que son objetos de manipulación y se someten a este tipo de actividad sin mayor análisis crítico.

Otro factor psicosocial determinante que se investigo fue la autoestima, los adolescentes afirmaban con un 61.74% que no tiene problema a la hora de tomar una decisión (ver tabla nº 8) lo cual a su vez significa que este porcentaje de estudiantes goza de autonomía y el grupo de amigos/as no influye en sus decisiones el ambiente les hace sentir muy en confianza y también con el 62.61% (ver tabla nº 9), dijeron que no les preocupa la impresión que causan sobre otros estudiantes pues estando

conectados desde un teléfono o una computadora a la internet pueden conseguir rápidamente amigos/as nuevos/as así se van perdiendo las relaciones humanas y los valores que fundamentan una verdadera amistad como es la integridad, lealtad, respeto, admiración, fidelidad, etc.; incluso cuando estos adolescentes se sienten tristes sus actividades más relevantes son visitar las redes sociales, escuchar música ambas con un porcentaje del 32.17% entre otras actividades como ver televisión con el 13.04%, salir con amigos/as con un 15.65% y jugar videojuegos con un 6.96% (ver tabla nº 10). A pesar de eso el 62.61% (ver tabla nº 11) de los adolescentes respondían que su estado de ánimo no influye en los sitios web que visitan, sin embargo en sus momentos de tristeza, aburrimiento, ansiedad buscan páginas web que simplemente les sirven de distracción de videojuego, de música, etc., las cuales no aportan nada productivo al desarrollo del estudiante, sin embargo el 90.43% de la población encuestada manifestó que podrían lograr cualquier cosa que se propusieran tal como se observa en la tabla nº 12.

Como tercer factor psicosocial se encuentra el consumismo el cual es muy responsable del mal uso que hoy en día la juventud le brinda a las redes sociales, pues vivimos en una sociedad donde todo lo que se ve se consume y el internet es muy atractivo y envuelve a todas las personas, aparte de eso a pesar de bajas condiciones económicas todos queremos un teléfono celular con acceso a internet para poder estar conectado en todo momento, aunque el ingreso económico del hogar no sea muy bueno pues el 38.26% de los alumnos dijo que tenían un ingreso económico mensual de entre \$50.00 y \$100.00 el 25.22% tiene un ingreso de entre \$160.00 \$250.00, el 23.48% dijo que su ingreso es de entre \$360.00 y \$500.00 y tan solo el 13.04 dijo que su ingreso era de entre \$260.00 y \$350.00 (ver tabla nº 13); lo cual perjudica grandemente a la educación pues los alumnos llevan sus celulares a la escuela y mientras los maestros/as desarrollan la clase ellos se encargan de visitar redes sociales lo cual los distrae y marca un rendimiento académico bajo, no bastando eso llegan a sus hogares y como un 54.78% de los estudiantes tiene computadora con acceso a internet (ver tabla nº 14), continúan en casa su distracción dejando de lado sus tareas o actividades académicas

que se ve reflejado en los pocos conocimientos sobre algunos temas o bajas calificaciones, pues este mismo porcentaje del 54.78% (ver tabla nº 17) se encuentra a la expectativa de las nuevas tecnologías relevando sus estudios. A pesar de que los datos de las encuestas dicen que los estudiantes se consideran poco consumistas con un 57.39%, el 27.83% se considera muy consumista y tan solo el 14.78% se considera nada consumista, (ver tabla nº 15). Estos datos se evidencian en que el 31.30% de los alumnos dijo que el dinero que poseían lo invertían en ropa, el 32.17% en celular, el 28.70% en comida, y solo el 5.22% en zapatos; agregando que el 54.78% de los estudiantes se encuentra a la expectativa de las nuevas tecnologías y el 45.22% no está a la expectativa (ver tabla nº 16).

La utilización que mayormente se le da al internet, en primer lugar con el 39.13% es para distraerse, en segundo lugar para estudiar con el 33.91% o buscar una tarea copiarla y pegarla o transcribirla sin necesidad de crearla con propias ideas, para hablar con amigos/as el 19.13% y para conocer nuevos amigos/as el 7.83% (ver tabla nº 18). Aproximadamente el 69% de los estudiantes dedica de 1 a 3 horas diarias a distraerse en la internet, el 18.26% dedica de 4 a 6 horas y el 13.04% dedica más horas (ver tabla nº 19), aun así el 53.04% de los alumnos manifestó que nunca se ven perjudicadas sus actividades escolares por dedicar mucho tiempo a navegar el 22.61% dijo que ocasionalmente se ven perjudicados sus estudios el 16.52% menciono que siempre y solo el 7.83% dijo que siempre (ver tabla nº 20). Por lo tanto la situación se agrava con las nuevas tecnologías y el desinterés de los estudiantes por aprender y la falta de concientización que se le da a esta problemática que induce a la juventud a perder su propia cultura adoptando nuevas formas de actuar pensar vestir hablar y nuevas culturas. Los alumnos manifiestan con un 64.35% que sus conductas no son modificadas por el uso que le den al internet y el 35.65% (ver tabla nº 21) dijo que sí; además al entrevistar a tres docentes encargados ellos decían que sus conductas son modificadas puesto que muchas veces adoptan conductas, modas, lenguaje, o imitan a algún personaje famoso visto por la internet y lo manifiestan en el aula. Esto nos lleva a la conclusión que el 69.57% de los estudiantes manifestó que temen que su vida sin

internet sea aburrida o vacía y solo el 30.43% dijo que no temen al vivir sin internet (ver tabla nº 22). Es evidente que los factores psicosociales influyen grandemente en el uso inadecuado que los estudiantes le dan al internet y no solo la juventud sino un gran porcentaje de la sociedad en general, pero principalmente a la adolescencia que es en quienes más influye ocasionando un total dependencia de la internet.

CAPITULO V: CONCLUSIONES

Después de realizar la investigación referente a “Factores Psicosociales y su Incidencia en el uso del Internet con los estudiantes de tercer ciclo del Complejo Educativo Marcelino García Flamenco, de la ciudad de San Vicente, durante el período comprendido de Agosto de 2012 a Febrero de 2013”, y analizar los diferentes datos que la encuesta arrojó, y de comprobar las hipótesis establecidas podemos concluir que:

- El internet se ha convertido en un nuevo medio de comunicación y que día con día ha tomado una fuerza e importancia en todas las áreas de nuestra vida y en un mundo invadido por la información, este ha venido a darle mayor proyección y facilidad para que un gran número de gente esté informada y tenga la oportunidad de desarrollarse y comunicarse de una mejor manera.
- El uso del internet cuando se realiza adecuadamente es favorable, ya que otorga a todo el mundo la libertad de escoger, recibir e investigar cualquier información, ofreciendo cada vez más acceso en todas las áreas de nuestras vidas.
- Los factores psicosociales como el grupo de amigos/as, el comportamiento del consumidor y la autoestima sí influyen en el uso del internet de los alumnos del tercer ciclo del complejo Educativo Marcelino García Flamenco.
- Las horas diarias que los alumnos le dedican al celular e internet si afectan negativamente en el autoestima de los alumnos, manifestándose en conductas desinteresadas en cuanto a sus estudios: no dedican tiempo a estudiar, no prestan atención en clases, no presentan tareas; además un desinterés en su vida personal.
- El número de personas que conforman los grupos de amigos/as influyen negativamente en el uso del internet ya que los amigos en ocasiones se ponen de acuerdo para ingresar a redes sociales y entretenerse, para ingresar a páginas de videos musicales y videos juegos los cuales en ocasiones son de violencia evidenciándose en el aula donde tratan de imitar las conductas de peleas y el lenguaje inadecuado, ofensivo y obsceno que han observado.
- Que los resultados arrojados en las pruebas de hipótesis están acordes a la información que se presentó en el marco teórico y que de esta manera la

investigación tiene mayor sustancialidad, puesto que la prueba de hipótesis plantea que el grupo de amigos si influye en el uso que le den al internet, y la teoría planteada muestra como los amigos podrían incidir de forma positiva o negativa en la conducta.

- El consumismo afecta negativamente en el uso del internet porque en nuestra sociedad todo lo que se ve se consume y el internet es algo muy atractivo que envuelve a muchas personas.
- El grupo de amigos modifica el comportamiento de los estudiantes en cuanto a las modas que muchas veces se observan en el internet influyendo en su forma de vestir, de hablar y caminar, pensar y actuar.
- La autoestima o el estado de ánimo que los estudiantes presenten tiene una estrecha relación con las redes sociales puesto que sino no están conectados al internet se sienten complementados caso contrario cuando están conectados al internet pues se sienten mejor.
- Este nuevo medio produce grandes cambios en sus usuarios, los cuales afectan sus hábitos, su relación con el conocimiento y la información, la manera en que se relacionan con las personas, así como su relación con el estudio y también su lenguaje, afectando de manera diferente a los diferentes individuos, dependiendo de su madurez, educación, cultura e intereses.
- La proliferación del uso de este medio es inevitable, por lo cual lo ideal es poder insertarse entre las personas que cuentan con Internet de lo contrario se pasará a formar parte de los futuros desposeídos.
- Las relaciones a través de la red superan las personales, tanto que podríamos llegar al tiempo en que se mantendrá más contacto virtual que con la gente que conozcamos en la vida real.
- Para algunos jóvenes es sólo un medio de entretenimiento, sin embargo los resultados de este trabajo indican que la red es mucho más: un espacio social de interacción, una herramienta que les brinda múltiples alternativas dependiendo de la actividad que realizan.

CAPITULO VI: RECOMENDACIONES

Dentro del proceso de graduación por medio de la ejecución de la investigación titulada: “Factores Psicosociales y su Incidencia en el uso del Internet con los estudiantes de tercer ciclo del Complejo Educativo Marcelino García Flamenco, de la ciudad de San Vicente, durante el período comprendido de Agosto de 2012 a Febrero de 2013”; se proponen ciertas recomendaciones a la institución educativa:

- Buscar las mejoras para la calidad educativa en función a los factores psicosociales que inciden en el uso del internet de los estudiantes mediante especialistas en las áreas requeridas.
- Conversar maestros-alumnos: es un ejercicio que ayuda a conocer la individualidad que hace diferentes a unos de otros alumnos y que además permite indagar en la realidad de cómo viven estos.
- A los y las estudiantes se les recomienda buscar ayuda o apoyo a través de sus maestros o personas de confianzas o personal de la institución para darle las respectivas soluciones a las problemáticas que se generan en el entorno académico, para no llegar a obstáculos mayores y así poder alcanzar las competencias respectivas.
- Los docentes de la institución que implementen un proyecto sobre charlas de concientización para conocer las causas y consecuencias del uso positivo y negativo que se le dé a las redes sociales.
- Los padres deben de hablar con sus hijos sobre lo que ven y hacen en el internet, acordar con los hijos de no proporcionar información personal familiar a desconocidos (edad, dirección, teléfono su propia fotografía o video). Además tener cuidado con correo electrónico y los archivos adjuntos, cuando no conoce quién lo envía, ya que podrían contener virus o códigos maliciosos.
- El buen uso del tiempo: acordar un código familiar de uso de Internet que controle los tiempos que toda la familia pasa delante del ordenador. Aconsejable ubicar el ordenador en una zona que quede a la vista de los padres; Evitar que se conecten a internet por la noche y establecer un uso máximo de 1 a 2 horas sería de mucho provecho.

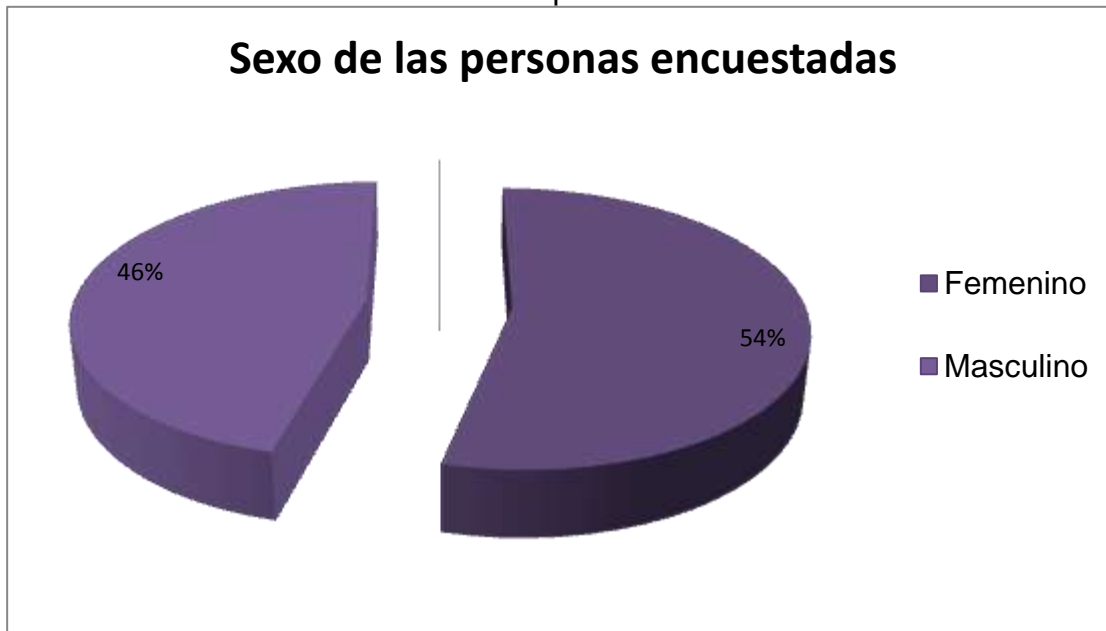
CAPITULO VII: BIBLIOGRAFIA

- Datos obtenidos de las encuestas aplicadas a una muestra de 115 estudiantes de tercer ciclo del Complejo Educativo Marcelino García Flamenco.
- Bonilla, Gildaberto: Estadística II segunda edición Editorial Gráficos UCA El Salvador.
- Hernández Sampieri, Roberto. Metodología de la investigación, cuarta edición. Planteamiento del problema educativo. Objetivos de la investigación, Mc Graw Hil, año 2006, pag. 45, 47,51.
- Álvarez, L nivel de conocimiento de educación sexual, en adolescentes entre 14 y 19 años, de la Unidad Educativa "Domingo Hurtado"-2000- pag 25.
- Baca y Nivel de conocimiento sobre sexualidad y su influencia en el comportamiento sexual.- 1998 - pag 18-55
- Bellera, M. Comportamiento sexual y fuentes de información sobre sexualidad en los adolescentes de la III Etapa de Educación Básica, Unidad Educativa "Daniel Canónico"-Colombia-2006-pag 17
- MINED. Proyecto Educativo Institucional, año 2005.
- Sampieri R., Fernández Collado C. y Baptista P. (2006). Metodología de la Investigación. México: Mc GRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Lemus, Luis Arturo. (1988). Pedagogía 2, Temas Fundamentales. Guatemala: editorial Piedra Santa. Págs.: 47-49.
- Pizarro, R. (1985). Rasgos y actitudes del profesor efectivo. Tesis para optar el Grado de Magíster en Ciencias de la Educación. Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile.
- Kerlinger, F. (1988). Investigación del comportamiento. Técnicas y métodos. México: Editorial Interamericana.

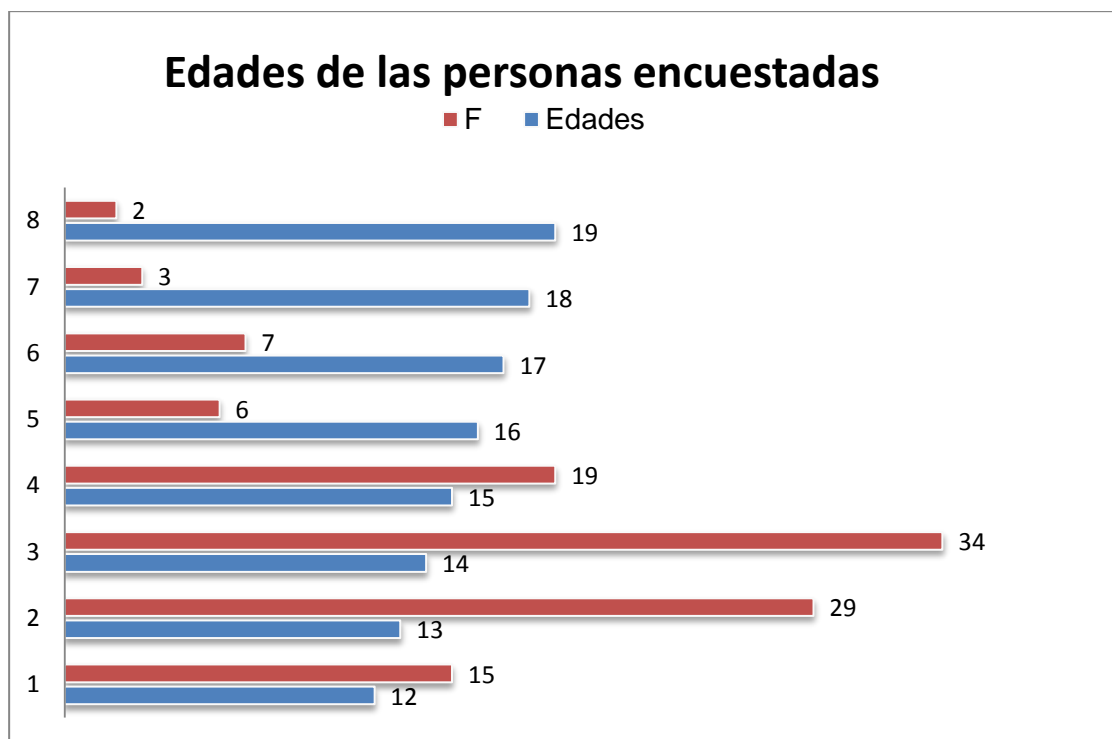
CAPITULO VIII: ANEXOS

ANEXO 1: Representación gráfica sobre cada una de las preguntas de la encuesta.

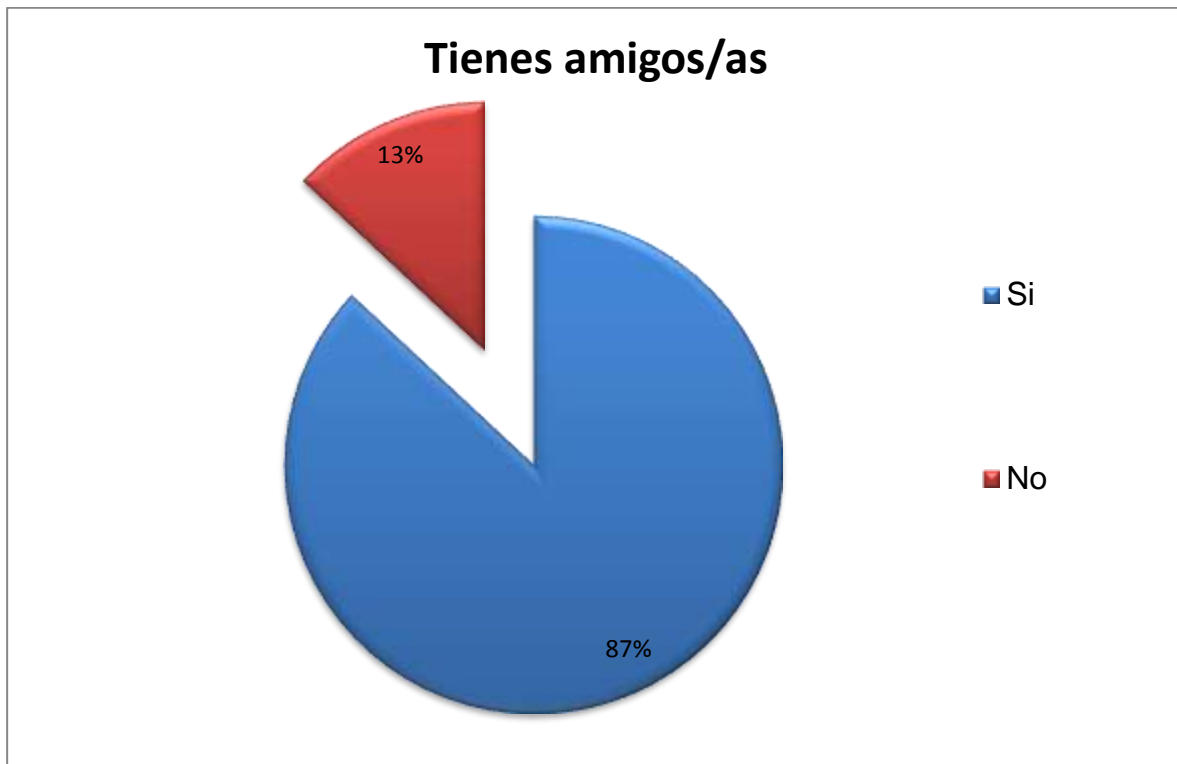
Anexo 1: Gráfica sobre el sexo de las personas encuestadas



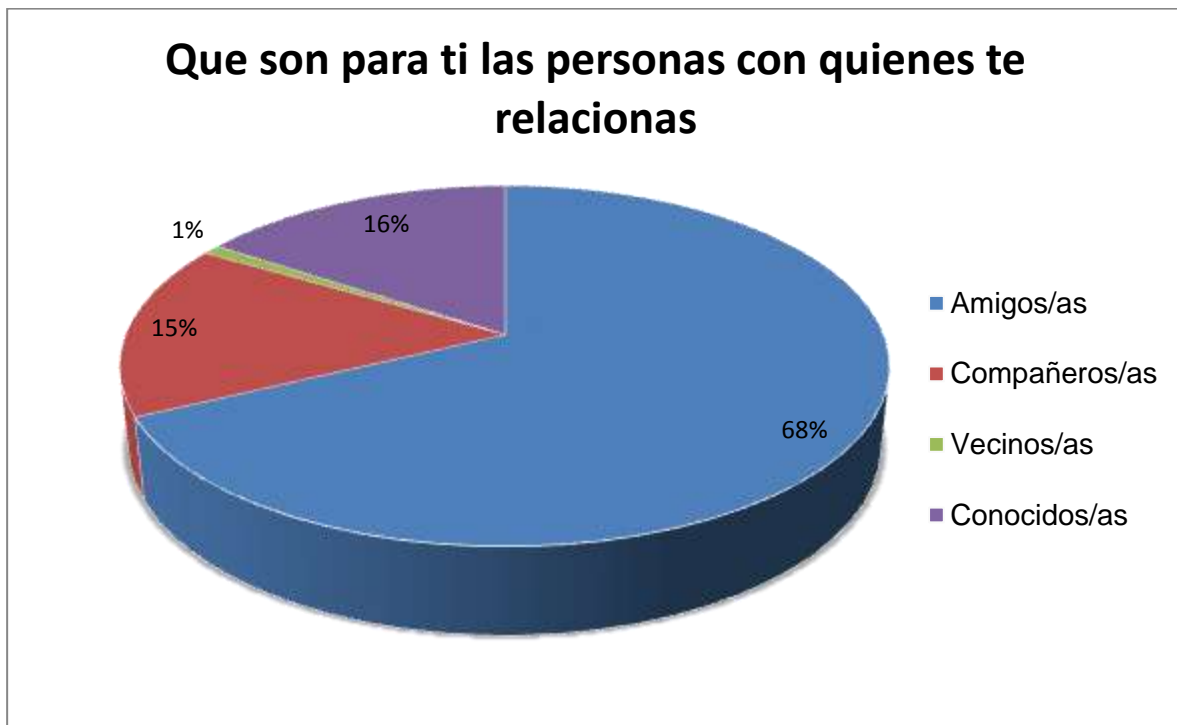
Anexo 2: Gráfica sobre las edades de las personas encuestadas



Anexo 3: ¿Consideras que tienes amigos/as?



Anexo 4: ¿Qué son para ti las personas con las que te relacionas?



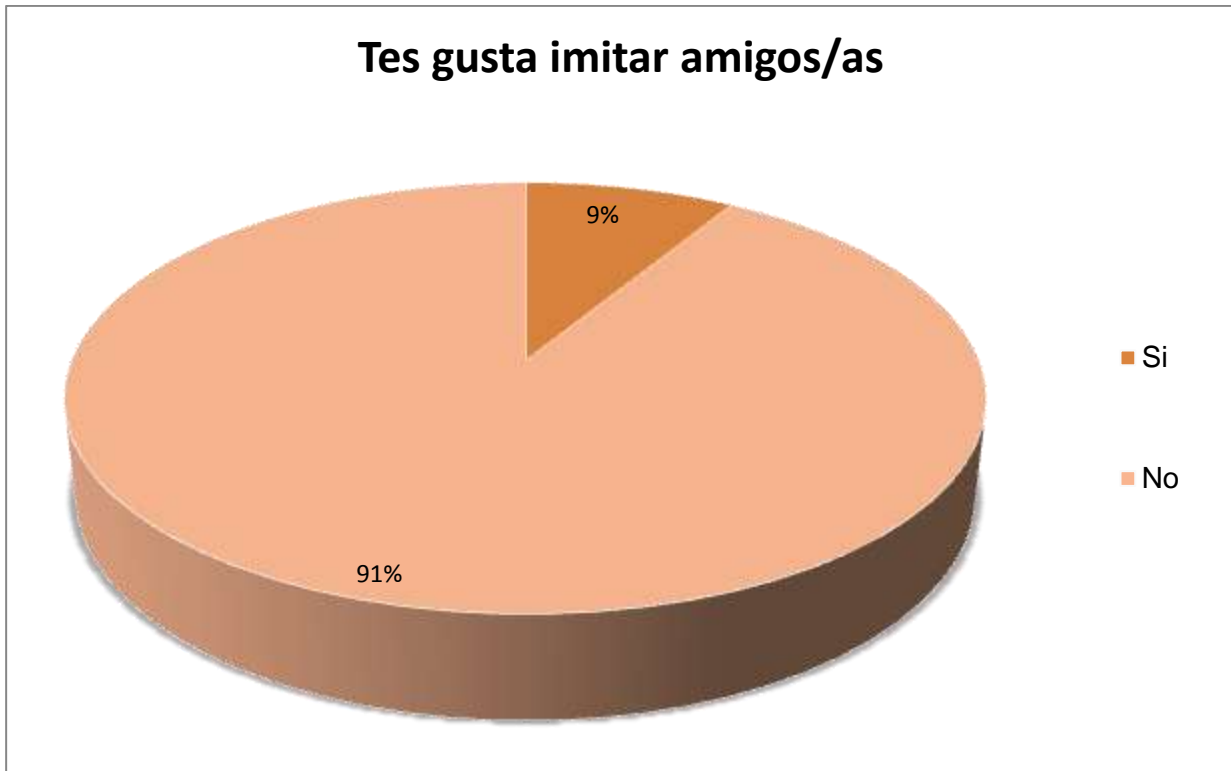
Anexo 5: ¿Han influido tus padres para escoger a tus amigos/as?



Anexo 6: ¿Qué medios utilizas para comunicarte con tus amigos/as?



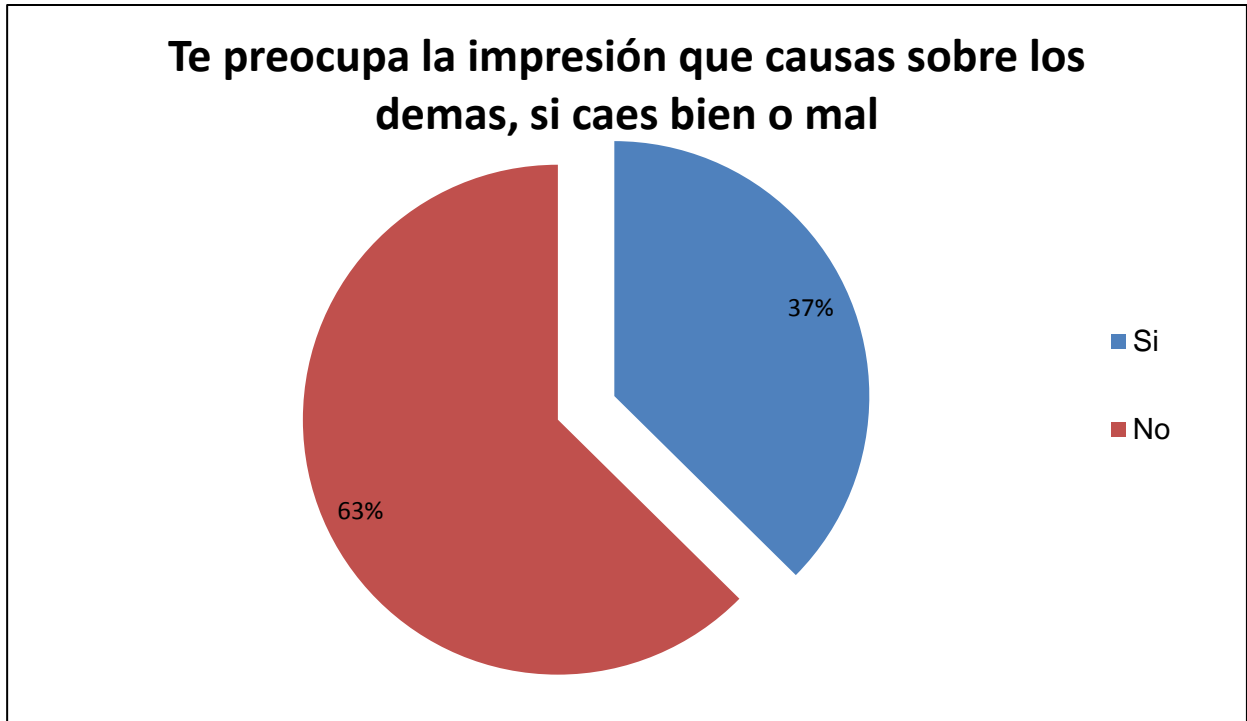
Anexo 7: ¿Te gusta imitar a algún amig@?



Anexo 8: ¿Cuando estás en tu grupo de amigos/as, te cuesta tomar decisiones?



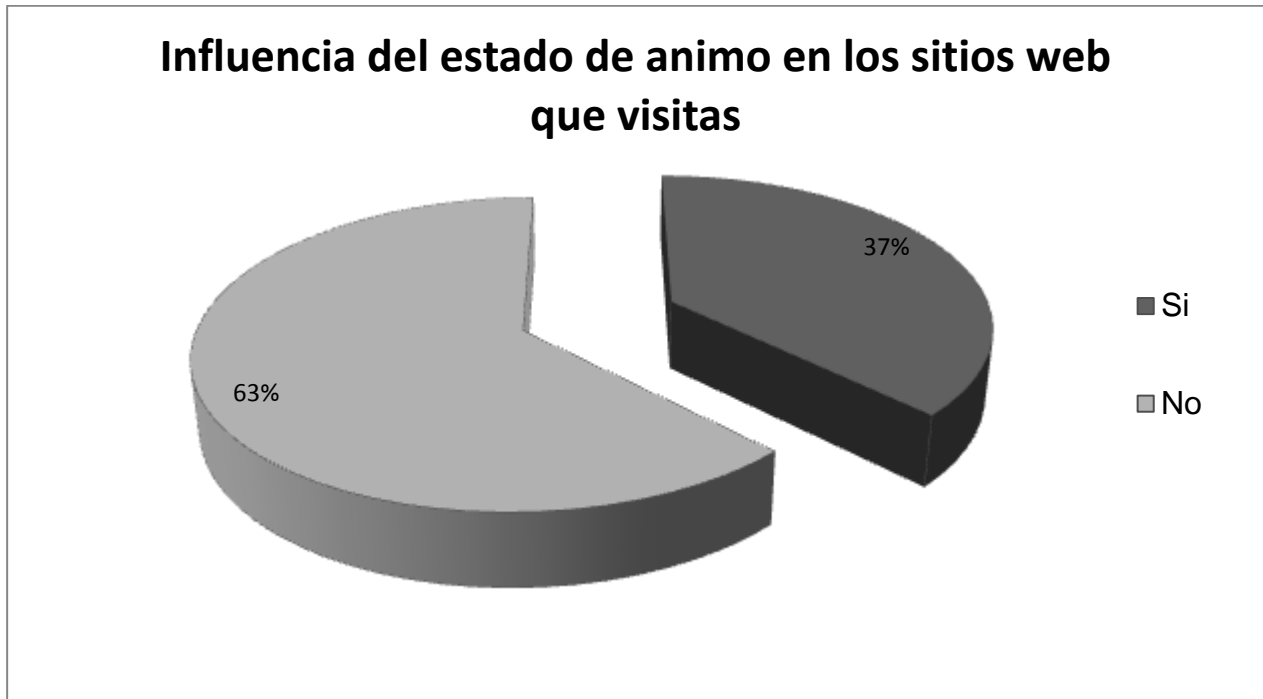
Anexo 9: ¿Te preocupa mucho la impresión que causas sobre los demás, si caes bien o no?



Anexo 10: ¿Cuándo te sientes triste, que actividades realizas?



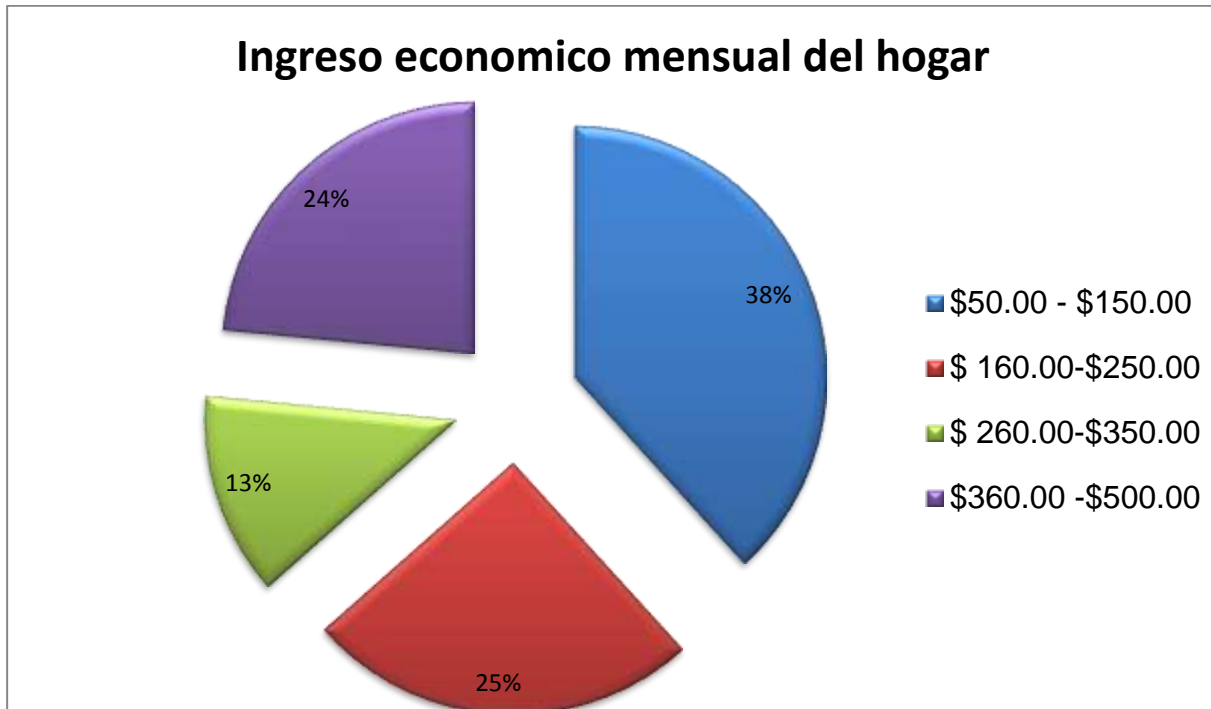
Anexo 11: ¿Crees tú que el estado de ánimo influye en los sitios web que visitas?



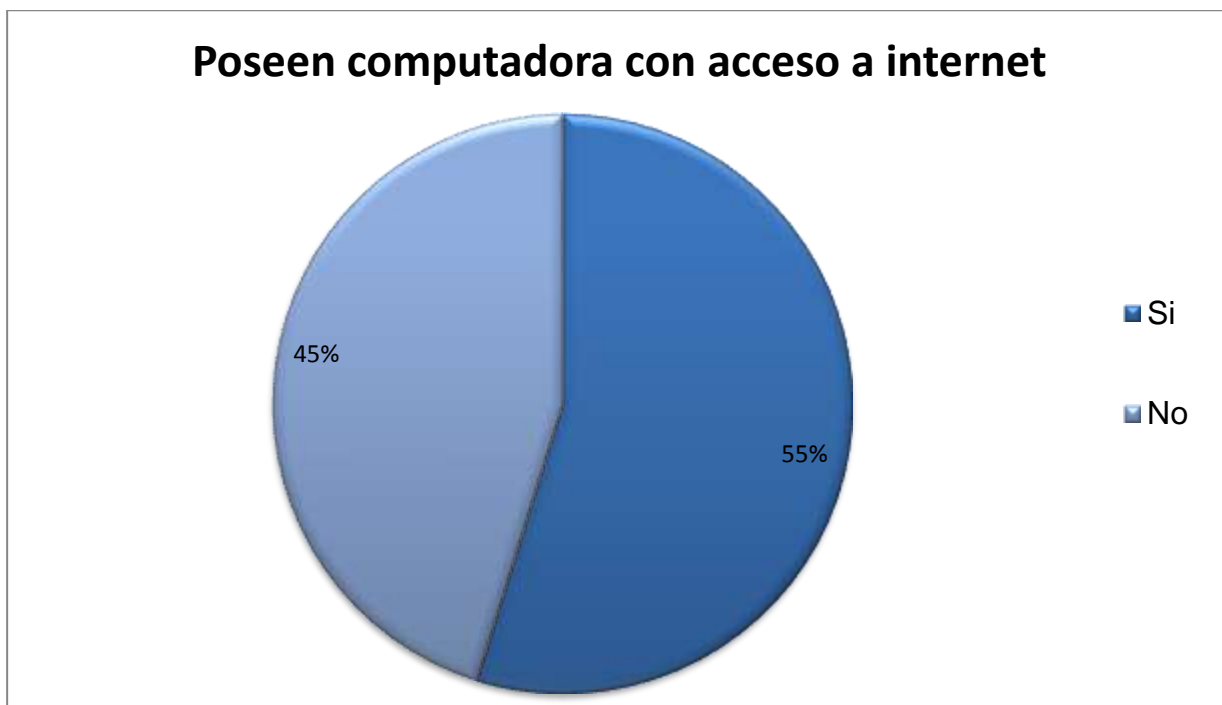
Anexo 12: ¿Crees que podrías lograr cualquier cosa que te propusieras?



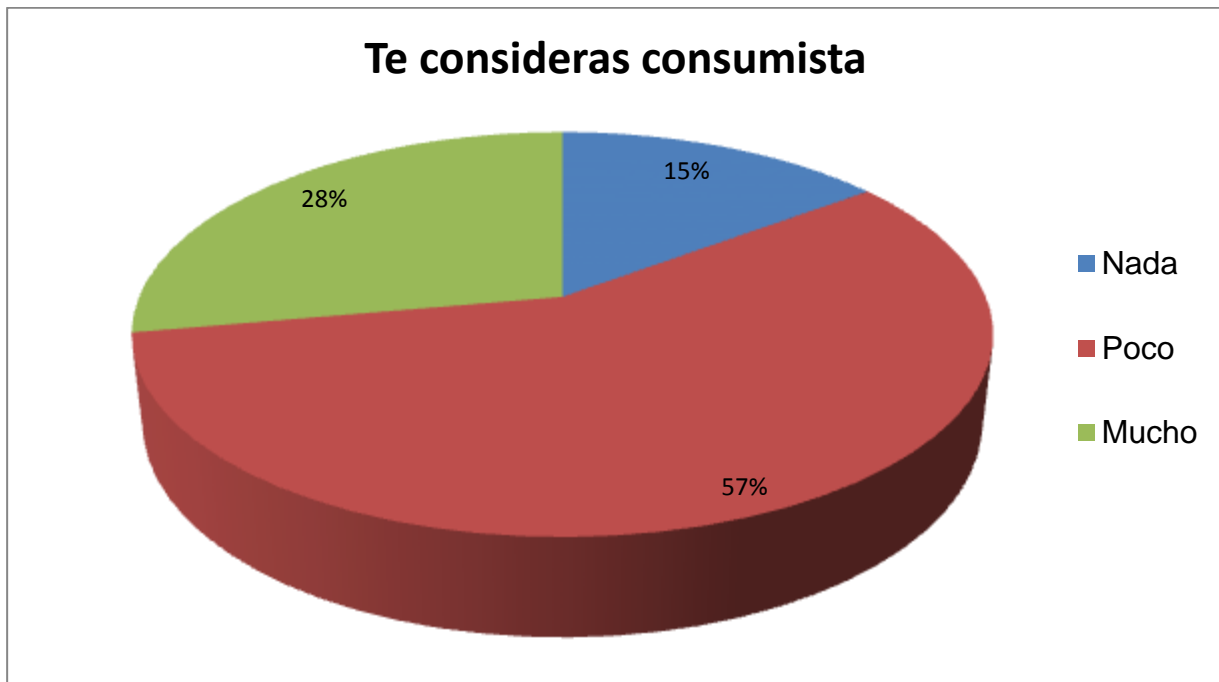
Anexo 13: ¿A cuánto equivale el ingreso económico de tu hogar mensualmente?



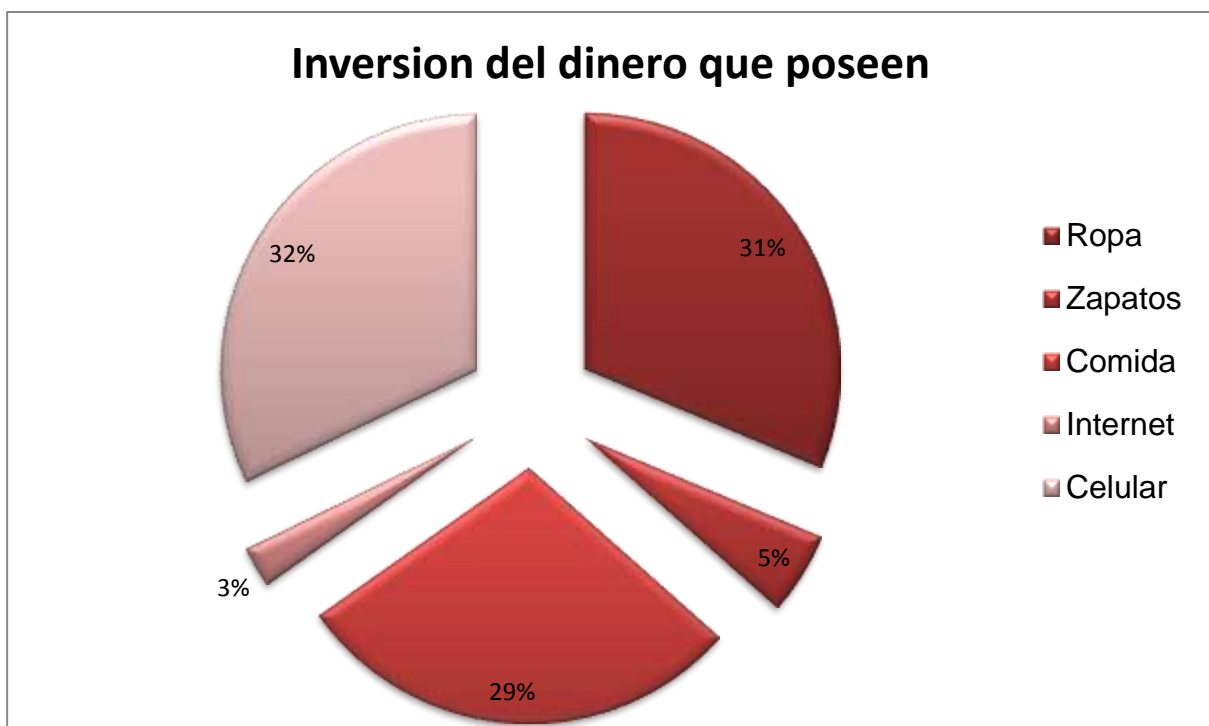
Anexo 14: ¿Tienes computadora con acceso a internet?



Anexo 15: ¿Qué tanto te consideras consumista?



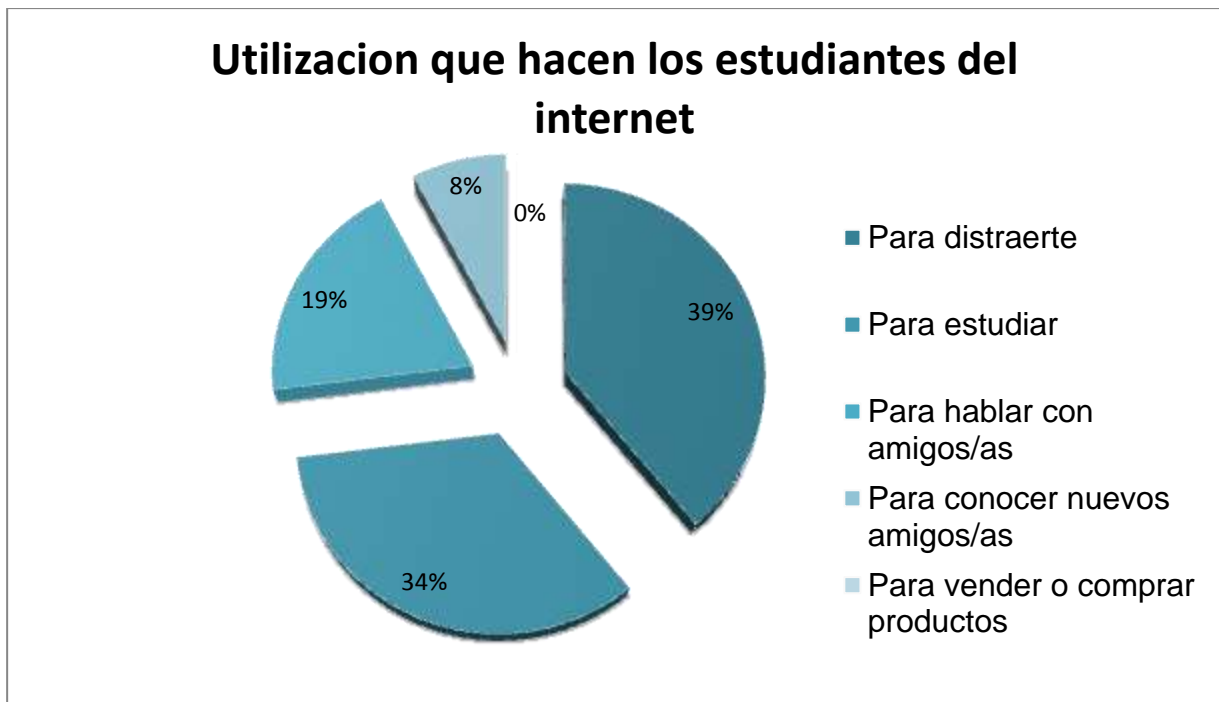
Anexo 16: ¿En qué inviertes el dinero que posees?



Anexo 17: ¿Estás a la expectativa de las nuevas tecnologías?



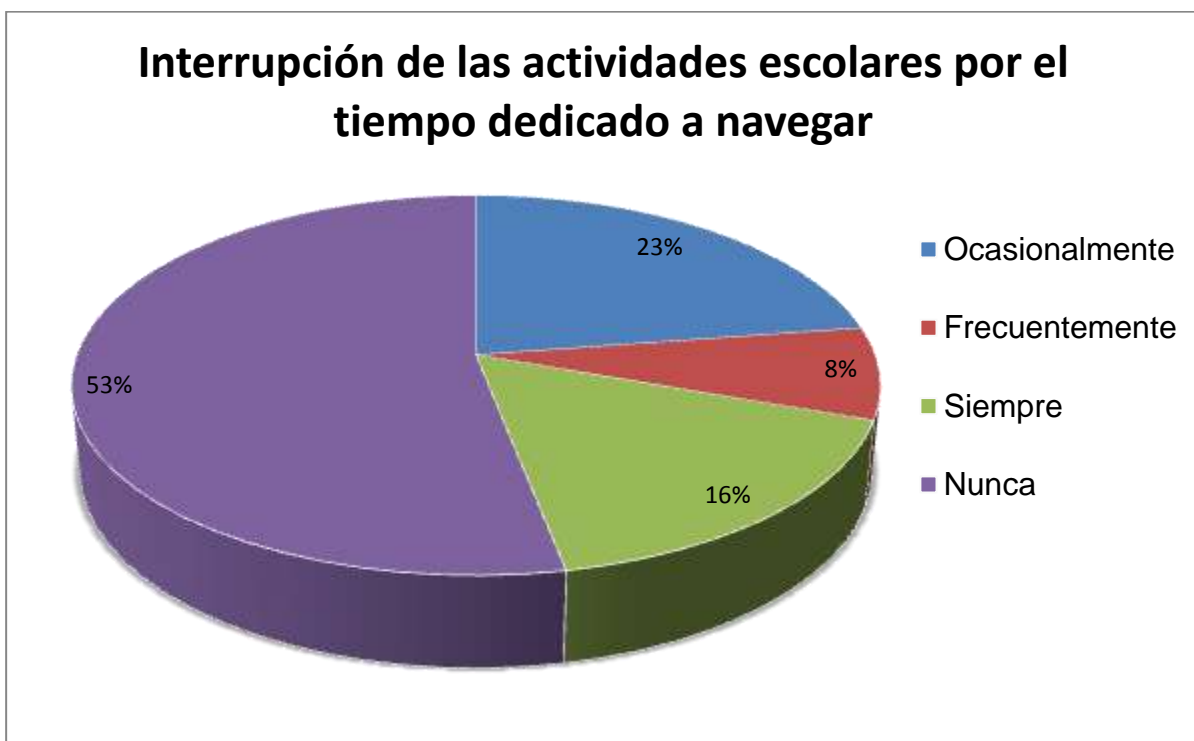
Anexo 18: ¿Para qué utilizas el internet?



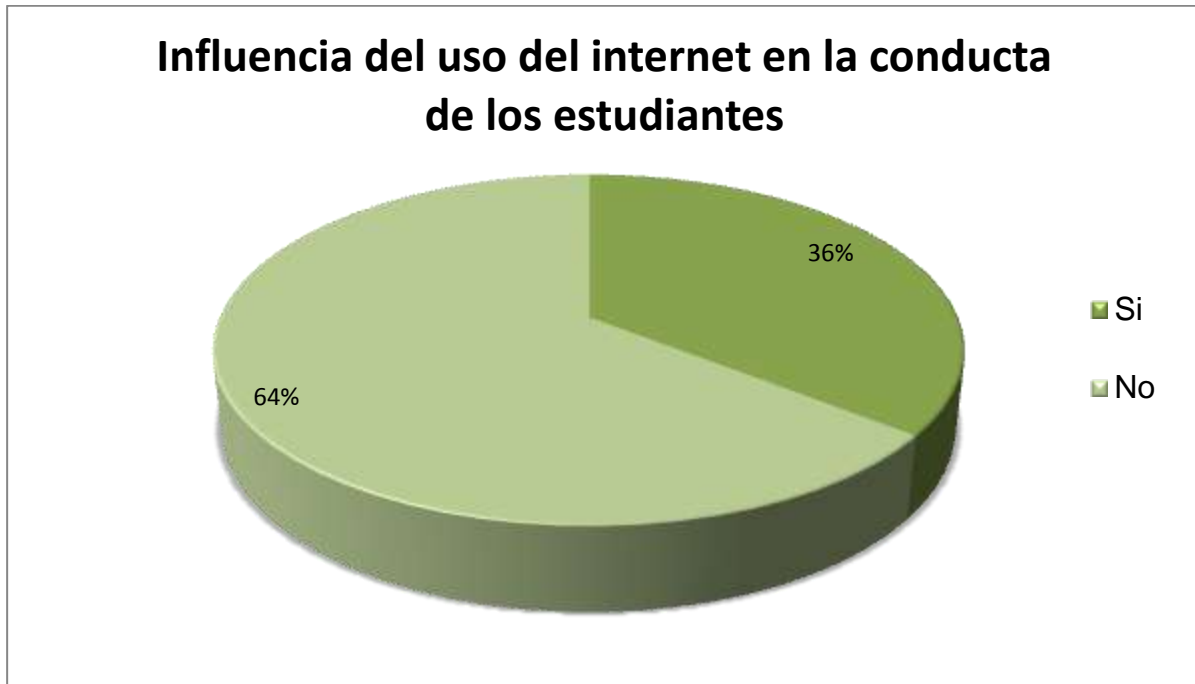
Anexo 19: ¿Cuántas horas diarias le dedicas al internet?



Anexo 20: ¿Tus actividades escolares se ven perjudicadas porque dedicas mucho tiempo a navegar?



Anexo 21: ¿Consideras que el uso que le das al internet influye en tu conducta?



Anexo 22: ¿Temes que tu vida sin internet sea aburrida o vacía?



ANEXO 2: CUADRO DE GENERALIDADES DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS EN EL INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

F: Femenino

M: Masculino

Este cuadro representa las diferentes edades de las personas entrevistadas de una muestra total de 115 estudiantes del tercer ciclo del Complejo Educativo Marcelino García Flamenco; también el sexo al cual pertenece. La columna de la izquierda representa las personas entrevistadas, la segunda el sexo, y la tercera las edades de estos.

PERSONAS	SEXO	EDAD	PERSONAS	SEXO	EDAD	PERSONAS	SEXO	EDAD
1	<i>M</i>	16	23	<i>F</i>	14	45	M	14
2	<i>F</i>	17	24	<i>F</i>	13	46	F	13
3	<i>M</i>	17	25	<i>M</i>	15	47	M	13
4	<i>F</i>	17	26	<i>F</i>	14	48	M	15
5	<i>M</i>	13	27	<i>F</i>	14	49	M	15
6	<i>M</i>	14	28	<i>M</i>	15	50	F	14
7	<i>M</i>	13	29	<i>M</i>	12	51	F	15
8	<i>M</i>	14	30	<i>F</i>	14	52	M	12
9	<i>F</i>	15	31	<i>F</i>	14	53	M	13
10	<i>F</i>	15	32	<i>M</i>	15	54	F	13
11	<i>M</i>	15	33	<i>M</i>	18	55	M	13
12	<i>M</i>	13	34	<i>F</i>	16	56	F	17
13	<i>F</i>	13	35	<i>M</i>	13	57	M	16
14	<i>M</i>	14	36	<i>F</i>	13	58	F	14
15	<i>F</i>	12	37	<i>F</i>	13	59	M	13
16	<i>F</i>	15	38	<i>F</i>	14	60	F	14
17	<i>M</i>	12	39	<i>M</i>	14	61	M	12
18	<i>F</i>	13	40	<i>M</i>	16	62	M	12
19	<i>F</i>	14	41	<i>M</i>	15	63	M	17
20	<i>F</i>	16	42	<i>M</i>	18	64	F	15
21	<i>M</i>	14	43	<i>F</i>	14	65	F	14
22	<i>M</i>	19	44	<i>F</i>	13	66	F	15

PERSONAS	SEXO	EDAD	PERSONAS	SEXO	EDAD	PERSONAS	SEXO	EDAD
67	<i>M</i>	12	84	<i>F</i>	13	101	M	17
68	<i>M</i>	19	85	<i>M</i>	15	102	F	12
69	<i>F</i>	14	86	<i>M</i>	14	103	F	14
70	<i>F</i>	12	87	<i>F</i>	13	104	M	14
71	<i>M</i>	13	88	<i>F</i>	13	105	F	12
72	<i>F</i>	14	89	<i>F</i>	12	106	F	14
73	<i>F</i>	14	90	<i>M</i>	15	107	F	16
74	<i>F</i>	12	91	<i>F</i>	16	108	M	14
75	<i>M</i>	13	92	<i>F</i>	15	109	F	15
76	<i>M</i>	14	93	<i>M</i>	12	110	M	13
77	<i>F</i>	14	94	<i>F</i>	14	111	M	14
78	<i>F</i>	12	95	<i>M</i>	15	112	F	12
79	<i>F</i>	18	96	<i>M</i>	17	113	F	13
80	<i>M</i>	13	97	<i>M</i>	15	114	F	14
81	<i>F</i>	13	98	<i>M</i>	13	115	F	14
82	<i>F</i>	13	99	<i>F</i>	13			
83	<i>F</i>	13	100	<i>F</i>	14			

ANEXO 3: LIBRO DE CÓDIGOS QUE REPRESENTA LAS PREGUNTAS DEL INSTRUMENTO UTILIZADO PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACION

El libro de códigos aquí presentado representa las preguntas que poseía el instrumento que se les proporciono a los alumnos para recolectar datos, así como también las posibles respuestas y los respectivos códigos que tienen las respuestas, además las columnas que representan el número de columnas que tendrá cada pregunta en la matriz de datos; el motivo por el cual se realiza este cuadro es para que la matriz no tenga tanta letra y así que el lector lo tenga de guía para poder entender la matriz de datos.

VARIABLE	ÍTEMS	CATEGORIAS	CODIGOS	COLUMNAS
VARIABLE INDEPENDIENTE: Factores Psicosociales El grupo de amigos	1. ¿Consideras que tienes amig@s?	Si	1	1
		No	2	
	2. ¿Qué son para ti las personas con las que te relacionas?	Amig@s	1	2
		Companer@s	2	
		Vecin@s	3	
		Conocid@s	4	
	3. ¿Han influido tus padres para escogerte tus amig@s?	Si	1	3
		No	2	
	4. ¿Qué medios utilizas para comunicarte con tus amig@s?	Teléfono	1	4
		Internet	2	
	Cartas	3		

El autoestima		Otros	4	
	5. ¿Te gusta imitar a algún amig@?	Si	1	5
		No	2	
	6. ¿Cuando estás en tu grupo de amig@s, te cuesta tomar decisiones?	Si	1	6
		No	2	
	7. ¿Te preocupa mucho la impresión que causas sobre los demás, si caes bien o no?	Si	1	7
		No	2	
	8. ¿Cuándo te sientes triste, que actividades realizas?	Visitar redes sociales	1	8
		Videojuegos	2	
		Ver televisión	3	
	Escuchar música	4		
	Salir con amig@s	5		
9. ¿Crees tú que el estado de ánimo influye en los sitios web que visitas?	Si	1	9	
	No	2		
10. ¿Crees que podrías lograr cualquier cosa que te propusieras?	Si	1	10	
	No	2		

El consumismo	11. ¿A cuánto equivale el ingreso económico de tu hogar mensualmente?	\$50.00 - \$150.00 \$ 160.00- \$250.00 \$ 260.00- \$350.00 \$360.00 - \$500.00	1 2 3 4	11
	12. ¿Tienes computadora con acceso a internet?	Si No	1 2	12
	13. ¿Qué tanto te consideras consumista?	Nada Poco Mucho	1 2 3	13
	14. ¿En qué inviertes el dinero que posees?	Ropa Zapatos Comida Internet Celular	1 2 3 4 5	14
	15. ¿Estás a la expectativa de las nuevas tecnologías?	Si No	1 2	15

VARIABLE DEPENDIENTE: Uso del internet	16. ¿Para qué utilizas el internet?	Para distraerte Para estudiar Para hablar con amig@s Conocer nuevos amig@s Para vender o comprar productos	1 2 3 4 5	1
	17. ¿Cuántas horas diarias le dedicas al internet?	1 a 3 horas 4 a 6 horas Más horas	1 2 3	2
	18. ¿Tus actividades escolares se ven perjudicadas porque dedicas mucho tiempo a navegar?	Ocasionalmente Frecuentemente Siempre Nunca	1 2 3 4	3
	19. ¿Consideras que el uso que le das al internet influye en tu conducta?	Si No	1 2	4
	20. ¿Temes que tu vida sin internet sea aburrida o vacía?	Si No	1 2	5

ANEXO 4: CUADRO DE LA MATRIZ DE LOS DATOS OBTENIDOS EN LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO

La matriz de los datos es útil para conocer cuales fueron cada una de las respuestas de los estudiantes encuestados, la presente es más útil si se revisa luego de ver el libro de códigos.

PERSONAS	ITEMS-COLUMNAS																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5
	VARIABLE INDEPENDIENTE: LOS FACTORES PSICOSOCIALES															VARIABLE DEPENDIENTE: EL USO DEL INTERNET				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	1	1	2	1	2	2	2	3	1	1	3	2	2	3	2	2	1	4	2	2
2	1	1	2	1	2	1	2	4	1	1	2	2	2	3	2	2	1	3	2	2
3	1	1	2	2	1	2	1	3	1	1	4	1	3	1	1	3	1	4	2	2
4	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	5	2	1	2	1	2	2
5	1	4	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	2	1	1	2	1	4	2	2
6	1	4	2	1	1	1	2	4	1	1	1	1	2	3	1	2	1	4	2	2
7	1	1	2	1	2	1	1	5	1	2	2	2	2	1	1	2	1	4	2	2
8	2	1	2	1	2	2	2	3	1	1	4	1	2	2	2	1	1	4	2	2
9	2	2	2	1	2	1	2	4	1	1	4	1	2	1	1	2	1	4	2	2
10	1	1	2	1	2	2	1	3	1	1	1	2	2	1	1	2	1	4	2	2
11	1	1	1	1	2	2	1	4	2	1	4	2	3	3	2	2	1	4	2	2
12	1	1	1	1	2	2	1	4	2	1	4	1	2	3	2	2	1	4	2	2
13	2	4	2	1	2	2	2	6	2	1	4	1	2	3	2	2	1	4	2	2
14	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	5	2	2	1	4	2	2
15	1	2	2	1	2	1	1	4	2	1	1	1	2	5	2	2	1	4	2	2
16	1	1	2	1	2	2	2	5	2	1	2	1	3	1	1	3	1	4	2	2
17	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	4	1	2	5	2	1	1	4	2	2
18	1	4	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2	3	1	1	1	1	4	2	2
19	1	2	2	4	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	4	2	2

PERSONAS	ITEMS-COLUMNAS																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5
	VARIABLE INDEPENDIENTE: LOS FACTORES PSICOSOCIALES															VARIABLE DEPENDIENTE: EL USO DEL INTERNET				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
20	1	1	2	1	2	1	2	4	2	1	1	2	2	3	2	1	1	4	2	2
21	1	1	2	4	2	1	2	4	2	1	1	2	1	3	2	1	1	4	2	2
22	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	3	2	1	1	4	2	2
23	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	4	2	2
24	1	2	1	1	1	2	1	4	2	1	1	2	2	1	2	2	1	4	2	2
25	1	1	2	1	2	2	2	5	1	1	4	1	2	4	1	1	1	4	2	2
26	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	3	1	2	1	4	2	2
27	1	1	2	2	2	2	2	3	1	2	1	2	2	3	2	3	1	4	2	2
28	1	4	2	2	2	2	2	4	2	1	2	2	2	1	2	3	1	4	2	2
29	2	4	2	1	2	2	1	4	2	1	1	2	2	5	1	1	1	4	2	2
30	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	3	1	3	1	1	1	1	4	2	2
31	1	1	2	1	2	1	2	4	2	1	1	2	2	5	2	3	1	4	2	2
32	1	1	2	1	2	2	2	4	2	1	1	2	2	3	2	3	1	4	2	2
33	1	2	1	2	1	2	2	5	2	1	4	1	3	3	1	1	1	4	2	2
34	2	4	1	2	2	2	2	5	1	1	1	1	2	1	1	1	1	4	2	2
35	1	2	2	4	2	2	2	2	2	1	3	1	2	1	2	1	1	1	2	2
36	1	1	2	1	2	2	2	4	1	1	1	2	3	1	2	1	1	1	2	2
37	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	4	2	2
38	1	1	2	1	2	2	2	5	2	1	1	2	2	3	2	4	1	4	2	2
39	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	3	1	1	2	4	2	2

PERSONAS	ITEMS-COLUMNAS																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5
	VARIABLE INDEPENDIENTE: LOS FACTORES PSICOSOCIALES															VARIABLE DEPENDIENTE: EL USO DEL INTERNET				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
40	1	4	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	3	2	2	2	1	4	2	2
41	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	4	1	2	2	1	2	2	4	2	2
42	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	4	1	2	4	1	3	2	3	2	2
43	1	4	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	5	1	1	2	4	2	2
44	1	1	2	2	2	2	2	4	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2
45	1	1	2	1	1	1	2	5	1	1	2	2	3	1	1	2	1	1	2	2
46	1	1	2	2	2	2	2	5	2	1	3	1	3	5	1	2	1	1	2	2
47	2	1	2	1	2	2	2	5	2	2	1	2	2	5	2	4	1	1	2	2
48	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	3	1	2	3	1	1	1	4	2	2
49	1	1	1	4	2	1	1	2	2	1	2	1	3	5	1	1	1	4	2	2
50	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	5	1	1	1	1	2	2
51	1	3	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	3	2	2	1	1	2	2
52	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	2
53	1	1	2	4	2	1	1	2	1	1	2	2	1	3	1	2	1	4	1	2
54	1	1	2	4	2	1	1	3	1	1	2	2	2	3	2	2	1	4	1	2
55	1	2	2	3	2	2	2	4	2	1	1	2	3	1	2	1	1	4	1	2
56	1	1	2	1	2	1	2	5	2	1	3	1	2	1	2	1	1	4	1	2
57	1	1	2	1	2	2	2	4	2	1	4	1	3	2	2	2	1	1	2	2
58	1	1	2	1	2	2	2	3	2	1	4	1	2	5	1	1	1	1	2	2
59	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	5	1	4	2	2	1	1

PERSONAS	ITEMS-COLUMNAS																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5
	VARIABLE INDEPENDIENTE: LOS FACTORES PSICOSOCIALES															VARIABLE DEPENDIENTE: EL USO DEL INTERNET				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
60	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	5	2	4	3	2	1	1
61	1	1	2	1	2	1	2	3	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	1	1
62	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	4	1	3	3	1	1	1
63	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	3	2	3	1	1
64	1	1	1	1	1	2	2	4	1	1	1	1	3	1	2	4	3	3	1	1
65	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	3	5	2	4	2	3	1	1
66	2	4	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	3	5	2	3	3	3	1	1
67	1	4	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	3	5	2	3	3	3	1	1
68	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	5	1	3	3	3	1	1
69	1	4	2	1	2	1	2	5	1	2	3	1	2	3	1	1	2	2	1	1
70	1	1	2	2	2	2	1	3	1	1	3	1	2	1	2	3	3	2	2	1
71	1	1	1	2	2	2	1	4	1	1	2	1	3	1	2	3	1	3	2	1
72	1	1	2	1	2	2	1	4	2	1	3	1	2	2	1	2	1	3	2	1
73	1	1	2	1	2	2	2	4	2	1	1	2	1	1	1	3	1	3	2	1
74	1	1	2	1	2	2	1	3	2	1	3	2	1	1	1	2	2	4	1	1
75	1	2	2	4	2	1	1	3	2	1	1	2	3	3	1	2	1	4	1	1
76	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1
77	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	3	1	1	1	1	4	1	1
78	2	2	1	1	1	1	1	5	1	1	4	2	2	5	2	1	1	1	1	1
79	1	4	2	1	2	2	1	1	1	1	4	1	3	5	1	4	1	1	1	1

PERSONAS	ITEMS-COLUMNAS																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5
	VARIABLE INDEPENDIENTE: LOS FACTORES PSICOSOCIALES															VARIABLE DEPENDIENTE: EL USO DEL INTERNET				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
80	1	1	1	3	2	1	1	5	2	1	1	1	1	3	1	3	3	2	1	1
81	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	4	2	1
82	1	1	1	1	2	2	2	4	2	1	3	1	2	1	2	2	3	3	2	1
83	1	1	2	1	2	2	2	5	2	2	2	2	3	1	2	2	3	4	2	1
84	2	2	2	2	2	2	2	4	2	1	4	1	2	1	1	1	2	4	2	1
85	1	1	2	1	2	2	2	4	2	1	2	2	3	1	1	1	1	3	2	1
86	1	1	2	2	2	2	2	4	2	2	4	1	3	1	2	2	1	4	2	1
87	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1
88	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	3	2	2	1	1	1	1	1	2	1
89	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	3	1	2	2	1
90	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	3	5	1	3	1	3	2	1
91	1	4	2	1	2	2	1	1	1	1	4	1	2	5	1	1	3	2	2	1
92	1	1	2	4	2	2	2	5	2	1	1	2	2	3	2	3	1	4	1	2
93	1	4	1	4	2	1	1	1	2	1	1	2	3	5	2	2	1	4	1	2
94	1	1	1	4	2	2	2	1	2	1	1	2	2	3	2	4	3	4	1	2
95	2	4	2	2	2	2	2	4	1	1	3	1	2	3	1	1	1	1	1	2
96	1	4	2	2	2	1	1	5	2	2	3	1	2	5	2	1	2	1	1	2
97	1	1	2	1	2	2	1	4	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	2
98	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	3	2	1	1	1	1	2
99	1	1	1	1	2	2	1	4	1	1	4	1	3	5	1	4	1	1	1	2

PERSONAS	ITEMS-COLUMNAS																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5
	VARIABLE INDEPENDIENTE: LOS FACTORES PSICOSOCIALES															VARIABLE DEPENDIENTE: EL USO DEL INTERNET				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
100	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	2	2	1	5	2	2	1	2	1	2
101	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	5	1	4	2	3	1	2
102	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	4	1	3	2	1	3	3	3	1	2
103	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	4	1	3	1	1	1	3	3	1	2
104	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	4	1	2
105	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	5	1	1	1	3	1	2
106	1	1	1	2	2	1	1	4	1	2	4	1	2	1	1	1	1	1	2	2
107	1	1	2	4	2	1	1	2	2	1	1	1	3	1	1	1	1	4	2	2
108	1	1	2	1	1	2	2	3	2	1	4	2	1	5	1	2	1	4	1	2
109	1	4	2	4	2	2	2	4	2	1	4	2	3	3	2	1	2	4	1	2
110	1	1	2	1	1	2	1	4	2	1	4	2	1	1	2	3	2	4	1	2
111	1	1	1	1	2	1	2	4	1	1	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2
112	1	1	2	4	2	1	2	4	2	1	2	1	2	3	1	3	3	3	2	2
113	1	1	2	3	2	2	1	4	2	1	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2
114	2	2	1	1	1	1	1	5	1	1	4	2	2	5	2	1	1	1	1	1
115	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	4	1	3	1	1	2	1

ANEXO 5: CUADRO DE FRECUENCIAS RELATIVAS Y PORCENTUALES DE CADA UNA DE LAS PREGUNTAS QUE COMPONEN EL INSTRUMENTO

El presente cuadro contiene cada una de las preguntas con sus respectivas respuestas y sus frecuencias absolutas como también frecuencias porcentuales, esto nos sirve para conocer el porcentaje de cada una de las respuestas.

VARIABLES	ITEMS	CATEGORIA	CODIGOS	F	F%	TOTAL
INDEPENDIENTE:	1. ¿Consideras que tienes amigos/as?	Si	1	100	86.96	100
		No	2	15	13.04	
Factores Psicosociales	2. ¿Qué son para ti las personas con las que te relacionas?	Amig@s	1	78	67.83	100
		Companer@s	2	18	15.65	
		Vecin@s	3	1	0.87	
		Conocid@s	4	18	15.65	
El grupo de amigos/as	3. ¿Han influido tus padres para escogerte tus amigos/as?	Si	1	25	21.74	100
		No	2	90	78.26	
	4. ¿Qué medios utilizas para comunicarte con tus amigos/as?	Teléfono	1	73	63.48	100
		Internet	2	27	23.48	
		Cartas	3	2	1.74	
Otros		4	13	11.30		
5. ¿Te gusta imitar a algún amig@?	Si	1	10	8.70	100	
	No	2	105	91.30		
El autoestima	6. ¿Cuando estás en tu grupo de amigos/as, te cuesta tomar decisiones?	Si	1	44	38.26	100
		No	2	71	61.74	
	7. ¿Te preocupa mucho la impresión que causas sobre los demás, si caes bien o no?	Si	1	43	37.39	100
No	2	72	62.61			
		Visitar redes	1	37	32.17	

	8. ¿Cuándo te sientes triste, que actividades realizas?	sociales Videojuegos Ver televisión Escuchar música Salir con amig@s	2 3 4 5	8 15 37 18	6.96 13.04 32.17 15.65	100
	9. ¿Crees tú que el estado de ánimo influye en los sitios web que visitas?	Si No	1 2	43 72	37.39 62.61	100
	10. ¿Crees que podrías lograr cualquier cosa que te propusieras?	Si No	1 2	104 11	90.43 9.57	100
El consumismo	11. ¿A cuánto equivale el ingreso económico de tu hogar mensualmente?	\$50.00 - \$150.00 \$ 160.00-\$250.00 \$ 260.00-\$350.00 \$360.00 - \$500.00	1 2 3 4	44 29 15 27	38.26 25.22 13.04 23.48	100
	12. ¿Tienes computadora con acceso a internet?	Si No	1 2	63 52	54.78 45.22	100
	13. ¿Qué tanto te consideras consumista?	Nada Poco Mucho	1 2 3	17 66 32	14.78 57.39 27.83	100
	14. ¿En qué inviertes el dinero que posees?	Ropa Zapatos Comida Internet Celular	1 2 3 4 5	36 6 33 3 37	31.30 5.22 28.70 2.61 32.17	100
	15. ¿Estás a la expectativa de las nuevas tecnologías?	Si No	1 2	63 52	54.78 45.22	100

DEPENDIENTE: El uso del internet	16. ¿Para qué utilizas el internet?	Para distraerte Para estudiar Para hablar con amig@s Para conocer nuevos amig@s Para vender o comprar productos	1 2 3 4 5	45 39 22 9 0	39.13 33.91 19.13 7.83 0	100
	17. ¿Cuántas horas diarias le dedicas al internet?	1 a 3 horas 4 a 6 horas Más horas	1 2 3	79 21 15	68.70 18.26 13.04	100
	18. ¿Tus actividades escolares se ven perjudicadas porque dedicas mucho tiempo a navegar?	Ocasionalmente Frecuentemente Siempre Nunca	1 2 3 4	26 9 19 61	22.61 7.83 16.52 53.04	100
	19. ¿Consideras que el uso que le das al internet influye en tu conducta?	Si No	1 2	41 74	35.65 64.35	100
	20. ¿Temes que tu vida sin internet sea aburrida o vacía?	Si No	1 2	35 80	30.43 69.57	100

ANEXO 6: CUADRO DE ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS MAESTROS ENCARGADOS DEL TERCER CICLO DEL COMPLEJO EDUCATIVO MARCELINO GARCIA FLAMENCO.

PROFESOR	ITEMS	RESPUESTAS
1	1. ¿Considera que el uso del internet de los/as educandos determina el desarrollo del autoestima y confianza en sí mismo/a?	1-Si, porque muchos alumnos saben expresarse muy bien a través del internet; sin embargo cuando están en presencia de personas se cohiben y muchas veces llegan a frustrarse.
	Si _____ No_____ ¿Por qué?	2- No, no depende del internet porque cada uno desarrolla su autoestima a su manera, pero el internet si influye mucho en ello
	2. ¿Cree usted que la autoestima de los alumnos depende del uso del internet?	3- Si, porque hay alumnos que cuando están con un grupo de amigos se comportan de modo distinto.
	Si _____ No_____ ¿Por qué?	4- Si, en esta sociedad "todo lo que se ve, se consume" y el internet es algo muy atractivo que envuelve a todas las personas.
	3. ¿Cree usted que el grupo de amigos determina la conducta de los estudiantes?	5- Si, si se le da el uso adecuado
	Si _____ No_____ ¿Por qué?	6- Si, porque todo lo que se ve, se copia, y lastimosamente, los estudiantes hacen uso del internet de manera inadecuada y copian aspectos muy negativos.
2	4. ¿Considera que el consumismo influye en que los estudiantes hagan uso del internet?	1-Si, en algunas ocasiones
	Si _____ No_____ ¿Por qué?	2-Si, porque hay veces los alumnos cuando visitan las redes sociales van adquiriendo nuevos conocimientos.
		3- Si, porque se dan momentos en los cuales los alumnos están con su grupo de amigos luego se reúnen con otros cambian de

3	5. ¿Cree que el internet es una herramienta a favor del PEA? Si _____ No_____ ¿Por qué?	conducta.
		4- Si, porque a la edad de estos jóvenes todo lo que ven quieren....y más si se trata de las nuevas tecnologías.
		5-Si, pero muchos docentes no les dan el uso adecuado.
	6. ¿Considera que el uso del internet influye en la conducta de los/as estudiantes? Si _____ No_____ ¿Por qué?	6- Si, porque los alumnos van adoptando diferentes conductas y luego las ponen en práctica.
		1-SI, porque en estos días lo que los jóvenes utilizan mucho el internet, y si no tienen este recurso se sienten que no son sociables y tienden a sentirse menos que las demás personas
		2-NO, no totalmente porque hay muchos factores que le afectan e influyen como lo son el trato en la familia.
		3-SI, es claro que los jóvenes siempre siguen a alguien y depende de cómo se comporten los amigos, de esta manera será el comportamiento de ellos, para sentirse que son parte del grupo
		4-SI, porque hoy en día el uso del internet no es un privilegio sino una necesidad para las personas, en cualquier lado se les incita a usar el internet.
		5-SI, dependiendo del uso que se le brinde.
		6-SI, porque hay muchos aspectos que los alumnos los copian de lo que observan en internet, o de lo que ellos leen.



ANEXO 7: ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA PARACENTRAL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACION LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA EDUCACION ESPECIALIDAD EN CIENCIAS SOCIALES.

OBJETIVO: Conocer los efectos de los diferentes factores psicosociales en el uso del internet.

INDICACIONES: Lee atentamente cada una de las siguientes interrogantes y marca con una "X" la respuesta conveniente según tu criterio.

Fecha: _____ **Edad:** _____

Sexo: Femenino: _____ **Masculino:** _____

El Grupo de Amigos:

1. ¿Consideras que tienes amig@s?

Si _____

No _____

2. ¿Qué son para ti las personas con las que te relacionas?

Amig@s _____

Companer@s _____

Vecin@s _____

Conocid@s _____

¿Por qué? _____

3. ¿Han influido tus padres para escogerte tus amig@s?

Si _____

No _____

¿Por qué? _____

4. ¿Qué medios utilizas para comunicarte con tus amig@s?

Teléfono _____

Internet: _____

Cartas: _____

Otros: _____

¿Por qué? _____

5. ¿Te gusta imitar a algún amig@?

Si _____

No _____

¿Por qué? _____

El Autoestima:

6. ¿Cuando estás en tu grupo de amig@s, te cuesta tomar decisiones?

Si _____

No _____

¿Por qué? _____

7. ¿Te preocupa mucho la impresión que causas sobre los demás, si caes bien o no?

Si _____

No _____

¿Por qué? _____

8. ¿Cuándo te sientes triste, que actividades realizas?

Visitar redes sociales _____

Videojuegos _____

Ver televisión _____

Escuchar música _____

Salir con amig@s _____

¿Por qué? _____

9. ¿Crees tú que el estado de ánimo influye en los sitios web que visitas?

Si _____

No _____

¿Por qué? _____

10. ¿Crees que podrías lograr cualquier cosa que te propusieras?

Si _____

No _____

¿Por qué? _____

Consumismo:

11. ¿A cuánto equivale el ingreso económico de tu hogar mensualmente?

\$50.00 - \$150.00: _____

\$ 160.00-\$250.00: _____

\$ 260.00-\$350.00: _____

\$360.00 - \$500.00: _____

12. ¿Tienes computadora con acceso a internet?

Si _____

No _____

¿Por qué? _____

13. ¿Qué tanto te consideras consumista?

Nada_____

Poco_____

Mucho_____

¿Por qué?_____

14. ¿En qué inviertes el dinero que posees?

Ropa_____

Zapatos_____

Comida_____

Internet_____

Celular_____

15. ¿Estás a la expectativa de las nuevas tecnologías?

Si: _____

No: _____

¿Por qué?_____

Internet:

16. ¿Para qué utilizas el internet?

Para distraerte: _____

Para estudiar: _____

Para hablar con amig@s: _____

Conocer nuevos amig@s: _____

Para vender o comprar productos: _____

17. ¿Cuántas horas diarias le dedicas al internet?

1 a 3 horas_____

4 a 6 horas _____

Más horas _____

18. ¿Tus actividades escolares se ven perjudicadas porque dedicas mucho tiempo a navegar?

Ocasionalmente _____

Frecuentemente _____

Siempre _____

Nunca _____

¿Por qué? _____

19. ¿Consideras que el uso que le das al internet influye en tu conducta?

Si _____

No _____

¿Por qué? _____

20. ¿Temes que tu vida sin internet sea aburrida o vacía?

Si _____

No _____

¿Por qué? _____



ANEXO 8: ENTREVISTA A DOCENTES

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA PARACENTRAL

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA EDUCACION

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA EDUCACION

ESPECIALIDAD EN CIENCIAS SOCIALES.

OBJETIVO: Conocer la opinión que el personal docente tiene acerca de los Factores Psicosociales y su Incidencia en el uso del Internet con los estudiantes de Tercer ciclo del Complejo Educativo Marcelino García Flamenco de la ciudad de San Vicente.

INDICACIONES: Conteste las siguientes interrogantes de acuerdo a su opinión.

Fecha: _____ **Sexo:** _____ **Edad:** _____

1. ¿Considera que el uso del internet de los/as educandos determina el desarrollo del autoestima y confianza en sí mismo/a?
Si _____ No _____ ¿Por qué?
2. ¿Cree usted que la autoestima de los alumnos depende del uso del internet?
Si _____ No _____ ¿Por qué?
3. ¿Cree usted que el grupo de amigos determina la conducta de los estudiantes?
Si _____ No _____ ¿Por qué?
4. ¿Considera que el consumismo influye en que los estudiantes hagan uso del internet?
Si _____ No _____ ¿Por qué?
5. ¿Cree que el internet es una herramienta a favor del PEA?
Si _____ No _____ ¿Por qué?
6. ¿Considera que el uso del internet influye en la conducta de los/as estudiantes?
Si _____ No _____ ¿Por qué?